

## CONVOCATORIA ABIERTA PARA SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DEL PROVEEDOR, PARA LA PLANEACIÓN Y EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA DIGITAL DE LA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN AL CONSUMO DE PAPA.

### INFORMACIÓN GENERAL DEL PROCESO

**ÁREA:** Comunicación y Mercadeo.

**PROGRAMA:** Estudios económicos y comercialización.

**PROYECTO:** Estrategia de promoción al consumo de papa y posicionamiento del Fondo Nacional de Fomento de la papa - FNFP

**FECHA:** 19 de febrero de 2025.

### CAPÍTULO I

#### GUÍA BÁSICA PARA EL DESARROLLO DE LA PROPUESTA

##### 1. ANTECEDENTES

La Federación Colombiana de Productores de Papa (FEDEPAPA), en calidad de administrador de los recursos del Fondo Nacional de Fomento de la Papa (en adelante FNFP), pone a disposición de los interesados los Términos de Referencia para la selección del contratista encargado de desarrollar y ejecutar la estrategia de social media, que incluye administración y gestión de redes sociales, página web, campañas de e-mail marketing, diseño de piezas gráficas, piezas de pauta digital, producción de material audiovisual y el desarrollo de soluciones digitales.

El consumo de papa en fresco (cruda) en Colombia durante los últimos años se ubica en promedio en 32 kg/persona mostrando una tendencia de incremento.

Del 2022 al 2024 la Campaña de Promoción al Consumo de Papa se encuentra direccionada bajo un plan estratégico, en el que se establecieron los lineamientos de comunicación y posicionamiento de la categoría entendiendo que se debía abordar desde

tres enfoques: **“La plataforma emocional”**, cuyo objetivo es transmitir mensajes que generen un vínculo emocional entre el producto y el consumidor; **“La plataforma de conocimiento y versatilidad”**, cuyo propósito es difundir las variedades de papa que existen (las más comerciales) y su adecuada preparación mediante la elaboración de múltiples recetas con cada una de ellas y **“La plataforma de nutrición”**, que se enfoca en desmitificar creencias entorno a la papa. Todo esto a través de información veraz, enmarcado bajo el enfoque de **“origen”**, por el cual está determinado el plan estratégico.

El plan estratégico 2025-2026, que tiene una vigencia no mayor a un año, mantiene los pilares de comunicación segmentada para promoción y divulgación del consumo dirigido al productor de papa, el consumidor final y la comunicación organizacional. Dispone de tácticas las cuales se centran en acciones digitales y el acercamiento uno a uno para actividades BTL y ATL, que a través de campañas que destaquen su valor nutricional y versatilidad, se adapten a las nuevas tendencias de consumo y destaquen la conexión con la audiencia en las plataformas digitales.

Actualmente, el ecosistema digital consiste en: sitio web propio [www.preparalapapa.com](http://www.preparalapapa.com), y perfiles en Threads, Instagram, Facebook, TikTok, YouTube y Twitter, activos digitales que fueron creados con la necesidad de comunicar parte de la estrategia de la campaña de publicidad, que busca aumentar el consumo de la papa colombiana, posicionar la papa como la mejor opción en el consumo de carbohidratos y para garantizar la integración de las acciones expuestas en el plan estratégico 2022- 2024.

## 2. OBJETIVO PRINCIPAL

El objeto del contrato es la prestación de servicios profesionales para desarrollar y ejecutar la estrategia de social media, que incluye administración y gestión de redes sociales, página web dentro de la cual se contempla incluye la renovación del hosting, dominio y certificado SSL, campañas de e-mail marketing, diseño de piezas gráficas, piezas de pauta digital que buscan fortalecer los activos digitales de la Campaña de Promoción al Consumo de Papa y la pauta digital de los activos del FNFP, los cuales, para la vigencia 2025 requieren ser divulgados en campañas segmentadas y dirigidas según los lineamientos del FNFP, producción de material audiovisual y el desarrollo de soluciones digitales. Así como la administración y mantenimiento relacionado al correcto funcionamiento de los servidores, canales y activos digitales anteriormente nombrados asociados a la campaña de fomento al consumo del FEDEPAPA-FNFP.

## 3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fortalecer, ampliar la confianza y aumentar la credibilidad en el consumo de papa a través del ecosistema digital de la Campaña de Promoción al Consumo de Papa.
- Comunicar los beneficios que trae la papa a nivel nutricional, aumentando el nivel de reconocimiento de la papa en diferentes audiencias digitales.
- Garantizar la ejecución de acciones tácticas que involucren todo el ecosistema digital, alineando los objetivos de mercadeo y de FEDEPAPA - FNFP.
- Alcanzar los indicadores que permiten evaluar la gestión realizada en las diferentes redes sociales (RR.SS) y página web.

