

	<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: ABSr100</b>
	<b>PROCESO GESTIÓN BIENES Y SERVICIOS</b>	<b>VERSIÓN: 3</b>
	<b>CONCEPTO TÉCNICO Y ECONÓMICO CONTRATACIÓN DIRECTA</b>	<b>VIGENCIA: 2020-08-25</b>
		<b>PAGINA: 1 de 6</b>

32.

## CONCEPTO TÉCNICO Y ECONÓMICO – CONTRATACIÓN DIRECTA

<b>OBJETO</b>	SERVICIOS EN TEMAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL
---------------	--

<b>PRESUPUESTO OFICIAL</b>	<b>\$ 63.774.720</b>
----------------------------	----------------------

### 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)	Valor total de la propuesta
1	ACOMEDIOS PUBLICIDAD Y MERCADEO S.A.S.	\$ 49.300.000	\$ 58.667.000
2	CASA EDITORIAL EL TIEMPO S.A.	\$ 45.680.000	\$ 54.359.200
3	ARIADNA S.A.S.	\$ 46.200.000	\$ 54.978.000

### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

No.	Cotizante	Especificaciones Técnicas	Concepto																														
1	ACOMEDIOS PUBLICIDAD Y MERCADEO S.A.S.	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr style="background-color: #006633; color: white;"> <th colspan="2">ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE LOS BIENES Y/O SERVICIOS REQUERIDOS</th> <th>(SI SON MÁS DE 8 ÍTEM, MARCAR X, Y ANEXAR RELACIÓN)</th> <th>UNIDAD</th> <th>CANTIDAD</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td>Publirreportajes. Elaboración de artículos periodísticos y publicados en un medio de comunicación digital con alcance nacional con mínimo 28 millones de usuarios únicos al mes, y realización en plataformas de escritorio y plataforma móvil. Articulo replicado y distribuido en una red social del medio de comunicación con alcance nacional. La red social debe tener como mínimo 1.500.000 seguidores.</td> <td></td> <td style="text-align: center;">UNIDAD</td> <td style="text-align: center;">4</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">2</td> <td>20.000 envíos de correos electrónicos. La base de datos la debe proporcionar la empresa contratada. El 50% de los correos se deberán enviar al siguiente target: Hombres y mujeres profesionales mayores de 25 años de edad que les interese realizar un postgrado, y que vivan en el departamento de Cundinamarca, el otro 50% de los correos se deberán enviar a personas entre los 25 años hasta los 45 años de edad que les interese realizar cursos y diplomados virtuales y de corta duración, en temas de idiomas, desarrollo de proyectos, educación y administración.</td> <td></td> <td style="text-align: center;">UNIDAD</td> <td style="text-align: center;">20.000</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">3</td> <td>10.000 clics. Campañas de performance. Tema como objetivo generar posicionamiento institucional, reconocimiento de marca y tráfico segmentado a la web institucional www.ucundinamarca.edu.co. Dicho tráfico debe ser segmentado y perfilado bajo intereses de navegación, consulta, edad, genero, que corra en redes seguras (brand, safety) y portales informativos Premium, con garantía de KPI. Segmento que se requiere: Hombres y mujeres de Colombia y Cundinamarca interesados en realizar un postgrado en universidad pública, así como profesionales interesados en realizar postgrados y diplomados virtuales en áreas como administración, educación e idiomas.</td> <td></td> <td style="text-align: center;">UNIDAD</td> <td style="text-align: center;">10.000</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">4</td> <td>12 clics. Pauta publicitaria bajo notificaciones Push a equipos celulares y bajo segmentación de acuerdo con la necesidad de la universidad. Modelo de compra CPC (Costo por clic) Dicho tráfico debe ser segmentado así, hombres y mujeres que habitan en el departamento de Cundinamarca estrato socio económico 2,3 y 4 con intereses en educación superior y la realización de cursos cortos y virtuales. Los anuncios deben correr en redes seguras (brand, safety) y portales informativos Premium, con garantía de KPI.</td> <td></td> <td style="text-align: center;">UNIDAD</td> <td style="text-align: center;">12.000</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">5</td> <td>20.000 Mensajes de texto a celulares. Los mensajes deben contener la url de redirección proporcionada por la UCundinamarca. Dicha estrategia debe ser segmentada y perfilado bajo intereses de navegación. Segmento que se requiere: Hombres y mujeres de Colombia y Cundinamarca, mayores de 18 años de edad de estrato socio-económico 2,3 y 4 con intereses en educación superior y cursos cortos y virtuales en áreas de administración, educación e idiomas.</td> <td></td> <td style="text-align: center;">UNIDAD</td> <td style="text-align: center;">20.000</td> </tr> </tbody> </table>	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE LOS BIENES Y/O SERVICIOS REQUERIDOS		(SI SON MÁS DE 8 ÍTEM, MARCAR X, Y ANEXAR RELACIÓN)	UNIDAD	CANTIDAD	1	Publirreportajes. Elaboración de artículos periodísticos y publicados en un medio de comunicación digital con alcance nacional con mínimo 28 millones de usuarios únicos al mes, y realización en plataformas de escritorio y plataforma móvil. Articulo replicado y distribuido en una red social del medio de comunicación con alcance nacional. La red social debe tener como mínimo 1.500.000 seguidores.		