

## **TÉRMINOS DE REFERENCIA DE LA CONVOCATORIA ABIERTA PARA SELECCIONAR UN PROVEEDOR PARA LA COMPRA DE MEDIOS MASIVOS MULTIMEDIA A NIVEL NACIONAL**

**PROCESO: CA-006-2021**

**ÁREA:** Comercialización y Mercadeo

**PROGRAMA:** Campaña de fomento al consumo

**FECHA:** 16 de diciembre de 2020

### **I. INTRODUCCIÓN**

La Asociación Colombiana de Porcicultores (en adelante PORKCOLOMBIA), en calidad de administradora de los recursos del Fondo Nacional de la porcicultura (en adelante FNP), pone a disposición de los interesados los Términos de Referencia para la compra multimedia de medios sin intermediación encargado del suministro de espacios publicitarios en medios masivos de comunicación (ATL) tales como: televisión nacional abierta, radio hablada y portales digitales propios de cada grupo de medios. El presente Proceso de Contratación se encuentra identificado con el número señalado en la parte superior.

El objeto del Contrato es 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).

#### **A. Descripción de la Necesidad que se pretende satisfacer**

PORKCOLOMBIA en su calidad de administradora de los recursos del FNP en virtud del contrato administrativo suscrito entre el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, en cumplimiento del Artículo Octavo (8º) de la Ley 272 de 1996, en desarrollo de sus objetivos contemplados en el artículo 5 de la citada ley, dentro del programa campaña de fomento al consumo, tiene la necesidad de comunicar la estrategia de la campaña de publicidad para el estímulo al consumo de la carne de cerdo, y posicionar la carne de cerdo como la mejor opción del consumo de las proteínas para garantizar la integralidad de las estrategias contempladas en el Plan estratégico de mercadeo 2020 – 2024, que le permitan a la entidad lograr los objetivos propuestos para el año 2021.

El objetivo del contrato es sostener la comunicación que se viene desarrollando con la campaña de consumo de Carne de Cerdo desde 2008, así como fortalecer y ampliar la confianza y credibilidad en el consumo de Carne de Cerdo a través de medios de comunicación masivos a nivel nacional. Lograr que los beneficios del consumo de la Carne de Cerdo sean conocidos e identificados, por el grupo objetivo a nivel nacional, llegar a nuestro grupo objetivo en el desarrollo de la presente campaña a nivel nacional con énfasis en las principales ciudades y/o municipios buscando las mayores concentraciones de población.

Para satisfacer la necesidad anteriormente planteada se requiere la contratación de una persona jurídica que Desarrolle y ejecute el plan de comunicación aprobada por PORKCOLOMBIA – FNP, asegurando la correcta implementación, seguimiento y control del mismo.

Los documentos del proceso, así como cualquiera de sus anexos están a disposición del público en la página web [www.miporkcolombia.co](http://www.miporkcolombia.co) Los interesados pueden presentar observaciones al presente documento en la oportunidad establecida para el efecto en el Cronograma contenido en la sección X.

La selección del contratista se realizará a través de Convocatoria Abierta.

## **II. ASPECTOS GENERALES**

### **A. Costos derivados de participar en el Proceso de Contratación**

Los costos y gastos en que los interesados incurran con ocasión del análisis de los documentos 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 en el proceso de contratación estará a cargo exclusivo de los interesados y Proponentes.

### **B. Comunicaciones**

Las comunicaciones relacionadas con el Proceso de Contratación deben hacerse por escrito, por medio físico o electrónico, a cualquiera de las siguientes direcciones:

- Calle 37 # 16 – 52, Teusaquillo, Bogotá - Colombia. En todo caso, se recuerda que el horario de atención de Porkcolombia – FNP es de lunes a viernes de 7:30 a.m. a 4:30 p.m.
- Al correo electrónico [lgalindo@porkcolombia.co](mailto:lgalindo@porkcolombia.co) o [cfvalencia@porkcolombia.co](mailto:cfvalencia@porkcolombia.co). La Entidad confirmará la recepción de cada correo electrónico dentro del día siguiente a su recepción.

La comunicación debe contener: (a) el número del presente Proceso de Contratación; (b) los datos del remitente que incluyen nombre, dirección física, dirección electrónica y teléfono; (c) identificación de los anexos presentados con la comunicación.

Las reglas aplicables a la presentación de las Ofertas están en la sección **VI.A** del presente documento.

Las comunicaciones y solicitudes enviadas a PORKCOLOMBIA – FNP por canales distintos a los mencionados no serán tenidas en cuenta por PORKCOLOMBIA – FNP hasta que sean remitidas por uno de los medios descritos en la presente sección. PORKCOLOMBIA – FNP

dará respuesta a las observaciones por el mismo medio o a través de su portal web [www.miporkcolombia.co](http://www.miporkcolombia.co).