## 4. ALCANCE

- 4.1. Garantizar el desarrollo de campañas y acciones tácticas con un alto grado de creatividad, las cuáles deben contar con un alcance mínimo desde 15.000.000 de personas verificables en Redes Sociales, cuyos indicadores de medición mensual serán:

- > Marzo: alcance mínimo desde 1.900.000 personas verificables en RRSS.
- > Abril: alcance mínimo desde 1.500.000 personas verificables en RRSS.
- > Mayo: alcance mínimo desde 1.650.000 personas verificables en RRSS.
- > Junio: alcance mínimo desde 1.500.000 personas verificables en RRSS.
- > Julio: alcance mínimo desde 1.600.000 personas verificables en RRSS.
- > Agosto: alcance mínimo desde 1.500.000 personas verificables en RRSS.
- > Septiembre: alcance mínimo desde 1.500.000 personas verificables en RRSS.
- > Octubre: alcance mínimo desde 1.600.000 personas verificables en RRSS.
- > Noviembre: alcance mínimo desde 1.500.000 personas verificables en RRSS.
- > Diciembre: alcance mínimo desde 1.500.000 personas verificables en RRSS.

- 4.2. Creación y planeación de la estrategia de social media y comunicación digital 2025.
- 4.3. Entrega de planes estratégicos de ejecución trimestral, un total de cuatro (4), para los contenidos en el ecosistema digital y uno (1) para las dinámicas de interacción que se llevarán a cabo en el curso del año 2025.
- 4.4. Creación de parrillas de contenidos especializados en la categoría.
- 4.5. Diseño de todas las piezas gráficas y multimedia necesarias para (Threads, Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, Pagina Web, Mailing y edición de contenidos para TikTok, entre otros elementos que se sumen durante el año a la estrategia del ecosistema digital de la Campaña de Promoción al Consumo de Papa), estas piezas deben ser aprobadas en su totalidad por la Dirección de Mercadeo de FEDEPAPA - FNFP.

- 4.6. Desarrollo e implementación de la estrategia de marketing de contenidos y comunicación para 2025, abarcando la creación, divulgación y optimización de contenido atractivo y único con técnicas SEO / SEM en el sitio web [www.preparalapapa.com](http://www.preparalapapa.com).
- 4.7. Presentación mensual, trimestral, semestral y anual de resultados con métricas en donde se evidencie la gestión en RRSS, el posicionamiento web y resultados de concursos.
- 4.8. Realización de dinámicas de interacción que premien a la audiencia, con un mínimo de cuatro (4) concursos anuales.
- 4.9. Garantizar la obtención de nuevos seguidores en las Redes Sociales, desde mínimo 20.000 anuales.
- 4.10. Garantizar la obtención de nuevos leads, con un mínimo de 600 usuarios interesados en La Escuela de La Papa Digital durante el 2025.
- 4.11. Realización de La Escuela de la Papa Digital en mínimo cuatro (4) momentos durante el 2025.
- 4.12. Monitorear conversaciones a través de herramientas de búsqueda especializada.
- 4.13. Reuniones de seguimiento (tráfico) periódicamente según sea determinado por el Director de Mercadeo de FEDEPAPA -FNFP.
- 4.14. Establecimiento y cumplimiento de los KPI's y reporte de los mismos de manera mensual.
- 4.15. Acompañamiento y asesoría en la toma de decisiones en la estrategia 2025.
- 4.16. Entrega a tiempo de las facturas mensuales acompañadas del informe de gestión del mensual, trimestral y anual.
- 4.17. Realizar cualquier ajuste necesario identificado por FEDEPAPA-FNFP dentro de las estrategias y tácticas planteadas 2025.

## 5. ENTREGABLES

Los proponentes competirán en la modalidad de convocatoria abierta, donde deberán presentar una (1) propuesta estratégica orientada al posicionamiento de la categoría y la comunicación eficaz en el entorno digital de consumo, que permita mostrar los beneficios, versatilidad y practicidad de la papa, llegando a nuevas audiencias digitales. La propuesta, deberá incluir un relevante racional creativo, definición de acciones tácticas digitales y KPI's, todo esto alineado al plan estratégico 2025- 2026, con el objetivo general de aumentar el consumo de papa nacional en fresco en Colombia. Información relacionada en el Anexo 1.