UNIDAD	4	2	20.000 envíos de correos electrónicos. La base de datos la debe proporcionar la empresa contratada. El 50% de los correos se deberán enviar al siguiente target: Hombres y mujeres profesionales mayores de 25 años de edad que les interese realizar un postgrado, y que vivan en el departamento de Cundinamarca, el otro 50% de los correos se deberán enviar a personas entre los 25 años hasta los 45 años de edad que les interese realizar cursos y diplomados virtuales y de corta duración, en temas de idiomas, desarrollo de proyectos, educación y administración.		UNIDAD	20.000	3	10.000 clics. Campañas de performance. Tema como objetivo generar posicionamiento institucional, reconocimiento de marca y tráfico segmentado a la web institucional www.ucundinamarca.edu.co. Dicho tráfico debe ser segmentado y perfilado bajo intereses de navegación, consulta, edad, genero, que corra en redes seguras (brand, safety) y portales informativos Premium, con garantía de KPI. Segmento que se requiere: Hombres y mujeres de Colombia y Cundinamarca interesados en realizar un postgrado en universidad pública, así como profesionales interesados en realizar postgrados y diplomados virtuales en áreas como administración, educación e idiomas.		UNIDAD	10.000	4	12 clics. Pauta publicitaria bajo notificaciones Push a equipos celulares y bajo segmentación de acuerdo con la necesidad de la universidad. Modelo de compra CPC (Costo por clic) Dicho tráfico debe ser segmentado así, hombres y mujeres que habitan en el departamento de Cundinamarca estrato socio económico 2,3 y 4 con intereses en educación superior y la realización de cursos cortos y virtuales. Los anuncios deben correr en redes seguras (brand, safety) y portales informativos Premium, con garantía de KPI.		UNIDAD	12.000	5	20.000 Mensajes de texto a celulares. Los mensajes deben contener la url de redirección proporcionada por la UCundinamarca. Dicha estrategia debe ser segmentada y perfilado bajo intereses de navegación. Segmento que se requiere: Hombres y mujeres de Colombia y Cundinamarca, mayores de 18 años de edad de estrato socio-económico 2,3 y 4 con intereses en educación superior y cursos cortos y virtuales en áreas de administración, educación e idiomas.		UNIDAD	20.000	<p>El cotizante <b>NO CUMPLE</b> con las especificaciones técnicas, porque según validación del Área de Seguridad en la Información no cumple con los requisitos mínimos exigidos en la nota técnica sobre política de tratamiento de datos y bases de datos registradas.</p>
ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE LOS BIENES Y/O SERVICIOS REQUERIDOS		(SI SON MÁS DE 8 ÍTEM, MARCAR X, Y ANEXAR RELACIÓN)	UNIDAD	CANTIDAD																													
1	Publirreportajes. Elaboración de artículos periodísticos y publicados en un medio de comunicación digital con alcance nacional con mínimo 28 millones de usuarios únicos al mes, y realización en plataformas de escritorio y plataforma móvil. Articulo replicado y distribuido en una red social del medio de comunicación con alcance nacional. La red social debe tener como mínimo 1.500.000 seguidores.		UNIDAD	4																													
2	20.000 envíos de correos electrónicos. La base de datos la debe proporcionar la empresa contratada. El 50% de los correos se deberán enviar al siguiente target: Hombres y mujeres profesionales mayores de 25 años de edad que les interese realizar un postgrado, y que vivan en el departamento de Cundinamarca, el otro 50% de los correos se deberán enviar a personas entre los 25 años hasta los 45 años de edad que les interese realizar cursos y diplomados virtuales y de corta duración, en temas de idiomas, desarrollo de proyectos, educación y administración.		UNIDAD	20.000																													
3	10.000 clics. Campañas de performance. Tema como objetivo generar posicionamiento institucional, reconocimiento de marca y tráfico segmentado a la web institucional www.ucundinamarca.edu.co. Dicho tráfico debe ser segmentado y perfilado bajo intereses de navegación, consulta, edad, genero, que corra en redes seguras (brand, safety) y portales informativos Premium, con garantía de KPI. Segmento que se requiere: Hombres y mujeres de Colombia y Cundinamarca interesados en realizar un postgrado en universidad pública, así como profesionales interesados en realizar postgrados y diplomados virtuales en áreas como administración, educación e idiomas.		UNIDAD	10.000																													
4	12 clics. Pauta publicitaria bajo notificaciones Push a equipos celulares y bajo segmentación de acuerdo con la necesidad de la universidad. Modelo de compra CPC (Costo por clic) Dicho tráfico debe ser segmentado así, hombres y mujeres que habitan en el departamento de Cundinamarca estrato socio económico 2,3 y 4 con intereses en educación superior y la realización de cursos cortos y virtuales. Los anuncios deben correr en redes seguras (brand, safety) y portales informativos Premium, con garantía de KPI.		UNIDAD	12.000																													
5	20.000 Mensajes de texto a celulares. Los mensajes deben contener la url de redirección proporcionada por la UCundinamarca. Dicha estrategia debe ser segmentada y perfilado bajo intereses de navegación. Segmento que se requiere: Hombres y mujeres de Colombia y Cundinamarca, mayores de 18 años de edad de estrato socio-económico 2,3 y 4 con intereses en educación superior y cursos cortos y virtuales en áreas de administración, educación e idiomas.		UNIDAD	20.000																													