### **C. Idioma**

Los documentos y las comunicaciones entregadas, enviadas o expedidas por los Proponentes o por terceros para efectos del Proceso de Contratación o para ser tenidos en cuenta en el mismo, deben ser otorgados y presentados en castellano. Los documentos con los cuales los Proponentes acrediten los requisitos habilitantes de que trata la sección V que estén en una lengua extranjera, deben ser traducidos al castellano y presentarse junto con su original.

Para el momento de la Adjudicación, el Proponente que resulte adjudicatario debe presentar la traducción oficial al castellano de los documentos presentados por escrito en lengua extranjera, la cual deberá ser oficial en los términos del artículo 251 del Código General del Proceso, cumpliendo el trámite de apostilla o consularización.

### **D. Legalización de documentos otorgados en el Exterior**

Los documentos presentados por el Proponente no requieren legalización alguna salvo por lo establecido en la presente sección respecto de los documentos otorgados en el exterior y por los poderes generales o especiales que deben ser otorgados ante notario público.

El Proponente debe presentar con su Oferta los documentos otorgados en el exterior sin que sea necesaria su legalización de acuerdo con la Convención sobre la abolición del requisito de legalización para documentos públicos extranjeros y la Ley 1564 de 2012. Para el momento de la Adjudicación el Proponente debe presentar los documentos otorgados en el extranjero, legalizados de conformidad con la normativa aplicable.

### **E. Conversión de monedas**

Los Proponentes que deban presentar sus estados financieros, deberán hacerlo en la moneda legal del país en el cual fueron emitidos y adicionalmente en pesos colombianos. Para la conversión a pesos colombianos se debe tener en cuenta la tasa representativa del mercado certificada por la Superintendencia Financiera de Colombia para la fecha de corte de los estados financieros.

## **III. OBJETO DEL CONTRATO**

El objeto del contrato es 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).

### **ACTIVIDADES ESPECÍFICAS - ALCANCE:**



Para el desarrollo del objeto contractual, se deben realizar las siguientes actividades específicas, que delimitan el alcance del mismo:

- a) Propuesta y planeación de la pauta de medios masivos.
- b) Análisis de efectividad de la inversión en los medios contratados.
- c) Informes comparativos de efectividad en medios.
- d) Presentar un informe mensual y trimestral de los resultados de la pauta emitida.
- e) Valores agregados durante la realización de la pauta.
- f) Acompañamiento estratégico de inversión en los medios durante la implementación de la campaña 2021.
- g) Respetar los lineamientos de la campaña y supervisar la implementación de la estrategia en los medios masivos.
- h) Allegar los certificados de emisión de cada medio junto con una copia de las facturas de todos los proveedores (medios de comunicación).

#### A. Clasificador de Bienes y Servicios de Naciones Unidas (UNSPSC)

El suministro objeto del presente Proceso de Contratación está codificada en el Clasificador de Bienes y Servicios de Naciones Unidas (UNSPSC) con el cuarto nivel, como se indica en la Tabla 1:

Tabla 1-Codificación en el sistema UNSPSC

Clasificación UNSPSC	Segmento	Familia	Clase
821016	Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	Publicidad	Publicidad difundida
821019	Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	Publicidad	Colocación y cumplimiento de medios

#### B. Valor estimado del Contrato

El valor del presente Contrato corresponde a la suma de hasta por **CUATRO MIL CIENTO MILLONES DE PESOS M/CTE (\$4.100.000.000)** incluido IVA e incluidos todos los pagos por los costos directos e indirectos necesarios para la ejecución del contrato y todos los impuestos, gravámenes y retenciones a que haya lugar. El valor total del contrato se distribuye así:

Concepto	Valor
Televisión abierta nacional	\$3'370.000.000
Radio hablada	\$480.000.000
Portales digitales propios de cada grupo de medios	\$250.000.000

#### C. Forma de pago

La Entidad pagará el contrato celebrado de acuerdo con la compra de medios que sea aprobada por PORKCOLOMBIA – FNP, la Factura se debe generar a nombre de la ASOCIACION COLOMBIANA DE PORCICULTORES - FONDO NACIONAL DE LA PORCICULTURA,

la cual debe venir acompañada de los certificados de emisión de cada medio junto con una copia de las facturas de todos los proveedores (medios de comunicación).

#### **D. Plazo de ejecución del Contrato**

El plazo de ejecución del contrato será desde el día de aprobación de las garantías exigidas en el contrato hasta el 31 de diciembre del 2021.

#### **E. Lugar de ejecución del Contrato**

El lugar de ejecución del Contrato es la ciudad de Bogotá D.C.

### **IV. REQUISITOS HABILITANTES**

PORKCOLOMBIA – FNP debe verificar que los Proponentes cumplan con los requisitos habilitantes establecidos con el RUP.

Los Proponentes extranjeros no obligados a tener RUP deben acreditar los requisitos habilitantes utilizando los formatos contenidos en el Anexo 5.

