

	<h1>TÉRMINOS DE REFERENCIA</h1>		
	VERSIÓN: 01	FECHA: 01-08-2021	

CONVOCATORIA ABIERTA PARA SELECCIÓN COMPRA DE MEDIOS MASIVOS MULTIMEDIA A NIVEL NACIONAL.

INFORMACIÓN GENERAL DEL PROCESO

ÁREA: Comunicación y Mercadeo
PROGRAMA: Comercialización
PROYECTO: Promoción al consumo
FECHA: 12 de abril de 2022

CAPITULO I

1. ANTECEDENTES

La Federación Colombiana de Productores de Papa (FEDEPAPA) en calidad de administradora 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 la compra de medios masivos multimedia a nivel nacional.

El incremento del precio de la papa en los últimos meses ha generado un malestar y constantes reclamos por parte de los consumidores quienes se han visto bastante afectados por el incremento de hasta el 144% de este producto en el primer trimestre.

El incremento del precio de la papa se ha dado de una forma proporcional al incremento de los insumos agropecuarios. En el último año aproximadamente 15.000 agricultores dejaron de cultivar papa por ser una actividad económica que no genera una alta utilidad.

Todos estos factores, sumados a los paros y la pandemia, han afectado el valor de la papa; de modo que, estas circunstancias han llevado al desarrollo de una estrategia con lineamientos de comunicación enfocados en dos pilares: “*Son buenas porque*”, para contrarrestar inhibidores de consumo de papa y “*Colombia sin papa...*” para generar un mayor vínculo respecto a la importancia de la papa en el día a día del consumidor.

En dicha línea, algunos hitos son:

1. El consumidor en algunos casos prefiere poner en su menú productos sustitutos como plátano, yuca, arroz y pasta.
2. A pesar de que es uno de los 3 elementos más consumidos de la canasta familiar es un producto que no es percibido como tradicional e importante.
3. El desconocimiento de su aporte nutricional y funcional hace que el consumidor no sea consiente de los beneficios al momento de ingerirla.
4. El desconocimiento de las variedades de papas y su versatilidad culinaria hace que el producto no tenga muchas preparaciones.

La Federación Colombiana de Productores de Papa, FEDEPAPA en calidad de administrador de los recursos del Fondo Nacional de Fomento de la Papa – FNFP– en virtud del contrato de administración suscrito entre el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y en cumplimiento del Artículo 10 numeral B de la Ley 1707 de 1993, promueve acciones que conduzcan a la regulación de la oferta y la demanda de papa, para proteger a sus productores contra oscilaciones anormales de los precios y procurarles un ingreso remunerativo, para lo cual tiene la necesidad de dar continuidad a las acciones de comunicación contempladas dentro del plan estratégico 2021-2024. El Fondo Nacional de Fomento de la Papa, es una cuenta que proviene de la contribución parafiscal aportada por los agricultores de papa, financiando la presente convocatoria.

Por tal razón, se estructuró un plan estratégico de mercadeo para el Programa Nacional de Promoción al Consumo de Papa a ejecutar durante los años 2021 al 2024, estableciendo el concepto creativo, estrategias, canales, metas, indicadores y formas de medición con un objetivo claro, el incremento del consumo de papa colombiana en fresco.

Pilares de comunicación del plan de mercadeo 2021-2024

Para 2021 el FNFP realizó la presentación y socialización del concepto de comunicación “**Somos el país más buena papa del mundo**”, para los próximos 4 años y por lo que se quiere continuar con el objetivo de generación de marca de FEDEPAPA|FNFP y un mejor posicionamiento de la papa a través de 3 pilares importantes como lo son: *la conexión emocional*, para lograr ese engagement de sentimientos que genera dentro del proceso de producción de la papa, la importancia que tiene el campesino y el aporte que el consumidor le genera dentro de la cadena de distribución de la papa. *La tradición* que tiene la papa en los principales platos regionales del país, y la tradición que tiene la papa de manera cotidiana en las principales comidas y finalmente el *generar conocimiento* de exponer las diferentes variedades que tiene la papa en su preparación, la variedad de papa papas y los distintos beneficios nutricionales que tiene la papa.