## 6. PRODUCTOS ESPERADOS

- 6.1. Propuesta creativa estratégica con acciones tácticas para ejecución a un año.
- 6.2. Proyección de KPI's a partir de la gestión de los históricos de la campaña teniendo en cuenta número de seguidores, alcance, interacciones, número de post, stories, impresiones, etc.
- 6.3. Definición de metas para dinámicas de interacción.
- 6.4. Proyección de tácticas para lograr el mínimo alcance establecido, nuevos seguidores determinados y leads esperados desde este documento.
- 6.5. Desarrollo de estrategia digital en la participación de un evento deportivo y gastronómico.
  - 6.5.1. (2) Evento deportivos.
  - 6.5.2. (2) Evento gastronómicos.
- 6.6. Enfoque de contenidos estratégicos para cada canal del ecosistema digital de La Campaña de Promoción al Consumo de Papa.
- 6.7. Desarrollo de estrategia digital para "La Escuela de la papa digital", en trabajo conjunto con la agencia de *influencers* que quede seleccionada para dicha acción, sumado a la obtención de leads planeados.

## 7. COSTOS DERIVADOS DE LA PARTICIPACIÓN EN EL PROCESO DE ELECCIÓN

Los costos y gastos en que los interesados incurran con ocasión del análisis del proceso, la presentación de observaciones, la preparación y presentación de las ofertas y cualquier otro costo o gasto relacionado con la participación del proceso de contratación estará a cargo exclusivo de los interesados y proponentes.

## 8. TERRITORIO

Colombia – Nivel nacional.

## 9. DURACIÓN DEL CONTRATO

El contrato tendrá una duración de 10 meses, es decir, desde marzo hasta diciembre del 2025.

## 10. PRESUPUESTO Y FORMA DE PAGO

El presupuesto total asignado del contrato es la suma hasta **CUATROCIENTOS CINCUENTA Y CUATRO MILLONES SETECIENTOS NOVENTA MIL DOSCIENTOS NOVENTA Y CINCO PESOS M/CTE (\$454.790.295)** impuestos legales incluidos. Del presupuesto total asignado se destina un total de inversión al año para pauta digital de hasta **CIENTO VEINTIDÓS MILLONES SETECIENTOS NOVENTA Y TRES MIL TRESCIENTOS OCHENTA M/CTE (\$122.793.380)** impuestos legales incluidos. El oferente puede presentar una propuesta de menor valor siempre y cuando cubra la totalidad de todos los gastos involucrados dentro de la estrategia digital y la pauta. (Costos, producción, estudios, derechos de propiedad intelectual, impuestos y demás erogaciones requeridas).

Los pagos se realizarán así:

Pagos mensuales , previa presentación de la factura, informe de avance y desarrollo de las actividades y objeto contractual el cual debe contar con aprobación y aceptación por parte del supervisor del contrato y el certificado del revisor fiscal si la empresa proponente está obligada a tenerlo o del representante legal de la entidad proponente, manifestando estar a Paz y Salvo con la obligatoriedad del pago de los aportes parafiscales y de seguridad social, adjuntando las planillas de pago correspondientes al mes anterior a la presentación de la factura, FEDEPAPA – FNFP, pagará nueve (9) mensualidades de marzo a noviembre del 2025 de hasta **CUARENTA Y UN MILLONES TRESCIENTOS CUARENTA Y CUATRO MIL QUINIENTOS SETENTA Y DOS M/CTE (\$41.344.572)** y una (1) mensualidad en diciembre de **OCHENTA Y DOS MILLONES SEISCIENTOS OCHENTA Y NUEVE MIL CIENTO CUARENTA Y CINCO M/CTE (\$82.690.147)** impuestos legales incluidos.

Las fechas de los pagos se establecerán una vez el perfeccionamiento del contrato se efectúe. Cada pago será con impuestos legales incluidos.

Los pagos se efectuarán a más tardar dentro de los quince (15) días calendario siguientes a la fecha de radicación de las facturas y documentos correspondientes, exceptuando anticipos, los cuales se pagarán dentro de los ocho (8) días calendario siguientes a la debida radicación de la factura.

Si la(s) factura(s) no ha(n) sido correctamente elaborada(s), o no se acompañan de los documentos requeridos para el pago, el término para el trámite de pago sólo empezará a contarse desde la fecha en que se presenten debidamente corregidas, o desde que se haya aportado el último de los documentos solicitados.

Las demoras que se presenten por estos conceptos serán de responsabilidad del contratista y no tendrá por ello, derecho al pago de intereses o compensación de ninguna naturaleza.