#### **A. Capacidad Jurídica**

En el presente Proceso de Contratación pueden participar (i) personas jurídicas, nacionales o extranjeras (ii) consorcios, uniones temporales o promesas de sociedad futura conformados por las personas jurídicas en las condiciones previstas anteriormente, cuyo objeto social les permita cumplir con el objeto del Contrato. Las personas jurídicas o proponentes plurales deben tener una duración por lo menos igual a la vigencia del Contrato y un año más.

PORKCOLOMBIA – FNP revisará que los Proponentes no se encuentren en causales de inhabilidad o incompatibilidad para presentar la Oferta, celebrar o ejecutar el Contrato. Para ello, revisará el boletín de responsables fiscales, el certificado de antecedentes disciplinarios, el certificado de antecedentes judiciales y el RUP.

Las personas jurídicas extranjeras deben acreditar su existencia y representación legal con el documento idóneo expedido por la autoridad competente en el país de su domicilio no anterior a tres (3) meses desde la fecha de presentación de la Oferta, en el cual conste que el representante legal no tiene limitaciones para contraer obligaciones en nombre de la persona jurídica, o aportando la autorización o documento correspondiente del órgano social directo que lo faculta. Si la persona jurídica extranjera tiene sucursal en Colombia podrá acreditar su existencia y representación legal mediante Certificado de Existencia y Representación Legal de la Sucursal expedido por la Cámara de Comercio.

#### **B. Experiencia**



El Proponente debe acreditar experiencia en contratos cuyo valor individual o sumado sea igual o superior a 2.350 S.M.M.L.V. en al menos uno de los siguientes códigos del clasificador de bienes y servicios de las Naciones Unidas:

Tabla 2 – Experiencia requerida

Código del Clasificador de Bienes y Servicios	Cuantía – SMMLV
821016	2350
821019	

El Proponente debe acreditar su experiencia con el RUP. Los contratos que el Proponente acredite como experiencia deben identificarse y señalarse claramente en el RUP con resaltador o con cualquier tipo de marca que permita su visualización rápidamente.

Si el Proponente es plural, su experiencia corresponde a la suma de la experiencia que acredite cada uno de sus integrantes. Si un Proponente adquiere experiencia en un contrato como integrante de un Proponente plural, la experiencia derivada de ese contrato corresponde a la ponderación del valor del Contrato por el porcentaje de participación.

#### Experiencia específica:

El Proponente deberá certificar experiencia específica en proyectos relacionados con desarrollo de estrategias y planes de medios de televisión y de desarrollo de campañas publicitarias, mediante la acreditación de mínimo dos (2) y máximo cinco (5) certificaciones de contratos y/o acuerdos de negociación ejecutados dentro de los últimos 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.
- b) La suma de los valores de los contratos relacionados como experiencia deberá ser igual o mayor al presupuesto de la presente convocatoria.

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

- Entidad Contratante.
- Entidad Contratista.
- Objeto del contrato.
- Actividades realizadas.
- Valor del Contrato.
- Fecha de inicio.
- Fecha de terminación.
- Fecha de expedición de la certificación.

Nombre, firma y cargo de quien tiene la facultad para firmar la certificación.

En el caso de proponentes plurales, serán válidas las certificaciones expedidas a cualquiera de los miembros del proponente plural.

### C. Capacidad Financiera

El Proponente debe acreditar su capacidad financiera con los siguientes indicadores con base en la información contenida en el RUP, o en la información financiera anexa a la Oferta en aquellos casos en que el Proponente no esté obligado a estar inscrito en el RUP.

Tabla 4 - Indicadores de capacidad financiera

Indicador	Índice requerido
Índice de Liquidez	Mayor o igual a 0.80
Índice de Endeudamiento	Menor o igual a 0.55
Razón de Cobertura de Intereses	Mayor o igual a 1.00

Los Proponentes extranjeros deben presentar la información financiera que se relaciona a continuación, de conformidad con la legislación propia del país de origen, avalados con la firma de quien se encuentre en obligación de hacerlo de acuerdo con la normativa vigente del país de origen:

- (i) Balance general
- (ii) Estado de resultados

Esta documentación financiera debe estar basada bajo la normatividad de NIFF, para Pymes o Plenas.

Si el Proponente es un consorcio o una unión temporal cada miembro, deberá acreditar individualmente el cumplimiento de los indicadores de capacidad financiera.

### D. Capacidad Organizacional

El Proponente debe cumplir los siguientes indicadores con base en la información contenida en el RUP.

Tabla 5 - Indicadores de capacidad organizacional

Indicador	Índice requerido
Rentabilidad sobre el patrimonio	Mayor o igual a 0.10
Rentabilidad sobre activos	Mayor o igual a 0.05

Los Proponentes extranjeros deben presentar la información financiera que se relaciona a continuación, de conformidad con la legislación propia del país de origen, avalados con la firma de quien se encuentre en obligación de hacerlo de acuerdo con la normativa vigente del país de origen:



- (i) Balance general
- (ii) Estado de resultados

Esta documentación financiera debe estar basada bajo la normatividad de NIFF, para Pymes o Plenas.