Estos pilares tienen el objetivo de aumentar el consumo de PAPA NACIONAL a través de distintos mensajes que sensibilice al consumidor, generándole sentido de pertenencia, amor por lo nuestro (colombiano compra colombiano), ganas de sumar y aportarle al campo colombiano; el cual esta fundamentado en 3 ejes principales tomados del plan estratégico 2021 al 2024.

2. OBJETIVO PRINCIPAL

Contratar la compra de espacios de pauta publicitaria, sin intermediación en medios masivos multimedia (televisión abierta nacional, radio hablada y portales digitales propios de cada grupo de medios).

2.1. ALCANCE

2.1.1. Propuesta y planeación de pauta de mayo a diciembre del 2022.

- 2.1.2. Desarrollo de la estrategia que permita incrementar el consumo per cápita de papa colombiana en fresco.
- 2.1.3. Posicionamiento del mensaje “Somos el país más buena papa del mundo” y de la categoría.
- 2.1.4. Pauta preferiblemente en franjas con la siguiente distribución: Prime:35%, Late: 10% Day:30% Early:25% (Este mix de franjas puede ser modificado mensualmente de acuerdo a la estrategia definida de la marca).
- 2.1.5. Contar con espacios de participación directa de la marca en programas matutinos.
- 2.1.6. Análisis de efectividad de las inversiones de los medios comprados.
- 2.1.7. Acompañamiento estratégico durante la implementación de la campaña 2022.
- 2.1.8. Presentar un informe mensual y trimestral de los resultados de la pauta emitida.
- 2.1.9. Valores agregados que no alteren la inversión ya aprobada.
- 2.1.10. Acompañamiento estratégico de los medios durante la ejecución de la inversión.

Los anexos a este documento están en la página www.fedepapa.com y podrán ser consultados por los interesados en participar del proceso.

3. GUÍA BÁSICA PARA EL DESARROLLO DE LA PROPUESTA

3.1. ANTECEDENTES.

Los oferentes deberán presentar sus propuestas de estrategia general y mix de medios para el año 2022 basados en los contenidos en los presentes términos y en los siguientes anexos:

Anexo 1: Plan estratégico de promoción al consumo 2021-2022

Anexo 2: Campaña 2022

3.2. ENTREGABLES DEL PROGRAMA

Los proponentes competirán mediante una convocatoria, en la que deberán presentar una recomendación estratégica eficiente del uso de un mix de medios en función a las necesidades y objetivos establecidos para FNFP.

El plan de medios del 2022 será una puesta en marcha en contenidos para medios que permitan abordar al consumidor desde un mensaje nutricional, emocional describiendo las bondades del producto, logrando una optimización del presupuesto y considerando los siguientes medios.

- 3.2.1. Televisión
- 3.2.2. Radio
- 3.2.3. Portales digitales propios de cada grupo de medios.

Durante el periodo de contratación, la propuesta deberá incluir:

- 3.2.4. Recomendaciones de medios para segmentación de target.
- 3.2.5. Estudios de medios de soporte.
- 3.2.6. Reportes mensuales, trimestrales y total de inversión de la categoría.

ESTUDIO PARA LA PLANIFICACIÓN DE MEDIOS

El proponente deberá demostrar la compra o acceso directo a cada uno de los siguientes estudios para la planificación y selección de medios:

- 3.3.1. IBOPE – IWKS (Informe de inversión publicitaria)
- 3.3.2. IBOPE- IWKS (Análisis de televisión y audiencias)
- 3.3.3. IBOPE – INSTAR/MMW (Alcance de frecuencia – chequeos de televisión)
- 3.3.4. EGM (Estudio General de Medios)
- 3.3.5. COMSCORE

Para acreditar lo anterior se deberá presentar una certificación con vigencia no mayor a un mes.

4. PRESUPUESTO Y FORMA DE PAGO

El presupuesto total asignado del contrato es hasta **MIL MILLONES DE PESOS (\$1.000.000.000 M/CTE)** impuestos legales incluidos, es decir, el oferente puede presentar una propuesta de menor valor siempre y cuando cubra la totalidad de todos los gastos involucrados dentro de su plan de medios como: costos, producción, gastos de viaje, estudios, derechos de propiedad intelectual, impuestos y demás erogaciones requeridas.