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: 3</b>
	<b>CONCEPTO TÉCNICO Y ECONÓMICO CONTRATACIÓN DIRECTA</b>	<b>VIGENCIA: 2020-08-25</b>
		<b>PAGINA: 2 de 6</b>

2	<b>CASA EDITORIAL EL TIEMPO S.A.</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE LOS BIENES Y/O SERVICIOS REQUERIDOS</th> <th>(SI SON MÁS DE 6 ÍTEMES, MARCAR X, Y ANEXAR RELACION)</th> <th>UNIDAD</th> <th>CANTIDAD</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Publicaciones. Elaboración de artículos periodísticos y publicados en un medio de comunicación digital con alcance nacional con mínimo 28 millones de usuarios únicos al mes, y visualización en plataforma de escritorio y plataforma móvil. Artículo replicado y distribuido en una red social del medio de comunicación con alcance nacional. La red social debe tener como mínimo 1.500.000 seguidores.</td> <td>UNIDAD</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>20.000 envíos de correos electrónicos. La base de datos la debe proporcionar la empresa contratada. El 50% de los correos se deberán enviar al siguiente target: Hombres y mujeres profesionales mayores de 26 años de edad que les interese realizar un postgrado, y que vivan en el departamento de Cundinamarca, el otro 50% de los correos se deberán enviar a personas entre los 25 años hasta los 45 años de edad que les interese realizar cursos y diplomados virtuales y de corta duración, en temas de idiomas, desarrollo de proyectos, educación y administración.</td> <td>UNIDAD</td> <td>20.000</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>10.000 clics. Campañas de performance. Tiene como objetivo generar posicionamiento institucional, reconocimiento de marca y tráfico segmentado a la web institucional www.ucundinamarca.edu.co, dicho tráfico debe ser segmentado y perfileado bajo intereses de navegación, contenidos, edad, género, que corra en redes seguras (brand safety) y portales informativos Premium, con garantía de KPI. Segmento que se requiere: Hombres y mujeres de Colombia y Cundinamarca interesados en realizar un postgrado en universidad pública, así como profesionales interesados en realizar postgrados y diplomados virtuales en áreas como administración, educación e idiomas.</td> <td>UNIDAD</td> <td>10.000</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>12 clics. Placa publicidad bajo notificaciones Push a equipos celulares y bajo segmentación de acuerdo con la necesidad de la universidad. Modelo de compra CPC (Costo por clic) dicho tráfico debe ser segmentado así: hombres y mujeres que hablen en el departamento de Cundinamarca estrato socio económico 2,3 y 4 con intereses en educación superior y la realización de cursos cortos y virtuales. Los anuncios deben correr en redes seguras (brand safety) y portales informativos Premium, con garantía de KPI.</td> <td>UNIDAD</td> <td>12.000</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>20.000 Mensajes de texto a celulares. Los mensajes deben contener la url de redirección proporcionada por la UCundinamarca. Dicha estrategia debe ser segmentada y perfileada bajo intereses de navegación. Segmento que se requiere: Hombres y mujeres de Colombia y Cundinamarca, mayores de 18 años de edad de estrato socio-económico 2,3 y 4 con intereses en educación superior y cursos cortos y virtuales en áreas de administración, educación e idiomas.</td> <td>UNIDAD</td> <td>20.000</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;"><b>NOTA TÉCNICA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Con la cotización presentar adjunto a su propuesta la política de tratamiento de datos, la cual deberá revisarse por el área de seguridad de la información.</li> <li>Ajustar a la cotización un oficio firmado que certifique que el Oferente tiene registradas las bases de datos con autorización de los titulares en la Superintendencia de Industria y Comercio.</li> <li>Para las campañas de correo directo o envío a los correos electrónicos para dar a conocer la oferta académica de la universidad, es necesario que la empresa contratada cuente con bases de datos con las características señaladas en las especificaciones técnicas, y que las bases de datos hayan sido recolectadas de manera legal. La Universidad de Cundinamarca no proporcionará las bases de datos para las campañas. La UCundinamarca no cuenta con un software para realizar dichas campañas, por lo que se requiere, que la base de datos a la que se le enviarán las campañas por correo electrónico, se le envíen los correos con el aviso de privacidad, según la política de tratamiento de datos del contratista no de la UCundinamarca.</li> <li>Para el caso del desarrollo contractual, el contratista enviara información concerniente a la Universidad de Cundinamarca, por lo cual, deberá disponer y especificar un aviso de privacidad, así como contar con los medios y controles necesarios para garantizar que una vez recibida la queja o solicitud de supresión en dichas bases de datos (Propiedad del Contratista), este no realice nuevamente una comunicación que pueda relacionar a la Universidad de Cundinamarca.</li> </ol>	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE LOS BIENES Y/O SERVICIOS REQUERIDOS	(SI SON MÁS DE 6 ÍTEMES, MARCAR X, Y ANEXAR RELACION)	UNIDAD	CANTIDAD	1	Publicaciones. Elaboración de artículos periodísticos y publicados en un medio de comunicación digital con alcance nacional con mínimo 28 millones de usuarios únicos al mes, y visualización en plataforma de escritorio y plataforma móvil. Artículo replicado y distribuido en una red social del medio de comunicación con alcance nacional. La red social debe tener como mínimo 1.500.000 seguidores.	