Si el Proponente es un consorcio o una unión temporal cada miembro, deberá acreditar individualmente el cumplimiento de los indicadores de capacidad organizacional.

**E. Experiencia mínima del equipo de trabajo propuesto para el manejo del plan de medios:**

El representante legal del proponente deberá anexar hojas de vida (no freelance) de los cargos que se relacionan a continuación, dicho personal deberá contar con la formación académica y experiencia requeridas.

CARGO	FORMACIÓN ACADÉMICA	EXPERIENCIA
Un (1) Director de Cuenta	Estudios profesionales en administración y/o economía y/o ciencia política y/o derecho y/o finanzas y/o relaciones internacionales y/o psicología y/o comunicación social y/o mercadeo y/o publicidad y/o ingeniería industrial.	Mínimo cinco (5) años de experiencia en el área de publicidad y/o mercadeo y/o comunicaciones estratégicas y/o medios de comunicación y/o anunciante.
Un (1) Coordinador Multimedia.	Estudios profesionales en administración y/o economía y/o comunicación social y/o mercadeo y/o publicidad y/o ingeniería industrial.	Mínimo tres (3) años de experiencia en planificación de medios masivos y/o en control y seguimiento de planes de medios y/o diseño y análisis de estrategias para la implementación de planes de medios.
Un (1) Director de Planeación.	Estudios profesionales y especialización en Mercadeo, publicidad, comunicación social, administración de empresas, ingeniería industrial.	Mínimo cinco (5) años de experiencia en el área de: Planificación y control de proyectos de publicidad y/o; mercadeo y/ comunicación estratégica con clientes de consumo masivo. Certificación en el manejo de cuentas con inversiones superiores al monto estipulado en el presente contrato.



Un (1) Profesional de medios	Profesional en áreas de: mercadeo, publicidad, comunicación social, administración de empresas, ingeniería industrial.	Mínimo tres (3) años de experiencia que incluyan manejo y/o procesamiento de bases de datos y/o análisis cuantitativos y cualitativos, con amplio conocimiento en las herramientas de medición.
------------------------------	--	---

### F. Estudios para la planificación de medios

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

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

Para ello, el proponente deberá presentar certificaciones vigentes a la fecha de presentación de ofertas expedidas por la empresa desarrolladora del estudio en donde se acredite la compra o derechos de uso a cada uno de estos estudios.

### V. CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE LAS OFERTAS Y ADJUDICACIÓN

PORKCOLOMBIA – FNP evaluará únicamente las Ofertas de los Proponentes que hayan acreditado los requisitos habilitantes de que trata la sección IV.

PORKCOLOMBIA – FNP asignará el siguiente puntaje:

Tabla 6 - Puntaje por criterios de evaluación

MEDIO	FACTORES			
	Económico	Desempeño / Técnico	Valores Agregados	TOTAL
Televisión Abierta Nacional	300	400	100	800
Radio Hablada	40	70	30	140
Sumatoria Portales Digitales propios de cada grupo de medios	15	30	15	60
<b>PUNTAJE TOTAL</b>	<b>355</b>	<b>500</b>	<b>145</b>	<b>1.000</b>



En la evaluación de las Ofertas PORKCOLOMBIA – FNP asignará la puntuación total sumando el puntaje obtenido en el factor desempeño técnico y valores agregados indicados en la Tabla 6.

Las Ofertas deben presentarse en los Anexos 1 a 3 establecidos en los presentes Términos de Referencia como el formato para presentación de la Oferta.

## A. Factores

La oferta económica, Desempeño técnico y valores agregados tienen un puntaje que se calculará de acuerdo con los siguientes criterios:

### 1. Televisión Abierta Nacional

#### 1.1 FACTORES ECONÓMICOS

Este criterio califica a la propuesta que ofrezca la mayor cantidad de TRPs (Target Rating Point) de 30 segs personas Indexados a Prime. Este indicador tiene en cuenta tanto la cantidad de TRPs 30 segs ofertados en cada franja así como el costo por punto de rating (CPR) 30 segs propuesto en cada una de ellas.

El criterio de calificación y el puntaje es:

Factor de indexación:

1. Prime 1
2. Late CPR 30" late Personas / CPR 30" prime personas.
3. Early CPR 30" Early Personas / CPR 30" prime personas.
4. Day CPR 30" Day Personas / CPR 30" prime personas.

Criterio	Puntaje
A la oferta que más entregue	300
A la segunda opción que más entregue	250
A la tercera opción que más entregue	150
A la cuarta opción y otras que más entreguen	0

Este factor se evaluará de acuerdo con el anexo 1.

