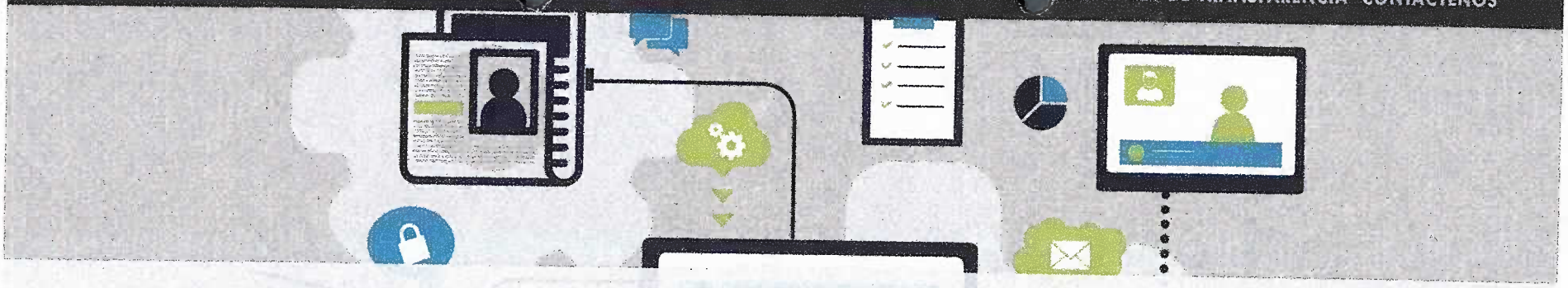

CONVOCATORIA PARA MEDIOS MASIVOS

Calendario de Eventos

Mar 2018

Fecha de Recaudos

16-01-2019

14-02-2019

fedepapa

Nit. 860.046.341-5

TÉRMINOS DE REFERENCIA
FONDO NACIONAL DE FOMENTO DE LA PAPA

TÉRMINOS DE REFERENCIA DE LA CONVOCATORIA ABIERTA PARA LA SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DEL PROVEEDOR, PARA EL MANEJO Y COMPRA DE MEDIOS MASIVOS MULTIMEDIA DE LA CAMPAÑA CONSUMO NACIONAL DE PAPA EN COLOMBIA 2019.

INFORMACIÓN GENERAL DEL PROCESO.

ÁREA: Comunicación y Mercadeo
PROGRAMA: Comercialización
PROYECTO: Promoción al consumo
FECHA: Martes 26 de Febrero de 2019

CAPITULO I

1. ANTECEDENTES

El consumo aparente de papa en fresco (cruda) en Colombia durante los últimos 19 años muestra una clara tendencia decreciente pasando de 76,5 a 61,9 Kg/persona/año de 1995 al año 2014[1] Esta disminución se sustenta en sus principales inhibidores como lo son: 1) El consumo de productos sustitutos como plátano, yuca, arroz y pasta; 2) El mito de ser un producto que engorda; 3) El desconocimiento de su aporte nutricional y funcional; 4) Desconocimiento en el uso de las variedades y su versatilidad culinaria.

En la actualidad el consumo de papa se concentra en los estratos socioeconómicos 1 al 3, un mayor porcentaje en hombres que mujeres, en edades superiores a 40 años, y sus principales lugares de compra en su orden, las tiendas de barrio, grandes superficies y fruvers, con una penetración del mercado del 99% y de una frecuencia de compra diaria del 41%, con un alto consumo a la hora del almuerzo del 94%.

La producción de papa anual en Colombia es aproximadamente 2.700.000 toneladas, por más de 90.000 familias, que en promedio siembran menos de 3 hectáreas, con una brecha tecnológica de productividad que en pequeños es de 20 toneladas por hectárea y en medianos y grandes de 40 toneladas, brecha que viene disminuyendo como resultado de los procesos de acompañamiento técnico, con el consecuente aumento progresivo de la oferta de papa en los mercados.

La producción se concentra en 9 departamentos: Cundinamarca, Boyacá, Nariño, Antioquia, Cauca, Tolima, Caldas y Santander y Norte de Santander. De la producción total anual de papa se destina al procesamiento industrial cerca del 8% para la producción de hojuelas y papa en bastón. El 92% restante se comercializa en fresco, con pocos desarrollos de marcas propias. La papa producida en Colombia se consume en el mercado interno, siendo mínimas las cantidades destinadas al mercado externo.

[1] Evolución del consumo aparente per-cápita de papa, 1995-2014, Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural – Agronet – Dane.