UNIDAD	4	2	20.000 envíos de correos electrónicos. La base de datos la debe proporcionar la empresa contratada. El 50% de los correos se deberán enviar al siguiente target: Hombres y mujeres profesionales mayores de 26 años de edad que les interese realizar un postgrado, y que vivan en el departamento de Cundinamarca, el otro 50% de los correos se deberán enviar a personas entre los 25 años hasta los 45 años de edad que les interese realizar cursos y diplomados virtuales y de corta duración, en temas de idiomas, desarrollo de proyectos, educación y administración.	UNIDAD	20.000	3	10.000 clics. Campañas de performance. Tiene como objetivo generar posicionamiento institucional, reconocimiento de marca y tráfico segmentado a la web institucional www.ucundinamarca.edu.co, dicho tráfico debe ser segmentado y perfileado bajo intereses de navegación, contenidos, edad, género, que corra en redes seguras (brand safety) y portales informativos Premium, con garantía de KPI. Segmento que se requiere: Hombres y mujeres de Colombia y Cundinamarca interesados en realizar un postgrado en universidad pública, así como profesionales interesados en realizar postgrados y diplomados virtuales en áreas como administración, educación e idiomas.	UNIDAD	10.000	4	12 clics. Placa publicidad bajo notificaciones Push a equipos celulares y bajo segmentación de acuerdo con la necesidad de la universidad. Modelo de compra CPC (Costo por clic) dicho tráfico debe ser segmentado así: hombres y mujeres que hablen en el departamento de Cundinamarca estrato socio económico 2,3 y 4 con intereses en educación superior y la realización de cursos cortos y virtuales. Los anuncios deben correr en redes seguras (brand safety) y portales informativos Premium, con garantía de KPI.	UNIDAD	12.000	5	20.000 Mensajes de texto a celulares. Los mensajes deben contener la url de redirección proporcionada por la UCundinamarca. Dicha estrategia debe ser segmentada y perfileada bajo intereses de navegación. Segmento que se requiere: Hombres y mujeres de Colombia y Cundinamarca, mayores de 18 años de edad de estrato socio-económico 2,3 y 4 con intereses en educación superior y cursos cortos y virtuales en áreas de administración, educación e idiomas.	UNIDAD	20.000	El cotizante <b>CUMPLE</b> con cada uno de los ítems que componen las especificaciones técnicas. Y la nota técnica establecida en el ABSr097 con consecutivo FC-015. Según validación del Área de seguridad en la información.
ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE LOS BIENES Y/O SERVICIOS REQUERIDOS	(SI SON MÁS DE 6 ÍTEMES, MARCAR X, Y ANEXAR RELACION)	UNIDAD	CANTIDAD																								
1	Publicaciones. Elaboración de artículos periodísticos y publicados en un medio de comunicación digital con alcance nacional con mínimo 28 millones de usuarios únicos al mes, y visualización en plataforma de escritorio y plataforma móvil. Artículo replicado y distribuido en una red social del medio de comunicación con alcance nacional. La red social debe tener como mínimo 1.500.000 seguidores.	UNIDAD	4																								
2	20.000 envíos de correos electrónicos. La base de datos la debe proporcionar la empresa contratada. El 50% de los correos se deberán enviar al siguiente target: Hombres y mujeres profesionales mayores de 26 años de edad que les interese realizar un postgrado, y que vivan en el departamento de Cundinamarca, el otro 50% de los correos se deberán enviar a personas entre los 25 años hasta los 45 años de edad que les interese realizar cursos y diplomados virtuales y de corta duración, en temas de idiomas, desarrollo de proyectos, educación y administración.	UNIDAD	20.000																								
3	10.000 clics. Campañas de performance. Tiene como objetivo generar posicionamiento institucional, reconocimiento de marca y tráfico segmentado a la web institucional www.ucundinamarca.edu.co, dicho tráfico debe ser segmentado y perfileado bajo intereses de navegación, contenidos, edad, género, que corra en redes seguras (brand safety) y portales informativos Premium, con garantía de KPI. Segmento que se requiere: Hombres y mujeres de Colombia y Cundinamarca interesados en realizar un postgrado en universidad pública, así como profesionales interesados en realizar postgrados y diplomados virtuales en áreas como administración, educación e idiomas.	UNIDAD	10.000																								
4	12 clics. Placa publicidad bajo notificaciones Push a equipos celulares y bajo segmentación de acuerdo con la necesidad de la universidad. Modelo de compra CPC (Costo por clic) dicho tráfico debe ser segmentado así: hombres y mujeres que hablen en el departamento de Cundinamarca estrato socio económico 2,3 y 4 con intereses en educación superior y la realización de cursos cortos y virtuales. Los anuncios deben correr en redes seguras (brand safety) y portales informativos Premium, con garantía de KPI.	UNIDAD	12.000																								
5	20.000 Mensajes de texto a celulares. Los mensajes deben contener la url de redirección proporcionada por la UCundinamarca. Dicha estrategia debe ser segmentada y perfileada bajo intereses de navegación. Segmento que se requiere: Hombres y mujeres de Colombia y Cundinamarca, mayores de 18 años de edad de estrato socio-económico 2,3 y 4 con intereses en educación superior y cursos cortos y virtuales en áreas de administración, educación e idiomas.	UNIDAD	20.000																								