#### 1.2 FACTORES TÉCNICOS/DESEMPEÑO

##### 1.2.1 Participación de Audiencia Nacional

**Televisión:** Abierta Nacional (3 Canales)  
**Target:** Personas  
**Horario de Medición:** 06:00 - 24:00  
**Días de la Semana:** Lunes a Domingo (Incluye Festivos)

**Período de Análisis:** Enero - Noviembre de 2020  
**Fuente:** Ibope Colombia

Criterio	Puntaje
Primer lugar	250
A la segunda opción	200
A la tercera opción y otras	0

Este factor se evaluará de acuerdo con el anexo 1.

### 1.2.2 Liderazgo de Audiencia por Zonas

Este criterio califica al medio que lidere la mayor cantidad de zonas, para la campaña publicitaria.

**Televisión:** Abierta Nacional (3 Canales)  
**Target:** Personas  
**Horario de Medición:** 06:00 - 24:00  
**Días de la Semana:** Lunes a Domingo (Incluye Festivos)  
**Período de Análisis:** Enero – Noviembre - 2020  
**Zonas:** 6 Zonas (Centro, Pacífico, Oriente, Café, Antioquia y Caribe)  
**Fuente:** Ibope Colombia

Criterio	Puntaje
Lider en 6 Zonas	150
Lider en 5 Zonas	125
Lider en 4 Zonas	100
Lider en 3 Zonas	75
Lider en 2 Zonas	50
Lider en 1 Zona	25

Este factor se evaluará de acuerdo con el anexo 1.

### 1.3 VALORES AGREGADOS

Este criterio califica el mayor monto en valores agregados ofrecidos.

Cada valor agregado debe ser valorizado en pesos colombianos, con su soporte (tarifa publicada o política de precios antes de aplicar el descuento, mediante una certificación firmada por el representante legal) y justificación.

Los valores agregados pueden ser comerciales Bonificados, ubicaciones especiales o no cobro de recargos en merchandising.



<b>Criterio</b>
Mayor Valor 100 puntos.
Los demás valores, en forma proporcional.

Este factor se evaluará de acuerdo con el anexo 1, pestaña TV y soporte (tarifa publicada o política de precios antes de aplicar el descuento).

## 2. RADIO HABLADA

### 2.1 FACTORES ECONOMICOS

Este criterio califica a la propuesta que ofrezca la mayor cantidad de cuñas de 30 segs de cobertura nacional en horario de lunes a domingo desde las 00:01 a.m. hasta las 24:00.

Cuñas de 30 segs ofertadas

<b>Criterio</b>
Mayor Cantidad de Cuñas 40 puntos.
Las demás cantidades, en forma proporcional.

Este factor se evaluará de acuerdo con el anexo 2.

### 2.2 FACTORES TECNICOS/DESEMPEÑO

Audiencia Radial Hablada (Cobertura Nacional)

Este criterio califica al medio que proporcione la mayor audiencia para la campaña publicitaria.

<b>Radio:</b>	Radio Hablada con cubrimiento Nacional
<b>Target:</b>	Personas
<b>Horario de Medición:</b>	00:01 - 24:00
<b>Día:</b>	Lunes a domingo
<b>Período:</b>	Ultimo Período
<b>Fuente:</b>	EGM 2019 - Ola 2

<b>Criterio</b>	<b>Puntaje</b>
Primer lugar	70
Segundo Lugar	60
Tercer Lugar	50

Otros lugares	0
---------------	---

Este factor se evaluará de acuerdo con el anexo 2.

### 2.3 VALORES AGREGADOS

Este criterio califica el mayor monto en valores agregados ofrecidos.

Cada valor agregado debe ser valorizado en pesos colombianos, con su soporte (tarifa publicada o política de precios, certificada por ACL) y justificación. Cuñas bonificadas, producción de piezas. Formatos especiales.

<b>Criterio</b>
Mayor Valor 30 puntos
Los demás valores en forma proporcional

Este factor se evaluará de acuerdo con el anexo 2 (tarifa publicada o política de precios).

### 3. PORTALES DIGITALES PROPIOS DE CADA GRUPO DE MEDIOS

#### 3.1 FACTORES ECONÓMICOS

Este criterio califica a la propuesta que ofrezca la mayor cantidad de reproducciones (formatos PRE-ROLL de 30 segundos "pieza comercial hasta de 30" previo al contenido en formato de video") de cobertura nacional.

Pre-Roll de 30 segs ofertados

Criterio	Puntaje
<b>Mayor Cantidad de reproducciones Formato pre-roll</b>	15
<b>Otros</b>	$(\text{Cant. Ppta} / \text{Mayor Cant. Ofertada}) \times 5$

Este factor se evaluará de acuerdo con el anexo 3.

#### 3.2 FACTORES TÉCNICOS/DESEMPEÑO

Usuarios únicos.