Con un incremento en la oferta de papa en fresco y una disminución de la demanda por decrecimiento en el consumo per cápita, se presenta un impacto directo en el precio del producto y por ende en la rentabilidad del agricultor.

La Federación Colombiana de Productores de Papa, FEDEPAPA en calidad de administrador de los recursos de El Fondo Nacional de Fomento de la Papa – FNFP– en virtud del contrato administrativo suscrito entre el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural en cumplimiento del Artículo Décimo (10) numeral B De la ley 1707 de 1993, apoyar 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 2017-2021. 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 2017 al 2021, 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 2017-2021.

Para 2017 el FNFP realizó la presentación y lanzamiento del concepto de comunicación "Una papa bien preparada te soluciona", en el marco de Agroexpo, la cual contó con medios masivos ATL y medios no convencionales BTL. Este concepto transmite no sólo el tema de preparación de la papa en el sentido literal, sino también busca comunicar el proceso del alimento antes de llegar a su comercialización.

Por otro lado, busca cambiar la percepción asociada al consumo de la papa, pasar de la indulgencia frita, que engorda, a entenderla como un alimento vital, gracias a su aporte nutricional. Además, sembrar el mensaje: "Cuando compras papa colombiana le aportas al campo de nuestro país". Siempre fundamentado en 3 ejes principales del 2017 al 2021:

- **"Son buenas porque"** para contrarestar inhibidores de consumo de papa,
- **"Yo aporto al Campo"** comprometer al consumidor y generar sentido de pertenencia y por último
- **"Un Mejor Sector"** Entregar evidencia desde un desarrollo de marca como parte de formalización ante el mundo.

Acciones ATL 2017

Televisión: En cuanto a formatos regulares se tuvo comerciales de 15" y se contó con otros formatos de apoyo como sócalos en los partidos de la clasificación al mundial Rusia, Vuelta España, entrevistas con el chef del FNFP – FEDEPAPA en programas de variedades en la mañana donde se mostraron recetas y se enseñaron las variedades de papa y cómo identificarlas, notas patrocinadas en las secciones de entretenimiento del noticiero, con un mix atractivo en las franjas day, early y late. En resumen, de la pauta en televisión del año 2017 se muestra un liderazgo en la comunicación de la campaña. Las acciones en televisión permitieron tener indicadores positivos ya que es el medio con

mayor share de audiencia de 84.65% (Ibope 2017), en Colombia desde el inicio de la campaña en el mes de julio hasta diciembre.

Radio: Se trabajó una mezcla de cuñas de 20" que promocionaban el consumo en programas de interés, programación regular y formatos como menciones y patrocinios en horas clave permitiendo frecuencia y continuidad. La difusión de 845 formatos de radio tipo cuña, permitieron obtener una cobertura de 2.834.700 personas, una frecuencia 26.2 y obtener 74.293.800 impactos.

Medios impresos: se hizo presencia con pauta en medios revista y periódico avisos regulares (páginas y medias páginas) además de secciones de recetas patrocinadas y formatos tipo viruelas. Con las publicaciones en revista Cromos se logró un alcance en el target personas de 2.187.000 y en el periódico El Espectador un alcance de 1.539.700 en el target personas.

El alcance multimedio en 2017 fue de 89.9%, de acuerdo con la estimación, bajo los parámetros de la técnica elaborada por Sainsbury.

Acciones ATL 2018

Televisión: para lograr mayor audiencia el medio televisivo contratado se hizo presencia durante la transmisión de los partidos de futbol Rusia 2018, difundiendo comerciales de 15" en los intermedios de los partidos y también en presencia en franja prime.

Como parte de la estrategia de pauta el Canal Caracol, permitió alcanzar un mayor share de audiencia de 61.9% frente a los canales de la competencia además de la integridad de la comunicación de la campaña.

Radio: Los formatos de radio tipo cuñas de 20" y menciones, permitieron generar frecuencia y alcance, con textos que van en línea con los canales y la programación, como los partidos de fútbol del Mundial Rusia 2018 y carrera de ciclismo Giro de Italia y en horas clave con textos en referencia con los momentos de consumo, la difusión de 914 formatos de radio tipo cuña, permitieron obtener una cobertura de 2.596.000 personas alcanzadas, una frecuencia de 33,5 y obtener 87.199.500 impactos.

Medios impresos: Se pauto en avisos regulares (páginas y medias páginas) además de secciones de recetas patrocinadas dentro de publicaciones a fines de gastronomía. Las publicaciones se logró un alcance en el target personas de 2.100.200.

El mix de medios elegido, con la Central de caracol permitió obtener un alcance multimedio acumulado de 94% de acuerdo con la estimación, bajo los parámetros de la técnica elaborada por Sainsbury de un universo Dane de 44.202.013 que equivale a 41.549.892 habitantes con acceso a medios de comunicación.