Se debe presentar como soporte de cada uno de los pagos la certificación expedida por el revisor fiscal, cuando esté obligado a tenerlo en los términos de Ley, o por el representante legal, respecto del cumplimiento por parte del contratista de sus obligaciones con los sistemas de salud, riesgos laborales, pensiones y aportes a las Cajas de Compensación Familiar, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar y Servicio Nacional de Aprendizaje, cuando a ello haya lugar. Será causal de terminación unilateral del contrato, cuando se compruebe la evasión en el pago total o parcial de los referidos aportes.

## 11. FECHA DE APERTURA Y CIERRE DE LA INVITACIÓN

El proceso se realizará desde el miércoles 19 de febrero de 2025 hasta el miércoles 26 de febrero de 2025. La publicación de esta convocatoria se realizará a través de la página web del administrador FEDEPAPA [www.fedepapa.com](http://www.fedepapa.com)

## 12. OBSERVACIONES Y/O ACLARACIONES

Las solicitudes de aclaración y observaciones de los interesados se deben realizar por escrito a los correos electrónicos: [dir.mercadeo@fedepapa.org](mailto:dir.mercadeo@fedepapa.org) y [convocatorias.fnfp@fedepapa.org](mailto:convocatorias.fnfp@fedepapa.org), con el nombre de la persona que las envía, número de teléfono y correo electrónico. En ningún caso se atenderán estas solicitudes sin la identificación del solicitante, ni de manera telefónica o personal.

## 13. CRONOGRAMA

PROCESO	FECHA*
Apertura	Miércoles 19 de febrero de 2025.
Observaciones y aclaraciones	Hasta el viernes 21 de febrero de 2025, 2:00 p.m.
Respuestas a observaciones	Lunes 24 de febrero de 2025 hasta las 3:00 p.m.
Adendas	Martes 25 de febrero de 2025.
Plazo máximo recibo propuestas	Miércoles 26 de febrero de 2025 hasta las 5:00 p.m. La oferta en medio magnético debe ser entregada en un dispositivo que contenga los archivos electrónicos, y por correo electrónico a <a href="mailto:dir.mercadeo@fedepapa.org">dir.mercadeo@fedepapa.org</a> y

PROCESO	FECHA*
	convocatorias.fnfp@fedepapa.org y en físico, entregar en la dirección Fedepapa Autopista Norte No 106 b-84 Bogotá D.C. hasta las 5:00 p.m.
Notificación de propuestas aceptadas para sustentación.	Jueves 27 de febrero de 2025.
Sustentación de las propuestas aceptadas y selección de la ganadora.	Viernes 28 febrero de 2025 en las oficinas de Fedepapa en la Autopista Norte No 106 b-84 Bogotá D.C. o previa reunión virtual.
Inicio del proceso de contratación	Lunes 3 de marzo de 2025.

## CAPÍTULO II

### REQUISITOS PARA LA PARTICIPACIÓN EN EL PROCESO DE SELECCIÓN

#### 1. PARTICIPANTES

En el presente proceso de selección, los participantes deben ser personas jurídicas o naturales, consorcios o uniones temporales cuyo objeto social tenga relación con el objeto de la presente convocatoria, nacionales, legalmente constituidas en Colombia, con actividad a nivel nacional, que no infrinjan las normas constitucionales y legales colombianas y que cumplan con los requisitos exigidos en los presentes términos de referencia.

#### 2. CAPACIDAD JURÍDICA

El oferente debe presentar la propuesta debidamente firmada por la persona natural o por el representante legal, en el caso de la persona jurídica o el que haya sido designado para el efecto en el consorcio o unión temporal, dentro del plazo fijado. La omisión de este requisito no es subsanable y configura el rechazo del ofrecimiento.

En el evento de tratarse de una persona jurídica el representante legal, de conformidad con lo establecido en el Certificado de Existencia y Representación Legal, debe encontrarse debidamente facultado para presentar la oferta, suscribir y ejecutar el contrato. Cuando los estatutos de la entidad contengan alguna limitación para presentar ofertas deberá anexarse,

además de la representación legal, copia del acta de junta o del órgano social según lo establezcan los estatutos, en la cual se faculte para entregarla.

En el caso de consorcios o uniones temporales, su vigencia de constitución debe ser como mínimo el doble del plazo para la ejecución del contrato. Quien haga sus veces de representante legal debe estar debidamente facultado en el documento privado mediante el cual se constituyó. De igual forma, si el consorcio o unión temporal se encuentra integrado por dos o más personas jurídicas deberá anexarse Certificado de Existencia y Representación Legal de cada una de ellas; si se encuentra constituido por dos o más personas naturales, deberá anexarse el certificado mercantil de persona natural y del establecimiento de comercio, respectivamente.

### 3. EXPERIENCIA

El proponente debe acreditar experiencia mínima en 2 contratos iguales o superiores al valor del contrato que se pretende celebrar.