Este criterio califica la sumatoria de usuarios unicos en portales digitales propios de cada grupo de medios que proporcione la mayor cantidad de usuarios únicos en Multiplataforma (mobile, web y video).

<b>Digital:</b>	Medios digitales propios de cada grupo de medios
<b>Target:</b>	Usuarios Unicos (Personas )
<b>Horario de Medición:</b>	Total dia
<b>Dia:</b>	Lunes a Domingo
<b>Período:</b>	Octubre 2020
<b>Fuente:</b>	Comscore

Criterio	Puntaje
Primer lugar	30
Segundo Lugar	10
Otros lugares	0

Este factor se evaluará de acuerdo con el anexo 3.

### 3.3 VALORES AGREGADOS

Este criterio califica el mayor monto en valores agregados ofrecidos. Cada valor agregado debe ser valorizado en pesos colombianos, con su soporte (tarifa publicada o política de precios) y justificación. Desarrollo de piezas.

Criterio	Puntaje
Mayor Valor	15
Segundo mayor valor	10
Otros valores	0

Este factor se evaluará de acuerdo con el anexo 3 (tarifa publicada o política de precios).

### C. Empate

En caso de empate en el puntaje total de dos o más Ofertas, PORKCOLOMBIA – FNP escogerá al oferente que tenga el mayor puntaje en los factores de escogencia y calificación según el siguiente orden:

1. Televisión abierta nacional.
  - a. Desempeño técnico.
  - b. Económico.
  - c. Valores agregados.
2. Radio hablada.
  - a. Desempeño técnico.

Página 15 de 20

- b. Económico.
- c. Valores agregados.
- 3. Portales propios de cada medio.
  - a. Desempeño técnico.
  - b. Económico.
  - c. Valores agregados.

En caso de que el empate persista, PORKCOLOMBIA – FNP escogerá el proponente mediante el siguiente procedimiento aleatorio:

- a) Se citará a los proponentes a audiencia para efectuar el sorteo.
- b) En una bolsa se introducirán tantas balotas como propuestas empatadas, de las cuales solo una será de color verde, las demás serán blancas.
- c) Se invitará a los representantes de los proponentes en situación de empate que asistieron a audiencia, para que uno por uno saque una balota de la bolsa.
- d) Se adjudicará el contrato al proponente que saque la balota de color verde.

## VI. OFERTA

### A. Presentación

Los Proponentes deben presentar sus Ofertas por escrito en el formato contenido en el Anexo 5 acompañadas de los demás anexos establecidos en esta sección y de la garantía de seriedad de la Oferta a la que se refiere la sección **VIII.A** del presente documento.

El Proponente debe presentar su Oferta en físico o en medio magnético.

La Oferta en físico debe estar en una carpeta rotulada con el nombre del Proponente y su NIT.

La Oferta en medio magnético debe ser entregada en un dispositivo que contenga los archivos electrónicos, o por correo electrónico enviado a las direcciones lgalindo@porkcolombia y cfvalencia@porkcolombia.co.

En caso de presentar la oferta en medio físico y en medio magnético, frente a la discrepancia entre su contenido, prima el contenido del documento físico (el documento en medio magnético se solicita para facilitar las labores de verificación y evaluación).

Una vez vencido el plazo para presentar Ofertas, PORKCOLOMBIA – FNP abrirá las ofertas en el lugar indicado para la presentación física de las Ofertas y publicará un informe con la lista de los Proponentes y la fecha de presentación de las Ofertas.

En la oferta económica, el proponente debe indicar claramente cuál es el precio propuesto. Cualquier costo a cargo del Proponente que sea omitido en la Oferta se

entenderá que se encuentra incluido y por tanto no puede ser objeto de reembolso o de reclamación.

La Oferta debe contener la siguiente información:

### **1. Información general y requisitos habilitantes**

La Oferta debe contener los Anexos 1 a 3 (si es necesario), así como la información solicitada a continuación.

#### **a. Capacidad Jurídica**

Si el Proponente es una persona natural o jurídica nacional o extranjera domiciliada o con sucursal en Colombia:

(i) Certificado del RUP del Proponente singular; o, de cada uno de los miembros del consorcio o unión temporal si el Proponente es plural.

(ii) RUT del proponente.

(iii) Certificado de existencia y representación legal o del registro mercantil expedido por la cámara de comercio del domicilio del Proponente singular; o, de cada uno de los miembros del consorcio o unión temporal si el Proponente es plural.

(iv) Copia del acuerdo para conformar el consorcio o unión temporal si el Proponente es plural, en el cual debe constar la participación de cada uno de los miembros del Proponente plural, la representación del Proponente plural o el poder otorgado a quien suscribe los documentos en nombre del Proponente plural.

(v) Fotocopia del documento de identidad del representante legal o del apoderado.