3	<b>ARIADNA S.A.S.</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE LOS BIENES Y/O SERVICIOS REQUERIDOS</th> <th>(SI SON MÁS DE 6 ÍTEMES, MARCAR X, Y ANEXAR RELACION)</th> <th>UNIDAD</th> <th>CANTIDAD</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Publicaciones. Elaboración de artículos periodísticos y publicados en un medio de comunicación digital con alcance nacional con mínimo 28 millones de usuarios únicos al mes, y visualización en plataforma de escritorio y plataforma móvil. Artículo replicado y distribuido en una red social del medio de comunicación con alcance nacional. La red social debe tener como mínimo 1.500.000 seguidores.</td> <td>UNIDAD</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>20.000 envíos de correos electrónicos. La base de datos la debe proporcionar la empresa contratada. El 50% de los correos se deberán enviar al siguiente target: Hombres y mujeres profesionales mayores de 26 años de edad que les interese realizar un postgrado, y que vivan en el departamento de Cundinamarca, el otro 50% de los correos se deberán enviar a personas entre los 25 años hasta los 45 años de edad que les interese realizar cursos y diplomados virtuales y de corta duración, en temas de idiomas, desarrollo de proyectos, educación y administración.</td> <td>UNIDAD</td> <td>20.000</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>10.000 clics. Campañas de performance. Tiene como objetivo generar posicionamiento institucional, reconocimiento de marca y tráfico segmentado a la web institucional www.ucundinamarca.edu.co, dicho tráfico debe ser segmentado y perfileado bajo intereses de navegación, contenidos, edad, género, que corra en redes seguras (brand safety) y portales informativos Premium, con garantía de KPI. Segmento que se requiere: Hombres y mujeres de Colombia y Cundinamarca interesados en realizar un postgrado en universidad pública, así como profesionales interesados en realizar postgrados y diplomados virtuales en áreas como administración, educación e idiomas.</td> <td>UNIDAD</td> <td>10.000</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>12 clics. Placa publicidad bajo notificaciones Push a equipos celulares y bajo segmentación de acuerdo con la necesidad de la universidad. Modelo de compra CPC (Costo por clic) dicho tráfico debe ser segmentado así: hombres y mujeres que hablen en el departamento de Cundinamarca estrato socio económico 2,3 y 4 con intereses en educación superior y la realización de cursos cortos y virtuales. Los anuncios deben correr en redes seguras (brand safety) y portales informativos Premium, con garantía de KPI.</td> <td>UNIDAD</td> <td>12.000</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>20.000 Mensajes de texto a celulares. Los mensajes deben contener la url de redirección proporcionada por la UCundinamarca. Dicha estrategia debe ser segmentada y perfileada bajo intereses de navegación. Segmento que se requiere: Hombres y mujeres de Colombia y Cundinamarca, mayores de 18 años de edad de estrato socio-económico 2,3 y 4 con intereses en educación superior y cursos cortos y virtuales en áreas de administración, educación e idiomas.</td> <td>UNIDAD</td> <td>20.000</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;"><b>NOTA TÉCNICA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Con la cotización presentar adjunto a su propuesta la política de tratamiento de datos, la cual deberá revisarse por el área de seguridad de la información.</li> <li>Ajustar a la cotización un oficio firmado que certifique que el Oferente tiene registradas las bases de datos con autorización de los titulares en la Superintendencia de Industria y Comercio.</li> <li>Para las campañas de correo directo o envío a los correos electrónicos para dar a conocer la oferta académica de la universidad, es necesario que la empresa contratada cuente con bases de datos con las características señaladas en las especificaciones técnicas, y que las bases de datos hayan sido recolectadas de manera legal. La Universidad de Cundinamarca no proporcionará las bases de datos para las campañas. La UCundinamarca no cuenta con un software para realizar dichas campañas, por lo que se requiere, que la base de datos a la que se le enviarán las campañas por correo electrónico, se le envíen los correos con el aviso de privacidad, según la política de tratamiento de datos del contratista no de la UCundinamarca.</li> <li>Para el caso del desarrollo contractual, el contratista enviara información concerniente a la Universidad de Cundinamarca, por lo cual, deberá disponer y especificar un aviso de privacidad, así como contar con los medios y controles necesarios para garantizar que una vez recibida la queja o solicitud de supresión en dichas bases de datos (Propiedad del Contratista), este no realice nuevamente una comunicación que pueda relacionar a la Universidad de Cundinamarca.</li> </ol>	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE LOS BIENES Y/O SERVICIOS REQUERIDOS	(SI SON MÁS DE 6 ÍTEMES, MARCAR X, Y ANEXAR RELACION)	UNIDAD	CANTIDAD	1	Publicaciones. Elaboración de artículos periodísticos y publicados en un medio de comunicación digital con alcance nacional con mínimo 28 millones de usuarios únicos al mes, y visualización en plataforma de escritorio y plataforma móvil. Artículo replicado y distribuido en una red social del medio de comunicación con alcance nacional. La red social debe tener como mínimo 1.500.000 seguidores.	