El Proponente deberá certificar experiencia específica en proyectos relacionados con desarrollo de estrategias y planes digitales y/o desarrollo de campañas publicitarias, para ello deberá acreditar mínimo 2 contratos o acuerdos de negociación ejecutados dentro de los cinco (5) años anteriores, contados a partir de la fecha máxima para recepción de propuestas.

Las certificaciones de los contratos celebrados y ejecutados deberán:

- Ser iguales o superiores al valor del contrato que se pretende celebrar.
- Tener certificación del objeto del contrato celebrado, la acreditación de la experiencia comprobada estrategias de marketing digital, planes de social media y Google Ads y Google Partner.
- Si la propuesta es presentada como consorcio o unión temporal, se podrán reportar experiencias de cualquiera de sus integrantes. De acuerdo con el porcentaje de participación de dicho integrante en el proyecto dentro del proponente plural se calculará el monto que será tenido en cuenta para la sumatoria de los valores de los contratos relacionados.

Las certificaciones de contratos y/o de acuerdos de negociación deberán contener, como mínimo, la siguiente información:

#### 3.1. Entidad contratante.

- 3.2. Entidad contratista.
- 3.3. Objeto del contrato.
- 3.4. Actividades realizadas.
- 3.5. Valor del contrato.
- 3.6. Fecha de inicio.
- 3.7. Fecha de terminación.
- 3.8. Fecha de expedición de la certificación.
- 3.9. Nombre, firma y cargo de quien tiene la facultad para firmar la certificación.

## EXPERIENCIA DEL EQUIPO DE TRABAJO PROPUESTO PARA EL MANEJO DEL OBJETO A CONTRATAR

El representante legal de la persona jurídica, consorcio o unión temporal proponente deberá describir y certificar la experiencia del equipo de trabajo que desarrollará la propuesta, anexando hojas de vida de los cargos que se relacionan a continuación:

- Director de cuenta (Mínimo dos años de experiencia).
- Director y/o coordinador creativo (Mínimo dos años de experiencia).
- Desarrollador web (Mínimo dos años de experiencia).
- Planner digital (Mínimo un año de experiencia).
- Community manager (Mínimo dos años de experiencia).
- Dos (2) diseñadores gráficos y/o multimedia (Mínimo tres años de experiencia).

## 4. REQUISITOS JURÍDICOS

### 4.1. Certificado de Existencia y de Representación Legal (persona jurídica) o documento privado del consorcio o unión temporal:

Certificado de Existencia y Representación Legal del proponente, con fecha de expedición no superior a treinta (30) días calendario a la fecha de entrega de la documentación y en el caso de uniones temporales original o copia auténtica del contrato.

### 4.2. Certificado mercantil de persona natural y del establecimiento de comercio:

Certificado mercantil de persona natural y del establecimiento de comercio, con fecha de expedición no superior a treinta (30) días calendario a la fecha de entrega de la documentación.

#### 4.3. Documento de facultades para contratar (persona jurídica):

El proponente deberá presentar autorización de los socios para contratar, si lo requiere, en el caso de restricciones estatutarias sobre el representante legal.

#### 4.4. Registro Único Tributario:

Fotocopia legible del RUT del proponente, expedido por la DIAN con fecha no mayor a 30 días calendario a la presentación de la documentación. Del RUT se evaluará que el proponente esté clasificado en actividades relacionadas con el objetivo de la propuesta a presentar. En caso de ser un consorcio o unión temporal, ésta deberá presentar el RUT o la constancia de trámite y cada integrante de éstos deberán presentar el documento.

#### 4.5. Copia simple del documento de identificación de la persona natural, del representante legal o su apoderado:

Copia simple y legible del documento de identificación de la persona natural o del representante legal del proponente. En caso de consorcio o unión temporal cada uno de sus integrantes deberá allegar el documento.

En caso que la persona natural, jurídica o el consorcio o unión temporal actúe a través apoderado judicial deberá allegar el correspondiente documento de identificación junto con el poder general constituido mediante escritura pública o poder especial, amplio y suficiente conferido para el efecto, debidamente autenticado en sus firmas y huellas.

#### 4.6. Certificado de pagos de parafiscales y seguridad social:

Certificado del revisor fiscal si la empresa proponente está obligada a tenerlo o del representante legal de la entidad proponente, manifestando el Paz y Salvo en los aportes parafiscales y de seguridad social, adjuntando las planillas de pago correspondientes al mes anterior a la presentación de la propuesta.

En caso de consorcio o unión temporal cada uno de sus integrantes deberá allegar el documento.