Los pagos se realizarán así:

- a. Un primer pago correspondiente a la suma de hasta **CIEN MILLONES DE PESOS (\$100.000.000 M/CTE)** impuestos legales incluidos, por concepto de anticipo por planteamiento estratégico e inicio de desarrollo de la campaña y pagaderos previa aprobación y firma del contrato.
- b. Un segundo pago por la suma de hasta **DOSCIENTOS MILLONES DE PESOS (\$200.000.000 M/CTE)** impuestos legales incluidos, por concepto de la gestión realizada desde la firma del contrato hasta el 4to bimestre del año y pagaderos en agosto una vez el contratista haga entrega del informe de gestión y previa aprobación del mismo.

- c. Un tercer pago por la suma de hasta **TRESCIENTOS MILLONES DE PESOS (\$300.000.000 M/CTE)** impuestos legales incluidos, por concepto de la gestión hecha en el quinto bimestre del año y pagaderos en octubre una vez el contratista haga entrega del informe de gestión y previa aprobación del mismo.
- d. Un cuarto y último pago por la suma de hasta **CUATROCIENTOS MILLONES DE PESOS (\$400.000.000 M/CTE)** impuestos legales incluidos, por concepto de la gestión hecha en el sexto bimestre del año y pagaderos en diciembre, una vez el contratista haga entrega del informe de gestión y previa aprobación del mismo.

Nota: Las fechas de los pagos se establecerán en el contrato una vez el perfeccionamiento del mismo. Cada pago será con impuestos legales incluidos, no adicional.

Los valores finales serán ajustados conforme a la propuesta final aprobada.

Los pagos se efectuarán a más tardar dentro de los quince (15) días calendario siguientes a la fecha de radicación de las facturas, 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 este exista de acuerdo con los requerimientos de ley, o por el representante legal del cumplimiento por parte del contratista de sus obligaciones con los sistemas de salud, riesgos profesionales, 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.

4.1. COSTOS DERIVADOS DE PARTICIPACIÓN EN EL PROCESO DE SELECCIÓN

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, la presentación de observaciones a las mismas y cualquier otro costo o gasto relacionado con la participación del proceso de contratación estará a cargo exclusivo de los interesados y proponentes.

4.2. TERRITORIO

Colombia – Nivel nacional

4.3. FECHA DE APERTURA Y CIERRE DE LA INVITACIÓN

El proceso se realizará desde el martes 12 de abril de 2022, la invitación a participar en esta convocatoria se realizará a través de la página web del administrador FEDEPAPA www.fedepapa.com.

4.4. PLAZO DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO

La ejecución del contrato inicia a partir de la fecha de aprobación de las garantías exigidas y termina el día 14 de diciembre de 2022.

4.5. OBSERVACIONES Y/O ACLARACIONES

Las solicitudes de aclaración y observaciones de los interesados se deben realizar por escrito a los correos electrónicos: dir.mercadeo@mercadeo.org y talentohumano@fedepapa.com 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.

4.6. CRONOGRAMA

PROCESO	FECHA*
Apertura	12 de abril de 2022
Observaciones y aclaraciones	13 de abril de 2022 hasta las 5:00 p.m.
Respuestas a observaciones	Hasta el 18 de abril de 2022 5:00 p.m.
Plazo máximo recibo propuestas	19 de abril de 2022 hasta las 5:00 p.m. en las oficinas de Fedepapa, Autopista Norte No 106 b-84 Bogotá D.C.
Notificación de propuestas aceptadas para sustentación.	22 de abril de 2022
Sustentación de las propuestas aceptadas y selección de la ganadora.	26 de abril de 2022 en oficinas de Fedepapa en la Autopista Norte No 106 b-84 Bogotá D.C.
Inicio del proceso de contratación	27 de abril de 2022.

CAPÍTULO II

1. REQUISITOS PARA LA PARTICIPACIÓN EN EL PROCESO DE SELECCIÓN

1.1. 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.

1.2. 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.