(vi) En caso de existir limitaciones estatutarias frente a las facultades del representante legal, las respectivas autorizaciones para desarrollar el presente Proceso de Contratación, suscribir el contrato y desarrollar todas las actividades relacionadas directa o indirectamente.

(vii) Las personas jurídicas extranjeras deben acreditar su existencia y representación legal, con el documento idóneo expedido por la autoridad competente en el país de su domicilio, en el cual conste su existencia, fecha de constitución, objeto, duración, nombre del representante legal o nombre de la persona que tenga la capacidad de comprometerla jurídicamente, y sus facultades, señalando expresamente que el representante no tiene limitaciones para contraer obligaciones en nombre de la misma, o aportando la autorización o documento correspondiente del órgano directo que lo faculte.

(viii) Certificación de Revisor Fiscal o Representante Legal manifestando que está al día en pago de aportes Parafiscales y Seguridad Social.



(ix) Fotocopia de la declaración de renta vigente.

(x) Certificado Antecedentes Disciplinarios (Representante Legal y de la empresa), Antecedentes Fiscales (Representante Legal y de la empresa) y Antecedentes Judiciales (Representante Legal y de la empresa).

(xi) Certificado de Existencia y Representación Legal o documento equivalente (con vigencia inferior a sesenta 60 días).

(xii) Demás documentos requeridos en los presentes términos de referencia.

### **b. Experiencia**

Para acreditar la experiencia a la que se refiere la sección B del punto IV. REQUISITOS HABILITANTES, el Proponente debe presentar el certificado del RUP vigente. El Proponente extranjero no obligado a tener RUP debe acreditar su experiencia exclusivamente con el Anexo 5. Además, deberá allegar las certificaciones de que tratan los numerales IV.B. y IV.E.

### **c. Capacidad Financiera y Capacidad Organizacional**

Para acreditar la capacidad financiera y la capacidad organizacional a la que se refiere la sección IV literal C y D, el Proponente debe presentar el certificado del RUP vigente. El Proponente extranjero no obligado a tener RUP debe acreditar su experiencia exclusivamente con el Anexo 4.

## **2. Oferta Técnica**

El Proponente debe incluir en su Oferta el formato diligenciado del Anexo 1.

## **3. Oferta Económica**

El Proponente debe incluir su oferta económica.

### **B. Ofertas Parciales**

Los proponentes no pueden presentar propuestas parciales, es decir, que deben ofrecer todos los bienes, servicios y actividades requeridas en los presentes Términos de Referencia.

### **C. Validez de las Ofertas**

La Oferta debe tener una validez mínima de dos (2) meses, contados a partir de su presentación. En el caso de una suspensión que supere este término, la Entidad contratante solicitará la ampliación de la oferta al proponente por un término igual a la suspensión.

### **D. Reserva durante el proceso de evaluación**

Los Proponentes son responsables de advertir si la información presentada en la Oferta contiene información confidencial, privada o que configure secreto industrial, de acuerdo con la ley colombiana, debiendo indicar tal calidad y expresar las normas legales que le sirven de fundamento.

PORKCOLOMBIA – FNP mantendrá la reserva de la información en el Proceso de Contratación frente a terceros. PORKCOLOMBIA – FNP se reserva el derecho de revelar dicha información a sus agentes o asesores, con el fin de evaluar la propuesta.

La información relativa al análisis, aclaración, evaluación y comparación de las Ofertas, no puede ser revelada a los proponentes ni a terceros hasta que PORKCOLOMBIA – FNP comunique que el informe de evaluación se encuentra disponible para que los Proponentes presenten las observaciones correspondientes.

### **E. Evaluación de las Ofertas**

Los Proponentes que hayan acreditado los requisitos habilitantes de que trata la sección IV serán evaluadas, de acuerdo con lo establecido en la sección V.

PORKCOLOMBIA – FNP debe publicar el informe de evaluación de Ofertas en la oportunidad señalada en el Cronograma de que trata la sección X.

### **F. Rechazo**

PORKCOLOMBIA – FNP rechazará las Ofertas presentadas por los Proponentes que: (a) sean presentadas después de vencido el plazo establecido para el efecto en el Cronograma; (b) cuando las ofertas estén incompletas en cuanto omitan la inclusión de información o de alguno de los documentos habilitantes necesarios para la comparación objetiva de las propuestas; (c) Cuando la oferta económica supere el presupuesto oficial estimado para el presente proceso.

## **VII. ADJUDICACIÓN**

PORKCOLOMBIA – FNP adjudicará, según el orden de elegibilidad establecido en el informe de evaluación. La Entidad, adjudicará el Proceso al Proponente ubicado en el Primer Orden de Elegibilidad y que cumpla con todos los requisitos exigidos en los presentes Términos de Referencia.