#### 4.7. Certificación de antecedentes fiscales:

Certificado de antecedentes en el Boletín de responsables Fiscales de la Contraloría General de la República con fecha de expedición no superior a **30 días** calendario, de la entidad proponente en el que se evidencie que la persona natural o jurídica y el representante legal no cuentan con antecedentes fiscales. Para el caso de los Consorcios o Uniones Temporales, cada uno de los integrantes debe cumplir con el requisito.

#### **4.8. Certificación de antecedentes disciplinarios:**

Certificado de antecedentes disciplinarios expedido por la Procuraduría General de la Nación en el que se verifique que la persona natural o jurídica y el representante legal no cuenta con antecedentes disciplinarios o inhabilidades vigentes, con fecha de expedición no superior a **30 días** calendario. Para el caso de los Consorcios o Uniones Temporales, cada uno de los integrantes debe cumplir con el requisito.

#### **4.9. Certificación de antecedentes judiciales expedido por la Policía Nacional de Colombia:**

Certificado de antecedentes judiciales expedido por la Policía Nacional de Colombia en el que se verifique que la persona natural o el representante legal de la persona jurídica no cuenta con antecedentes judiciales, con fecha de expedición no superior a **30 días** calendario. Para el caso de los Consorcios o Uniones Temporales, cada uno de los integrantes debe cumplir con el requisito.

#### **4.10. Certificado de medidas correctivas:**

Certificado de medidas correctivas, del representante legal de la persona jurídica con fecha de expedición no superior a treinta (30) días calendario.

#### **4.11. Formulario debida diligencia terceros vinculados:**

Formulario FNFP-F-GA-05-136 debidamente diligenciado y suscrito.

#### **4.12. Declaración juramentada de inhabilidades, incompatibilidades e inexistencia de conflictos de interés - terceros vinculados.**

Los proponentes deberán presentar una declaración jurada en la cual certifique la ausencia de cualquier conflicto de interés que pueda afectar la imparcialidad de su propuesta. La declaración debe incluir un compromiso de que, en caso de identificarse un conflicto de interés durante el proceso, el proponente lo notificará de inmediato a FEDEPAPA-FNFP.

Los proponentes se comprometen a que su participación y las propuestas presentadas se alinearán con los más altos estándares de integridad y objetividad. Se prohíbe cualquier intento de influenciar indebidamente a los empleados responsables del proceso de selección.

Formato FNFP-F-GA-05-137 correspondiente a la declaración juramentada, debidamente diligenciado y suscrito.

#### **4.13. Garantía de seriedad de la oferta:**

El Proponente debe presentar una garantía de Seriedad de la Oferta por el diez por ciento (10%) del presupuesto asignado a esta invitación la cual deberá tener una vigencia de 60 días calendario a partir de su expedición.

## **5. DOCUMENTOS**

Se deben anexar los siguientes documentos:

- 5.1. Certificado de Existencia y Representación Legal (persona jurídica).
- 5.2. Documento privado de constitución (consorcios o uniones temporales).
- 5.3. Certificado mercantil de persona natural y del establecimiento de comercio.
- 5.4. Registro único tributario - RUT.
- 5.5. Estados Financieros y Balance General (del último periodo).
- 5.6. Copia Declaración de Renta del último periodo.
- 5.7. Relación de accionistas / asociados (si aplica).
- 5.8. Carta Declaración Conflicto de Intereses firmado por el representante legal apoderado, según el caso (si aplica).
- 5.9. Certificado antecedentes fiscales, disciplinarios y judiciales tal como se describe en el presente capítulo.
- 5.10. Certificación bancaria.

## **6. CAPACIDAD FINANCIERA Y ORGANIZACIONAL**

Para efectos de verificar su capacidad financiera, el proponente deberá presentar el Balance General y el Estado de Resultados a diciembre 31 de 2024 o el último presentado

del trimestre más vigente con sus notas aclaratorias, firmados por la persona natural, Representante Legal, Contador Público y Revisor Fiscal, si está obligado a ello.

En el Balance General o en documento anexo firmado por el Contador deberá discriminarse el Activo Corriente y el Pasivo Corriente, en el Estado de Resultados se deberá discriminar la Utilidad Operacional.

Para participar en el proceso de selección, el proponente deberá cumplir con los siguientes indicadores a 31 de diciembre de 2024:

- Total, patrimonio: mayor o igual al 70% del valor del contrato.
- Índice de Liquidez: mayor 0.80.
- Índice de endeudamiento menor o igual a 0.50.
- Razón de cobertura de intereses mayor o igual a 0.80.
- Rentabilidad sobre el patrimonio mayor o igual a 0.10.
- Rentabilidad sobre activos mayor o igual a 0.05.