1.3. CLASIFICADOR DE BIENES

El suministro objeto del presente proceso de contratación está codificado en el clasificador de bienes y servicios de naciones unidas (UNSPSC) Con 4to nivel como se indica en la tabla 1:

	<h1>TÉRMINOS DE REFERENCIA</h1>			
	VERSIÓN: 01	FECHA: 01-08-2021	CÓDIGO: FNFP-F-GA-03-102	

TABLA 1 – CODIFICACIÓN EN EL SISTEMA UNSPSC

Clasificación UNSPSC	Segmento	Familia	Clase	Clase
82101600	Servicios Editoriales, de Diseño de Artes gráficas y Bellas Artes.	Publicidad	Publicidad Difundida	Publicidad en Radio
82101600	Servicios Editoriales, de Diseño de Artes gráficas y Bellas Artes.	Publicidad	Publicidad Difundida	Publicidad en Televisión
82101900	Servicios Editoriales, de Diseño de Artes gráficas y Bellas Artes.	Publicidad	Colocación y cumplimiento de medios.	Colocación y cumplimiento de medios.

1.4. EXPERIENCIA

El proponente debe acreditar experiencia en contratos cuyo valor individual o sumado igual o superior a \$800.000.000 M/CTE.

1.5. REQUISITOS JURÍDICOS

1.5.1. 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.

1.5.2. 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.

1.5.3. Documento de facultades para contratar:

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

1.5.4. Registro Único Tributario:

Fotocopia legible del RUT del proponente, expedido por la DIAN con fecha no mayor a 10 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.

1.5.5. 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.

1.5.6. 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

1.5.7. 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.

1.5.8. 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.

1.5.9. 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.

1.5.10. DOCUMENTOS

Se deben anexar los siguientes documentos:

- 1.5.10.1. Certificado de Existencia y Representación Legal (persona jurídica).
- 1.5.10.2. Documento privado de constitución (consorcios o uniones temporales).
- 1.5.10.3. Certificado mercantil de persona natural y del establecimiento de comercio.
- 1.5.10.4. Registro único tributario - RUT.
- 1.5.10.5. Estados Financieros y Balance General (del último periodo).
- 1.5.10.6. Copia Declaración de Renta del último periodo.
- 1.5.10.7. Relación de accionistas / asociados (si aplica).
- 1.5.10.8. Carta Declaración Conflicto de Intereses firmado por el representante legal o apoderado, según el caso (si aplica).
- 1.5.10.9. Certificado antecedentes fiscales, disciplinarios y judiciales tal como se describe en el presente capítulo.

1.5.11. 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 2021 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 2021:

- 1.5.11.1. Índice de liquidez mayor o igual a 0.80
- 1.5.11.2. Índice de endeudamiento menor o igual a 0.55
- 1.5.11.3. Razón de cobertura de intereses mayor o igual a 1.00
- 1.5.11.4. Rentabilidad sobre el patrimonio mayor o igual a 0.10
- 1.5.11.5. Rentabilidad sobre activos mayor o igual a 0.05
- 1.5.11.6. Total patrimonio: mayor o igual al 70% del valor del contrato.

1.5.11.7. Certificación del revisor fiscal si el proponente está obligado a tenerlo o contador público con matrícula en donde especifique la utilidad neta. Lo anterior con el fin de determinar el ROE.

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.

1.5.12. GARANTIA 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.

1.5.13. EXPERIENCIA MÍNIMA REQUERIDA DEL PROPONENTE

El Proponente deberá certificar experiencia específica en proyectos relacionados con desarrollo de estrategias y planes de medios y/o desarrollo de campañas publicitarias, mediante la acreditación de mínimo una (1) y máximo tres (3) certificaciones de contratos y/o de acuerdos de negociación ejecutados dentro de los cinco (5) años anteriores contados a partir de la fecha máxima para recepción de propuestas, expedidas por el contratante, los cuales deberán cumplir con lo siguiente:

- a. Al menos dos (2) hayan sido para promoción al consumo, una de ellas en alimentos.
- b. La suma de los valores de los contratos relacionados como experiencia deberá ser igual o mayor al presupuesto de la presente invitación.
- c. 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, del que trata el inciso (b) del presente numeral.