UNIDAD	4	2	20.000 envíos de correos electrónicos. La base de datos la debe proporcionar la empresa contratada. El 50% de los correos se deberán enviar al siguiente target: Hombres y mujeres profesionales mayores de 26 años de edad que les interese realizar un postgrado, y que vivan en el departamento de Cundinamarca, el otro 50% de los correos se deberán enviar a personas entre los 25 años hasta los 45 años de edad que les interese realizar cursos y diplomados virtuales y de corta duración, en temas de idiomas, desarrollo de proyectos, educación y administración.	UNIDAD	20.000	3	10.000 clics. Campañas de performance. Tiene como objetivo generar posicionamiento institucional, reconocimiento de marca y tráfico segmentado a la web institucional www.ucundinamarca.edu.co, dicho tráfico debe ser segmentado y perfileado bajo intereses de navegación, contenidos, edad, género, que corra en redes seguras (brand safety) y portales informativos Premium, con garantía de KPI. Segmento que se requiere: Hombres y mujeres de Colombia y Cundinamarca interesados en realizar un postgrado en universidad pública, así como profesionales interesados en realizar postgrados y diplomados virtuales en áreas como administración, educación e idiomas.	UNIDAD	10.000	4	12 clics. Placa publicidad bajo notificaciones Push a equipos celulares y bajo segmentación de acuerdo con la necesidad de la universidad. Modelo de compra CPC (Costo por clic) dicho tráfico debe ser segmentado así: hombres y mujeres que hablen en el departamento de Cundinamarca estrato socio económico 2,3 y 4 con intereses en educación superior y la realización de cursos cortos y virtuales. Los anuncios deben correr en redes seguras (brand safety) y portales informativos Premium, con garantía de KPI.	UNIDAD	12.000	5	20.000 Mensajes de texto a celulares. Los mensajes deben contener la url de redirección proporcionada por la UCundinamarca. Dicha estrategia debe ser segmentada y perfileada bajo intereses de navegación. Segmento que se requiere: Hombres y mujeres de Colombia y Cundinamarca, mayores de 18 años de edad de estrato socio-económico 2,3 y 4 con intereses en educación superior y cursos cortos y virtuales en áreas de administración, educación e idiomas.	UNIDAD	20.000	El cotizante <b>NO CUMPLE</b> con las especificaciones técnicas, porque según validación del Área de Seguridad en la Información no cumple con los requisitos mínimos exigidos en la nota técnica sobre política de tratamiento de datos y bases de datos registradas.
ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE LOS BIENES Y/O SERVICIOS REQUERIDOS	(SI SON MÁS DE 6 ÍTEMES, MARCAR X, Y ANEXAR RELACION)	UNIDAD	CANTIDAD																								
1	Publicaciones. Elaboración de artículos periodísticos y publicados en un medio de comunicación digital con alcance nacional con mínimo 28 millones de usuarios únicos al mes, y visualización en plataforma de escritorio y plataforma móvil. Artículo replicado y distribuido en una red social del medio de comunicación con alcance nacional. La red social debe tener como mínimo 1.500.000 seguidores.	UNIDAD	4																								
2	20.000 envíos de correos electrónicos. La base de datos la debe proporcionar la empresa contratada. El 50% de los correos se deberán enviar al siguiente target: Hombres y mujeres profesionales mayores de 26 años de edad que les interese realizar un postgrado, y que vivan en el departamento de Cundinamarca, el otro 50% de los correos se deberán enviar a personas entre los 25 años hasta los 45 años de edad que les interese realizar cursos y diplomados virtuales y de corta duración, en temas de idiomas, desarrollo de proyectos, educación y administración.	UNIDAD	20.000																								
3	10.000 clics. Campañas de performance. Tiene como objetivo generar posicionamiento institucional, reconocimiento de marca y tráfico segmentado a la web institucional www.ucundinamarca.edu.co, dicho tráfico debe ser segmentado y perfileado bajo intereses de navegación, contenidos, edad, género, que corra en redes seguras (brand safety) y portales informativos Premium, con garantía de KPI. Segmento que se requiere: Hombres y mujeres de Colombia y Cundinamarca interesados en realizar un postgrado en universidad pública, así como profesionales interesados en realizar postgrados y diplomados virtuales en áreas como administración, educación e idiomas.	UNIDAD	10.000																								
4	12 clics. Placa publicidad bajo notificaciones Push a equipos celulares y bajo segmentación de acuerdo con la necesidad de la universidad. Modelo de compra CPC (Costo por clic) dicho tráfico debe ser segmentado así: hombres y mujeres que hablen en el departamento de Cundinamarca estrato socio económico 2,3 y 4 con intereses en educación superior y la realización de cursos cortos y virtuales. Los anuncios deben correr en redes seguras (brand safety) y portales informativos Premium, con garantía de KPI.	UNIDAD	12.000																								
5	20.000 Mensajes de texto a celulares. Los mensajes deben contener la url de redirección proporcionada por la UCundinamarca. Dicha estrategia debe ser segmentada y perfileada bajo intereses de navegación. Segmento que se requiere: Hombres y mujeres de Colombia y Cundinamarca, mayores de 18 años de edad de estrato socio-económico 2,3 y 4 con intereses en educación superior y cursos cortos y virtuales en áreas de administración, educación e idiomas.	UNIDAD	20.000																								