2. OBJETIVO PRINCIPAL

Contratar la compra de pauta publicitaria multimedia directa, sin intermediación en (Televisión Señal Abierta con Cubrimiento Nacional, Radio hablada, Radio musical y Medios Impresos).

2.1. ALCANCE

2.1.1. Desarrollo de la estrategia y/o mix de medios 2019, con el objetivo de incrementar el consumo per cápita de papa colombiana en fresco, teniendo en cuenta los antecedentes, anexos y la estrategia de los pilares de comunicación del plan estratégico de mercadeo 2017 -2021.
2.1.2. Pauta en franjas buscando preferiblemente la siguiente distribución: day 40%, early 30% y prime 30%.
2.1.3. Contar con espacios en programas matutinos.
2.1.4. Aporte de cifras que soporten sus recomendaciones y ejecute la compra de espacios solicitados para 2019, para la campaña promoción al consumo de papa a ejecutar en 13 semanas desde abril de 2019 a agosto de 2019. Con la siguiente distribución:

Abril: semana 1, 2 y 4.
Mayo: semana 1;2,3 y 4.
Julio: semana 3 y 4.
Agosto: semana 1,2,3 y 4.

2.1.5. Análisis de efectividad de las inversiones de los medios comprados.
2.1.6. Acompañamiento estratégico durante la implementación de la campaña 2019.
2.1.7. Suministrar informes de actividades, resultados cuando el FNFP requiera.

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 2018 basados en los contenidos en los presentes términos y en los siguientes anexos:

Anexo 1: Plan estratégico de promoción al consumo 2017 - 2021.
Anexo 2: Documento estratégico Plan 2020, fundamentado en lo pilares de competitividad, sostenibilidad y nutrición.
Anexo 3: Nielsen estudio de consumo de papa en fresco en hogares y percepción de la campaña publicitaria 2018.

3.2. ENTREGABLES DEL PROGRAMA

Los proponentes competirán mediante convocatoria donde deberán presentar una recomendación estratégica de medios en función de las necesidades y objetivos establecidos para FNFP.

Plan de medios 2019 optimización del presupuesto, el mix de medios debe considerar los siguientes medios:

3.2.1. Tv.
3.2.2. Radio.
3.2.3. Impresos.

La propuesta debe incluir durante el periodo del contrato:

3.2.4. Recomendaciones de medios para target.
3.2.5. Estudios de medios de soporte.
3.2.6. Reportes periódicos inversión de la categoría, consumo de medios, reales cumplidos etc.

3.3. 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.
3.3.2. IBOPE - MMW.
3.3.3. EGM.
3.3.4. 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 de hasta **CUATROCIENTOS OCHENTA Y CINCO MILLONES SEISCIENTOS TREINTA Y UN MIL SEISCIENTOS CINCUENTA Y CUATRO PESOS ($485.631.654 M/CTE)** incluido IVA, es decir, el oferente puede presentar propuesta de menor valor siempre y cuando cubra la totalidad de todos los gastos involucrados dentro de su plan de medios.

(Costos, producción, gastos de viaje, estudios, derechos de propiedad intelectual, impuestos y demás erogaciones requeridas).

Los pagos se realizarán así:

a. Un primer pago en calidad de anticipo del 30% del valor del contrato es decir la suma de **CIENTO CUARENTA Y CINCO MILLONES SEISCIENTOS OCHENTA Y NUEVE MIL CUATROCIENTOS NOVENTA Y SEIS PESOS ($145.689.496 M/CTE)** IVA incluido, al perfeccionamiento del contrato, una vez el contratista haga entrega a satisfacción del contratante de la garantía establecida en el contrato.

b. Un segundo pago correspondiente al 30% del valor total de contrato es decir la suma de **CIENTO CUARENTA Y CINCO MILLONES SEISCIENTOS OCHENTA Y NUEVE MIL CUATROCIENTOS NOVENTA Y SEIS PESOS ($145.689.496 M/CTE)** IVA incluido, pagaderos en Julio de 2019.

c. Un tercer y último pago correspondiente al 40% del valor total de contrato es decir la suma **CIENTO NOVENTA Y CUATRO MILLONES DOSCIENTOS CINCUENTA Y DOS MIL SEISCIENTOS SESENTA Y DOS PESOS ($194.252.662 M/CTE)** IVA incluido, para el tercer trimestre de 2019 contra entrega de los informes finales de inversión, reales cumplidos del plan de medios.