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

- 1.5.13.1. Entidad Contratante.
- 1.5.13.2. Entidad Contratista.
- 1.5.13.3. Objeto del contrato.
- 1.5.13.4. Actividades realizadas.
- 1.5.13.5. Valor del Contrato.
- 1.5.13.6. Fecha de inicio.
- 1.5.13.7. Fecha de terminación.
- 1.5.13.8. Fecha de expedición de la certificación.
- 1.5.13.9. Nombre, firma y cargo de quien tiene la facultad para firmar la certificación.

1.5.14. 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 debe anexar hojas de vida de los cargos que se relacionan a continuación:

- 1.5.14.1. Director de cuenta.
- 1.5.14.2. Coordinador multimedia.
- 1.5.14.3. Profesional en Análisis de medios.

CAPÍTULO III

1. LA PROPUESTA

1.1. FORMA DE PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA

Las propuestas deberán ser entregadas en original y dos (2) copias debidamente marcadas (“original”, “primera copia” y “segunda copia”) en sobre cerrado y con sello de radicación ante el área de correspondencia de la Federación Colombiana de Productores de Papa, FEDEPAPA y su contenido foliado en forma ascendente, con un índice en el que se relacione el contenido total de la propuesta. El sobre DEBE indicar “CONFIDENCIAL – NO ABRIR”.

1.2. COMUNICACIONES

Las propuestas deberán ser radicadas a más tardar el 19 de abril del 2022 hasta las 5:00 p.m. en las oficinas de Fedepapa 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.

Los proponentes habilitados deberán realizar una sustentación de sus propuestas de máximo cuarenta (40) 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.

1.3. IDENTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

Cada paquete deberá identificarse de la siguiente forma:

FONDO NACIONAL DE FOMENTO DE LA PAPA

PROPUESTA PARA LA SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DEL PROVEEDOR PARA LA COMPRA DE ESPACIOS DE PAUTA PUBLICITARIA, SIN INTERMEDIACIÓN EN MEDIOS MASIVOS MULTIMEDIA (TELEVISIÓN ABIERTA NACIONAL, RADIO HABLADA Y PORTALES DIGITALES PROPIOS DE CADA GRUPO DE MEDIOS).

- 1.3.1. Original/ Copia No. ____ (Indicación si se trata del original o copia y número de éstas).
- 1.3.2. Nombre o razón social del proponente.
- 1.3.3. Número de folios que se presentan.
- 1.3.4. Dirección del proponente.
- 1.3.5. Teléfono, correo electrónico, fax del proponente.
- 1.3.6. 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.
- 1.3.7. Todos los gastos que impliquen la preparación y presentación de la propuesta corren por cuenta y riesgo del proponente y no se serán reembolsables.

1.4. IDIOMA

Todas las propuestas deberán ser presentadas en el idioma del país de origen, es decir, español.

1.5. FORMA DE PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA

Cada propuesta tanto en original como en sus copias deberá presentarse **ESTRICTAMENTE** en el siguiente orden:

1.5.1. 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 y la certificación solicitada en el numeral 3.3 del CAPÍTULO I.

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

1.5.3. La propuesta con los aspectos calificables previstos en el numeral 1.6 del presente capítulo.

1.6. 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, sin que el sobre que contiene la propuesta con aspectos calificables haya sido abierto.

La propuesta con los aspectos calificables deberá venir firmada por el representante legal del proponente y, además:

- 1.6.1. Deberá ser presentada en moneda colombiana.
- 1.6.2. 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.
- 1.6.3. En el evento en que se presente divergencia entre el valor expresado en números y letras, prevalecerá la cantidad expresada en letras.
- 1.6.4. El Fondo Nacional de Fomento de la Papa, 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 su equipo de trabajo. Si ningún proponente cumpliere los requisitos, el proceso de selección se declarará desierto y se volverá a hacer nuevo proceso de selección.