### OFERTA ECONÓMICA

No.	Cotizante	Valor Económico de la propuesta (Antes de IVA)
1	CASA EDITORIAL EL TIEMPO S.A.	\$ 45.680.000

De acuerdo a lo anterior se establece que la cotización presentada por, CASA EDITORIAL EL TIEMPO S.A. **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](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>UDECA</b> UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA	<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: ABSr100</b>
	<b>PROCESO GESTIÓN BIENES Y SERVICIOS</b>	<b>VERSIÓN: 3</b>
	<b>CONCEPTO TÉCNICO Y ECONÓMICO CONTRATACIÓN DIRECTA</b>	<b>VIGENCIA: 2020-08-25</b>
		<b>PAGINA: 3 de 6</b>

## 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 CASA EDITORIAL EL TIEMPO S. A		CUMPLE	
Nº2	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 por el representante legal.	X	
7	<b>Certificado de existencia y representación legal vigente y renovada,</b> expedido por la Cámara de Comercio respectiva, en el cual certifique que: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. El objeto social es afín al requerimiento de la presente invitación;</li> <li>2. La sociedad está registrada y tiene sucursal en Colombia;</li> <li>3. Demostrar un término de vigencia de sociedad del plazo del contrato y un (1) años más;</li> <li>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.</li> </ol> Haber sido expedido con fecha no mayor a treinta (30) días de antelación a la presentación de la propuesta	X	
8	<b>Certificado de Antecedentes Disciplinarios:</b> 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	<b>Certificado de Antecedentes Fiscales:</b> De la Sociedad y su Representante legal emitido por la Contraloría	X	