## **VIII. GARANTÍAS**

### **A. Garantía de seriedad de la Oferta**

El Proponente debe presentar junto con la Oferta una garantía de seriedad de la Oferta a favor de la ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE PORCICULTORES – FONDO NACIONAL DE LA

PORCICULTURA por un valor del 10% del valor total de la oferta y con vigencia desde su presentación y hasta la aprobación de la garantía de cumplimiento del contrato. El oferente deberá allegar constancia de pago de la prima, no siendo admisible certificación de no revocatoria o no expiración por falta de pago.

## B. Garantías del Contrato

De acuerdo con la naturaleza del contrato a celebrar, los eventuales perjuicios derivados de la ejecución del contrato se deben garantizar mediante una garantía que cubra los siguientes riesgos:

- a) Cumplimiento: debe estar vigente hasta la liquidación del contrato y su valor será del 20% del valor del contrato.
- b) Calidad del Servicio: debe estar vigente hasta la liquidación del contrato y su valor será del 20% del valor del contrato.
- c) Salarios y Prestaciones Sociales e Indemnizaciones Laborales: debe estar vigente por el plazo del contrato y 3 años más y su valor será de por lo menos el 5% del valor total del contrato.

Para efectos de su aprobación, la garantía deberá cubrir suficientemente los riesgos anteriormente descritos, el beneficiario será la ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE PORCICULTORES – FONDO NACIONAL DE LA PORCICULTURA y se deberá allegar constancia de pago de la prima, no siendo admisible certificación de no revocatoria o no expiración por falta de pago.

El contratista deberá comunicar a la compañía aseguradora cualquier modificación que las partes hagan a las condiciones del contrato y aumentar proporcionalmente el valor amparado o la vigencia de la garantía en caso de prórroga del contrato o adición de valor.

## IX. INTERVENTORÍA Y/O SUPERVISIÓN

La supervisión del contrato será ejercida por el Director del Área de Comercialización y Mercadeo y en su ausencia por el Coordinador de Mercadeo, quien cumplirá las funciones previstas en el procedimiento de contratación de la ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE PORCICULTORES – FONDO NACIONAL DE LA PORCICULTURA.

## X. CRONOGRAMA

El siguiente es el Cronograma del Proceso de Contratación:

Tabla 14 - Cronograma del Proceso de Contratación

Actividad	Fecha	Lugar
Publicación Términos de Referencia	16/12/2020	<a href="http://www.miporkcolombia.co">www.miporkcolombia.co</a>
Plazo para presentar observaciones a los Términos de Referencia	17/12/2020	<a href="mailto:cvalencia@porkcolombia.co">cvalencia@porkcolombia.co</a> <a href="mailto:lgalindo@porkcolombia.co">lgalindo@porkcolombia.co</a> (De 8:00am a 2:00 pm)



Respuesta a observaciones y sugerencias a los Términos de Referencia	18/12/2020	<a href="http://www.miporkcolombia.co">www.miporkcolombia.co</a>
Expedición de Adendas	22/12/2020	<a href="http://www.miporkcolombia.co">www.miporkcolombia.co</a>
Presentación de Ofertas	8/01/2021	<a href="mailto:lgalindo@porkcolombia.co">lgalindo@porkcolombia.co</a> <a href="mailto:civalencia@porkcolombia.co">civalencia@porkcolombia.co</a> Calle 37#16-52 (De 8:00am a 4:30pm)
Informe de presentación de Ofertas	12/01/2021	<a href="http://www.miporkcolombia.co">www.miporkcolombia.co</a>
Publicación del informe de evaluación de las Ofertas	13/01/2021	<a href="http://www.miporkcolombia.co">www.miporkcolombia.co</a>
Firma del Contrato	14/01/2021	Calle 37#16-52
Entrega de garantías	16/01/2021	Calle 37#16-52
Aprobación de garantías	16/01/2021	Calle 37#16-52

Las fechas y plazos antes indicados podrán variar de acuerdo con la ley y con las condiciones previstas en los presentes Términos de Referencia.

## XI. APROBACIÓN DE JUNTA

De conformidad con lo establecido en el acuerdo No. 18 de 2011 del FNP y el numeral 11.2 del manual de contratación de PORKCOLOMBIA – FNP, y teniendo en cuenta que el contrato a suscribir supera los 500 S.M.L.M.V., los presentes términos de referencia fueron aprobados por la Junta del Fondo Nacional de la Porcicultura en sesión del día 15 de diciembre de 2020.



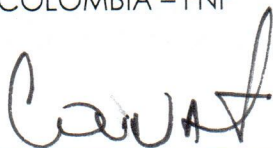
**LILIANA ASTRID GALINDO REINALES**

Directora del Área de Comercialización y Mercadeo  
PORKCOLOMBIA – FNP



**CRISTIAN JESUS RESTREPO REYES**

Coordinador de Mercadeo  
PORKCOLOMBIA – FNP



**CORINA ZAMBRANO**

Vicepresidente Ejecutivo  
PORKCOLOMBIA – FNP