CAPITULO IV

1. FACTORES DE CALIFICACIÓN

Los factores que se tendrán en cuenta para la evaluación son:

Criterio	Participación
Optimización de presupuesto	35%
Desempeño técnico	40%
Valores agregados	25%
Total	100%

Los proponentes deberán presentar la mejor oferta en términos de optimización del presupuesto, para tener una pauta continua durante el tiempo de ejecución del contrato, desempeño técnico lo cual hace referencia a la participación de audiencia nacional y el liderazgo de los medios seleccionados por zonas. Así mismo los valores agregados que hacen referencia a comerciales bonificados, ubicaciones especiales, no cobro de recargos de merchandising, cuñas bonificadas, producción de piezas, formatos especiales y desarrollo de piezas.

2. OPTIMIZACIÓN DE PRESUPUESTO:

2.1. TELEVISIÓN: los proponentes que ofrezcan la mayor cantidad de TRPs en cada franja tendrán una calificación superior.

2.2. RADIO HABLADA: se tendrá en cuenta en la evaluación, los proponentes que ofrezcan la mayor cantidad de cuñas emitidas de 30" con cobertura nacional en el horario de lunes a domingo.

2.3 PORTALES DIGITALES PROPIOS DE CADA GRUPO DE MEDIOS: se califica la propuesta que tenga mayor alcance y la cantidad de reproducciones de las piezas comercial de 20".

3. DESEMPEÑO TÉCNICO

Los proponentes deberán anexar la certificación expedida por cada uno de los medios para evaluar el desempeño.

3.1 TELEVISIÓN:

Anexar certificación con los siguientes criterios resaltando datos del proponente:

Participación de audiencia Televisión Abierta Nacional 3 canales:

- 4.1.1. Target: Personas.
- 4.1.2. Horarios de medición: 01:00 – 24:00.
- 4.1.3. Días de la semana: lunes a Domingo (incluye festivos).
- 4.1.4. Periodo de análisis: Enero del 2019 a enero del 2020.
- 4.1.5. Fuente: IBOPE Colombia

Participación de audiencia Televisión Abierta Nacional por zonas 3 canales:

- 4.1.6. Target: Personas.
- 4.1.7. Horarios de medición: 01:00 – 24:00.
- 4.1.8. Días de la semana: lunes a Domingo (incluye festivos).
- 4.1.9. Periodo de análisis: Enero a diciembre 2019.
- 4.1.10. Zonas: 6 zonas (Centro, Pacífico, oriente, Antioquia y Caribe).
- 4.1.11. Fuente: IBOPE Colombia

4.2. RADIO HABLADA:

Anexar certificación con los siguientes criterios resaltando datos del proponente:

Audiencia de Radio Hablada Cobertura Nacional:

- 4.2.1. Target: Personas.
- 4.2.2. Horarios de medición: 01:00 – 24:00.
- 4.2.3. Días de la semana: lunes a Domingo.
- 4.2.4. Periodo de análisis: Último periodo 2019.
- 4.2.5. Fuente: EMG 2019 – Ola 2

4.3. MEDIOS DIGITALES PROPIOS DE CADA GRUPO DE MEDIOS

Anexar sumatoria de usuarios únicos en portales digitales propios de cada grupo de medios.

- 4.3.1. Digital: Medios digitales propios de cada grupo de medios.
- 4.3.2. Target: Usuarios únicos (Personas)
- 4.3.3. Horario de medición: Total día
- 4.3.4. Día: lunes a Domingo
- 4.3.5. Fuente: Comscore

CAPITULO V

1. CAUSALES DE RECHAZO

La postulación será rechazada cuando se presente 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.

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

2. OBSERVACIONES

El proponente deberá tener en cuenta:

- 2.1. Ninguno de los requisitos exigidos en esta convocatoria será subsanable.
- 2.2. Si en el desarrollo de la revisión documental se evidencia el incumplimiento de uno o más requisitos, no se continuará con la revisión de los demás requisitos establecidos, rechazando la propuesta.

3. SELECCIÓN DE PROPUESTA

El FNFP será el encargado de realizar la elección. Esta invitación se rige por normas del derecho privado.



PAULA FERNANDA CAMARGO CASAS
REPRESENTANTE LEGAL SUPLENTE DE FEDEPAPA
ADMINISTRADOR DEL FONDO NACIONAL DE FOMENTO DE LA PAPA

Original firmado