Las fechas de los pagos se establecerán una vez el perfeccionamiento del mismo.

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 (Parafiscales vigentes y formato de radicación de 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 día miércoles 26 de febrero de 2019 al 11 de marzo de 2019, 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 13 de septiembre de 2019.

4.5. OBSERVACIONES Y/O ACLARACIONES

Las solicitudes de aclaración y observaciones de los interesados se deben realizar por escrito a los correos electrónicos directormercadeofnfp@fedepapa.com y pgaravito@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	26 de febrero de 2019.
Observaciones y aclaraciones	Del 25 de febrero de 2019 al 05 de marzo de 2019 hasta las 5:00 p.m.
Respuestas a observaciones	Hasta el 08 de marzo de 2019 5:00 p.m.
Adendas	08 de marzo de 2019
Plazo máximo recibo propuestas	11 de marzo de 2019 hasta las 12:00 m. en las oficinas de Fedepapa en la Autopista Norte No 106 b-84 Bogotá D.C.
Notificación de propuestas aceptadas para sustentación.	13 de marzo de 2019
Sustentación de las propuestas aceptadas y selección de la ganadora.	14 de marzo de 2019 Lugar: oficinas de Fedepapa en la Autopista Norte No 106 b-84 Bogotá D.C.
Inicio del proceso de contratación	Abril de 2019

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:

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 Televisión
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 Impresos

1.4. EXPERIENCIA:

El proponente debe acreditar experiencia en contratos cuyo valor individual o sumado igual o superior a $1.100.000.000 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 o 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 2018 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 2018:

1.5.11.1. Capital de trabajo (Activo Corriente menos Pasivo Corriente): mayor o igual al 20% del valor total del contrato.
1.5.11.2. Total patrimonio: mayor o igual al 70% del valor del contrato.
1.5.11.3. 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.
1.5.11.4. ROE (Utilidad Neta / Patrimonio Total): mayor o igual al 2.44%
1.5.11.5. Índice de Liquidez: mayor a 1.0
1.5.11.6. Índice de endeudamiento menor o igual a 0.50
1.5.11.7. Razón de cobertura de intereses mayor o igual a 1.00

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 jueves 11 de marzo de 2019 a 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 por correo corriente o electrónico o fax; ni presentadas en sitio diferente al indicado.

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 EL MANEJO Y COMPRA DE MEDIOS MASIVOS Y MULTIMEDIA DE LA CAMPAÑA CONSUMO NACIONAL DE PAPA EN COLOMBIA 2019.

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
Estrategia	40%
Optimización de presupuesto y valores agregados	20%
Desempeño técnico	40%
Total	100%

2. ESTRATEGIA (SUSTENTACIÓN):

Los proponentes deberán presentar su estrategia de mix de medios 2019, de acuerdo con los parámetros y los anexos presentados dentro de los pliegos, si cumplen los requisitos, deberán sustentarlas en la fecha señalada en el cronograma.

3. OPTIMIZACIÓN DE PRESUPUESTO:

Los proponentes deberán presentar la mejor oferta en términos de pauta, valores agregados vs. presupuesto.

4. DESEMPEÑO TÉCNICO

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

4.1. 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 a diciembre 2018.
4.1.5. Fuente: IBOPE

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 2018.
4.1.10. Zonas: 6 zonas (Centro, Pacífico, oriente, Antioquia y Caribe).
4.1.11. Fuente: IBOPE

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 2018.
4.2.5. Fuente: EMG 2018-3.

4.3. RADIO HABLADA:

Anexar certificación con los siguientes criterios resaltando datos del proponente:

Audiencia Radio Musical Cobertura Nacional:

4.3.1. Target: Personas.
4.3.2. Horarios de medición: 01:00 – 24:00.
4.3.3. Días de la semana: Lunes a Domingo.
4.3.4. Periodo de análisis: Último periodo 2018.
4.3.5. Fuente: EMG 2018-3

4.4. MEDIOS IMPRESOS

Audiencia de Medios impresos Cobertura Nacional

4.4.1. Target: Personas.
4.4.2. Horarios de medición: Total día.
4.4.3. Días de la semana: Lunes a Domingo.
4.4.4. Periodo de análisis: Enero a Diciembre 2018.
4.4.5. Fuente: EMG 2018-3

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 incursos 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. OBSERVACIÓNES

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.

GERMÁN AUGUSTO PALACIO VÉLEZ
REPRESENTANTE LEGAL DE FEDEPAPA
ADMINISTRADOR DEL FONDO NACIONAL
DE FOMENTO DE LA PAPA

fedepapa
OFICINA JURIDICA
REVISADO