En el caso de consorcios y uniones temporales cada miembro deberá presentar sus respectivos rubros contables acreditando el cumplimiento de los indicadores de capacidad financiera.

## CAPÍTULO III

### PROPUESTA

#### 1. FORMA DE PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA

Dando alcance a lo previsto en el Capítulo I, numeral 13, la recepción de las propuestas se hará hasta las 5:00 p.m. por medio magnético, por correo electrónico a las siguientes direcciones: [dir.mercadeo@fedepapa.org](mailto:dir.mercadeo@fedepapa.org), y [convocatoriasfnfp@fedepapa.org](mailto:convocatoriasfnfp@fedepapa.org) en físico en la dirección Autopista Norte No 106 b-84 Bogotá D.C. hasta las 5:00 p.m.

#### 2. COMUNICACIONES

Las propuestas en físico y en medio magnético, deberán ser entregadas en sobres cerrados y sellados al área de correspondencia de la Federación Colombiana de Productores de

Papa, FEDEPAPA, a más tardar el día miércoles 26 de febrero de 2025 hasta las 5:00 p.m. en la Autopista Norte No 106 b-84 Bogotá D.C.

Las propuestas que se presenten después de la fecha y hora fijadas como límite para su entrega serán rechazadas.

No se aceptarán propuestas presentadas por medios diferentes a los aquí descritos.

Los proponentes habilitados deberán realizar una sustentación de sus propuestas de máximo treinta (30) minutos, para la cual podrán utilizar las herramientas y ayudas tecnológicas que consideren convenientes. La fecha de la sustentación está señalada en el cronograma y la hora se informará oportunamente.

### 3. IDENTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

Tanto el correo electrónico como cada paquete en físico y medio magnético, deberá cumplir con las siguientes especificaciones e identificarse de la siguiente forma:

*FONDO NACIONAL DE FOMENTO DE LA PAPA*

*CONVOCATORIA ABIERTA PARA SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DEL  
PROVEEDOR, PARA LA PLANEACIÓN Y EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA DIGITAL  
DE LA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN AL CONSUMO DE PAPA.*

- Original/ Copia No. \_\_\_\_ (Indicación si se trata del original o copia y número de ésta)
- Nombre o razón social del proponente.
- Número de folios que se presentan.
- Dirección del proponente.
- Teléfono, correo electrónico, fax del proponente.

Si se advirtiere alguna diferencia entre el original de una propuesta y sus copias, prevalecerá la información consignada en el original. De igual manera se exige total concordancia entre la propuesta presentada y sus anexos.

Todos los gastos que impliquen la preparación y presentación de la propuesta corren por cuenta y riesgo del proponente y no serán reembolsables.

## 4. FORMA DE PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA

Cada propuesta tanto en físico como medio magnético y en sus copias deberá presentarse **ESTRICTAMENTE** en el siguiente orden:

4.1 Comunicación contentiva del proceso de contratación al cual se presenta el proponente, junto con el índice en el que se relacione el contenido total de la propuesta.

4.2. Los documentos detallados en el CAPÍTULO II como requisitos para la participación en el proceso de selección.

4.3. La propuesta con los aspectos descritos en los términos de referencia formulados.

## 5. ASPECTOS CALIFICABLES

Solo serán calificadas las propuestas que hayan acreditado el cumplimiento de los requisitos para la participación en el proceso de selección.

Aquellas propuestas que no cumplan con los requisitos para la participación en el proceso de selección serán devueltas, previa solicitud del proponente. La propuesta con los aspectos calificables deberá venir firmada por la persona natural o el representante legal del proponente y, además:

- Deberá ser presentada en moneda colombiana.
- El valor de la oferta debe incluir todos los costos directos e indirectos e impuestos en que incurra el proponente para el cumplimiento de su oferta.
- En el evento en que se presente divergencia entre el valor expresado en números y letras, prevalecerá la cantidad expresada en letras.
- FEDEPAPA-FNFP no reconocerá ningún ajuste de tarifas o precios durante la vigencia del contrato, por lo tanto, el proponente debe proyectar el valor de la oferta por el tiempo de duración del contrato.

En el evento de presentarse una sola propuesta, que cumpla los requisitos y sea considerada favorable, el proceso de selección podrá ser adjudicado a tal proponente, siempre y cuando la sustentación de la propuesta sea aprobada por la gerencia de

FEDEPAPA-FNFP y el comité que se haya dispuesto para la evaluación de la propuesta. Si ningún proponente cumpliera los requisitos, el proceso de selección se declarará desierto y se volverá a hacer nuevo proceso de selección.