	<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: ABSr100</b>
	<b>PROCESO GESTIÓN BIENES Y SERVICIOS</b>	<b>VERSIÓN: 3</b>
	<b>CONCEPTO TÉCNICO Y ECONÓMICO CONTRATACIÓN DIRECTA</b>	<b>VIGENCIA: 2020-08-25</b>
		<b>PAGINA: 4 de 6</b>

	General de la Republica, con fecha de expedición no anterior a treinta (30) días calendario.		
<b>10</b>	<b>Certificado de Antecedentes Judiciales:</b> Del Representante legal con fecha de expedición no anterior a treinta (30) días calendario.	X	
<b>11</b>	<b>Fotocopia de la Cédula de Ciudadanía</b> del Representante Legal.	X	
<b>12</b>	<b>Fotocopia del Registro Único Tributario <u>RUT DEL PROPONENTE</u>.</b> La actividad Comercial debe estar actualizada y corresponder al Objeto a contratar.	X	
<b>13</b>	<p><b>Certificación de aportes parafiscales:</b> 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:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>b) El Representante Legal.</li> </ul>		X No cumple este documento debe certificar que se encuentra a paz y salvo dentro de los seis meses. Él oferente Solo apporto la certificación del último mes ( marzo)
<b>14</b>	<b>Certificado expedido por la ARL</b> respecto al cumplimiento del SG-SST y los Estándares mínimos en SST establecidos por la Resolución 0312 del 13 de febrero de 2019, con un puntaje mínimo de 86% (Aceptable).	X Cumple con el requisito de acuerdo con la verificación de la oficina se SST	

	<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: ABSr100</b>
	<b>PROCESO GESTIÓN BIENES Y SERVICIOS</b>	<b>VERSIÓN: 3</b>
	<b>CONCEPTO TÉCNICO Y ECONÓMICO CONTRATACIÓN DIRECTA</b>	<b>VIGENCIA: 2020-08-25</b>
		<b>PAGINA: 5 de 6</b>

NOTA: el cotizante CASA EDITORIAL EL TIEMPO S.A. Cumplió con la nota técnica del ABSr097 con consecutivo F-CD-015 que decía.

1. Con la cotización presentar adjunto a su propuesta la política de tratamiento de datos, la cual deberá revisarse por el área de seguridad de la Información. Se puede verificar <http://www.eltiempo.com/politica-de-privacidad>.

2. Adjuntar a la cotización un oficio firmado que certifique que el Oferente tiene registradas las bases de datos con autorización de los titulares en la Superintendencia de Industria y comercio.

3. Para las campañas de correo directo o envió a los correos electrónicos para dar a conocer la oferta académica de la universidad, es necesario que la empresa contratada cuente con bases de datos con las características señaladas en las especificaciones técnicas, y que las bases de datos hayan sido recolectadas de manera legal. La Universidad de Cundinamarca no proporcionara las bases de datos para las campañas. La UCundinamarca no cuenta con un software para realizar dichas campañas, por lo que se requiere, que la base de datos a la que se le enviaran las campañas por correo electrónico, se le envíen los correos con el aviso de privacidad, según la política de tratamiento de datos del contratista no de la UCundinamarca.

4. Para el caso del desarrollo contractual, el contratista enviara información concerniente a la Universidad de Cundinamarca, por lo cual, deberá disponer y especificar un aviso de privacidad, así como contar con los medios y controles necesarios para garantizar que una vez recibida la queja o solicitud de supresión en dichas bases de datos (Propiedad del Contratista), este no reiterara nuevamente una comunicación que pueda relacionar a la Universidad de Cundinamarca.

Se aclara que de acuerdo a los artículos 28 y 29 de la ley 30 de 1992 en concordancia con el principio de Autonomía Universitaria la Universidad de Cundinamarca ha expedido su propio estatuto y manual de contratación (los cuales pueden ser consultados en la página de la universidad), la solicitud de cotización del presente proceso debido a su cuantía se lleva a cabo por Adquisición de Bienes, Servicios u Obras Contratación Directa y está sujeto a las exigencias legales internas de la Universidad, por lo tanto se requiere que las cotizaciones deben enviarse con la totalidad de la documentación exigida debidamente diligenciada y acorde al proceso de cotización, por consiguiente la Contratación Directa no permite la subsanación.

Una vez evaluados los documentos solicitados, revisadas las especificaciones técnicas y el valor económico de la cotización, se declara **DESIERTO, se solicita volver a publicar**

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

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: 3</b>
	<b>CONCEPTO TÉCNICO Y ECONÓMICO CONTRATACIÓN DIRECTA</b>	<b>VIGENCIA: 2020-08-25</b>
		<b>PAGINA: 6 de 6</b>

NOMBRE: CAROLINA MELO RODRIGUEZ

FIRMA



CARGO: JEFE ASESORA OFICINA DE COMUNICACIONES

32.1-41.3.