## CAPÍTULO IV

### CALIFICACIÓN

#### 1. FACTORES DE CALIFICACIÓN

CRITERIO	PARTICIPACIÓN
Factor creativo y estratégico	70%
Factor técnico	20%
Factor económico y valores agregados	10%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

##### 1.1. Factor creativo y estratégico

Para la presentación del plan estratégico digital el proponente tendrá como guía el Anexo 1 (plan estratégico 2025- 2026). La evaluación de la propuesta se realizará de acuerdo con el desarrollo total del objetivo solicitado y al proponente que cumpla con ese criterio se le otorgará el puntaje más alto, sujeto a los siguientes criterios:

EVALUACIÓN DE FACTOR ESTRATÉGICO	
Diagnóstico estratégico digital (interno y externo de la marca de consumo)	10
Propuesta estratégica (Innovación, creatividad y conceptualización)	30
Implementación acciones tácticas	15
Enfoque gráfico	15
<b>TOTAL</b>	<b>70</b>

##### 1.2. Factor técnico

Los proponentes deberán adjuntar al paquete de documentos, certificaciones que hagan constar que sus colaboradores cuentan con formación en Mercadeo Digital o Social Media.

A cada certificado se le otorgará un puntaje de 5 puntos, en caso de contar con la misma cantidad de certificados, se otorgará el mismo puntaje a los proponentes, siendo el puntaje máximo **20 puntos**.

### 1.3 Factor económico y valores agregados

FEDEPAPA- FNFP a partir del valor de las ofertas recibidas, tendrá en cuenta los valores agregados propuestos basados en acciones que beneficien la campaña y estas acciones tendrán un peso de **10 puntos**.

## 2. ESTRATEGIA – SUSTENTACIÓN

Los proponentes deberán presentar su conceptualización para la planeación y ejecución de la estrategia digital del 2025 de acuerdo a los parámetros y los anexos presentados, si cumplen los requisitos, deberán sustentarla en la fecha señalada en el cronograma.

## 3. OPTIMIZACIÓN DE PRESUPUESTO

Los proponentes deberán presentar la mejor oferta en términos de optimización de recursos creativos, humanos, técnicos, pauta y valores agregados vs presupuesto.

## CAPÍTULO V

### REVISIÓN

#### 1. CAUSALES DE RECHAZO

La postulación será rechazada cuando se presenten cualquiera de las siguientes causales:

- Cuando la empresa o persona natural no cumpla con las especificaciones exigidas en los presentes términos de referencia.
- Que la persona natural, jurídica, el consorcio o unión temporal o el representante legal estén incurso en causal de inhabilidad o incompatibilidad según la normatividad regulada por los respectivos entes de control.
- Ofertas que sean presentadas después de vencido el plazo establecido para el efecto en el cronograma.

- Se entenderá desierta cuando ninguno de los oferentes cumpla con un mínimo del 70% de puntaje establecido.

## 2. OBSERVACIONES Y/O ACLARACIONES

El proponente debe tener en cuenta que:

- Ninguno de los requisitos exigidos en esta convocatoria será **subsancable**.
- Si en el desarrollo de la revisión documental se evidencia el incumplimiento en uno o más de los requisitos, no se continuará con la revisión de los demás requisitos establecidos, rechazando la propuesta.
- La existencia de incompatibilidades, inhabilidades o conflictos de interés no declarados en el marco de la convocatoria constituye una vulneración de los principios de transparencia y buena fe, y podrá dar lugar a la exclusión del proceso de selección o, en caso de haber sido adjudicado, a la nulidad de las actuaciones derivadas, de conformidad con lo dispuesto en las normas legales aplicables y el régimen de inhabilidades e incompatibilidades vigente del Fondo Nacional de Fomento de la Papa y la Federación Colombiana de Productores de Papa.

Será responsabilidad del participante garantizar la veracidad y completitud de la información suministrada, así como manifestar de manera expresa cualquier circunstancia que pueda comprometer la transparencia, imparcialidad o legalidad del proceso, conforme a lo dispuesto en la normatividad aplicable en materia de contratación pública y gestión administrativa.

**GERMÁN PALACIO VÉLEZ**  
**REPRESENTANTE LEGAL DE FEDEPAPA**

**ADMINISTRADOR DEL FONDO NACIONAL DE FOMENTO DE LA PAPA**

Original firmado

**Aprobó:** Paula F Camargo – Director Jurídico y Talento Humano.

**Revisó:** Steven Riascos C – Director de Investigaciones Económicas y Mercados.  
Maritza Díaz C – Director Administrativo.

**Proyectó:** Diana Agudelo J – Director de Mercadeo.