

TÉRMINOS DE REFERENCIA DE LA CONTRATACIÓN DE MENOR CUANTÍA PARA SELECCIONAR UN PROVEEDOR PARA PLANEAR Y EJECUTAR UNA ESTRATEGIA DIGITAL

Página 1 de 18

PROCESO: MC-184-2026

PROGRAMA: INCREMENTO DEL CONSUMO Y LA COMERCIALIZACIÓN DE LA CARNE DE CERDO COLOMBIANA

PROYECTO: INCREMENTO DEL CONSUMO DE LA CARNE DE CERDO COLOMBIANA

FECHA: 8 de enero de 2026

1. INTRODUCCIÓN

La Asociación Colombiana de Porcicultores (en adelante PORKCOLOMBIA-FNP), 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 selección del contratista encargado de la estrategia digital que promueva el consumo de carne de cerdo por medio de la comunicación online, y que busca establecer una relación duradera con el consumidor final por medio de los buscadores, redes sociales, sitio web y otros canales.

El objeto del contrato es sostener y acrecentar el posicionamiento que se viene alcanzando con la campaña de consumo de carne de cerdo desde 2008, fortaleciendo y ampliando la confianza y credibilidad en el consumo de carne de cerdo a través de canales digitales, desarrollando y ejecutando la estrategia de social media, la cual incluye redes sociales, página web, e-mail marketing, piezas para pauta digital, diseño de piezas gráficas, producción de contenidos audiovisuales, planeación, diseño y producción de actividades, y el desarrollo de soluciones digitales, así como la administración y mantenimiento relacionado al correcto funcionamiento de los servidores, canales y activos anteriormente nombrados asociados a la campaña de fomento al consumo de PORKCOLOMBIA – FNP.

2. DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD QUE SE PRETENDE SATISFACER CON EL PROCESO DE CONTRATACIÓN:

PORKCOLOMBIA en su calidad de administradora de los recursos del Fondo Nacional de la Porcicultura (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 proyecto para el incremento del consumo de la carne de cerdo colombiana, tiene la necesidad de contratar un encargado de la estrategia digital que diseñe y gestione diversas soluciones sectoriales para incrementar el consumo de carne de cerdo colombiana por medio de la comunicación online, la cual busca llegar al consumidor final haciendo uso de los buscadores, redes sociales, sitio web y otros canales. Además, tiene la necesidad del diseño y ejecución de la estrategia digital de la campaña de publicidad para el estímulo al consumo de la carne de cerdo, posicionando la carne de cerdo como la mejor opción del consumo de las proteínas, garantizando la integración de las estrategias contempladas en

el plan estratégico de mercadeo 2026 que le permitan a la entidad lograr los objetivos de mercadeo propuestos para el presente año.

Para satisfacer la necesidad anteriormente planteada se requiere la contratación de una persona jurídica que realice y desarrolle una estrategia de social media, la cual incluye, redes sociales, página web, e-mail marketing, piezas para pauta digital, diseño de piezas gráficas, producción de contenidos audiovisuales, planeación, diseño y producción de actividades, y el desarrollo de soluciones digitales, así como la administración y mantenimiento relacionado al correcto funcionamiento de los servidores, canales y activos anteriormente nombrados asociados a la campaña de fomento al consumo de PORKCOLOMBIA – FNP.

Los documentos del proceso, así como cualquiera de sus anexos, atendiendo al principio de publicidad están a disposición del público en el Sistema Electrónico de Contratación Pública –SECOP II y a través de la página web de PORKCOLOMBIA -FNP. Los interesados pueden presentar observaciones al presente documento en la oportunidad establecida para el efecto en el Cronograma contenido en la sección 12.

La selección del contratista se realiza a través del procedimiento y las modalidades establecidas en el Manual de Gestión Administrativa, procedimiento No. 1 Contratación de bienes y servicios, conforme a las propuestas que presenten los participantes.

3. ASPECTOS GENERALES

3.1 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.

3.2 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 3:30 p.m.
- Correo electrónico hferro@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 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 un documento enviado al correo de recibo.

Publicación en la web www.porkcolombia.co

3.3 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 o de manera excepcional en inglés. Los documentos con los cuales los Proponentes acrediten los requisitos habilitantes de que trata la sección 6 que estén en una lengua extranjera, deben ser traducidos al castellano y presentarse junto con su original, o de manera excepcional en inglés.

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, o de manera excepcional en inglés, en todo caso cumpliendo el trámite de apostilla o consularización.

3.4 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.

3.5 Conversión de monedas

Los Proponentes que deban presentar sus estados financieros, deberán hacerlo en la moneda legal del país en el cual fueron emitidos.

4. OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del contrato es sostener y acrecentar el posicionamiento que se viene alcanzando con la campaña de consumo de carne de cerdo desde 2008, fortaleciendo y ampliando la confianza y credibilidad en el consumo de carne de cerdo a través de canales digitales, desarrollando y ejecutando la estrategia de social media, la cual incluye redes sociales, página web, e-mail marketing, piezas para pauta digital, diseño de piezas gráficas, producción de contenidos audiovisuales, planeación, diseño y producción de actividades, y el desarrollo de soluciones digitales, así como la administración y mantenimiento relacionado al correcto funcionamiento de los servidores, canales y activos anteriormente nombrados asociados a la campaña de fomento al consumo de PORKCOLOMBIA – FNP.

5. ACTIVIDADES ESPECÍFICAS - ALCANCE:

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

- a. Realizar un correcto uso de la marca y los activos digitales de la compañía.
- b. Acompañamiento, planeación e implementación en la estrategia de marketing de contenidos y comunicación 2026.
- c. Creación, divulgación e implementación de contenido único y atractivo con técnicas SEO. (Content marketing)
- d. Desarrollo de la creatividad para la implementación de tácticos y campañas en el entorno digital.
- e. Diseño de todas las piezas gráficas/audiovisuales necesarias para el cumplimiento de la estrategia planteada.
- f. Creación y redacción de contenidos especializados relacionados a nuestros activos digitales página web y redes sociales (Facebook, Instagram, Tik Tok y Youtube).
- g. Desarrollo de tácticas y campañas alineadas al cumplimiento de los objetivos de mercadeo y comunicación de Porkcolombia-FNP.
- h. Administración de contenidos, diseño y nuevos desarrollos para sitio web.
- i. Asesoría e implementación de la estrategia SEM (Marketing de motores de búsqueda) para pauta en medios digitales.
- j. Desarrollo e implementación de protocolos para garantizar buenas prácticas de SEO (optimización en motores de búsqueda) en el sitio web www.comemascarnedecerdo.co, www.festivaldelacarnecerdo.co, www.compramascarnedecerdo.co
- k. Presentación mensual de informes de métricas relacionados con la gestión de redes, y el analytics del sitio web en los términos y plazos indicados por PORKCOLOMBIA - FNP.
- l. Acompañamiento y asesoría en la toma de decisiones relacionada con la estrategia 2026.
- m. Cumplir con requerimientos en tiempo real producto del direccionamiento del área de mercadeo de acuerdo las tendencias producto de las redes sociales.
- n. Entregar con cada una de las facturas, un informe de gestión de las actividades realizadas.
- o. Realizar cualquier ajuste necesario identificado por PORKCOLOMBIA – FNP dentro de las estrategias y tácticas planteadas durante el año.

- p. Cumplir con los tiempos de recepción de facturas, creación de informes y radicación de los mismos, según las políticas definidas para tal fin por parte de PORKCOLOMBIA – FNP.
- q. Cumplimiento con los protocolos de respuesta y gestión establecidos por PORKCOLOMBIA – FNP.
- r. Entrega de parrillas de contenido mensuales para su respectiva revisión y aprobación.
- s. Publicación y seguimiento a los contenidos propuestos validando su correcto desarrollo.
- t. Desarrollo estratégico y logístico de actividades digitales, producto de las diferentes temporalidades del año 2026, el cual debe ser presentado previamente para visto bueno del Coordinador de Estrategia Digital; subdirector de Marketing Digital y Experiencias al Consumidor; y aprobación final del director de Mercadeo.
- u. Administración y mantenimiento relacionado al correcto funcionamiento de los servidores, canales y activos asociados a la campaña de fomento al consumo.
- v. Cubrimiento audiovisual de eventos a nivel nacional que trascienden al entorno digital de acuerdo con el cronograma de actividades establecido para el año 2026.
- w. Propuesta completa del equipo de trabajo base (roles específicos) encargado del desarrollo y correcto funcionamiento de las diversas estrategias y desarrollos planteados.
- x. Proponer y liderar estrategias de marketing donde se orqueste la presencia de influenciadores, así como la recomendación de los perfiles más coherentes para lograr resultados óptimos.
- y. Mantener total confidencialidad de la información gestionada, creada o suministrada por cualquiera de las partes.
- z. Cesión completa sobre los derechos de autor producto del material audiovisual y multimedia que se desarrolle y proponga durante el avance del vigente contrato y que haga parte de la campaña de fomento al consumo de PORKCOLOMBIA – FNP.
- aa. Contar con un perfil de director de cuenta para el manejo general de marca.
- bb. Contar con un perfil de ejecutivo de cuenta para el desarrollo de proyectos y actividades diarias.
- cc. Para el desarrollo del contrato, suministrar los siguientes perfiles:
 - Productor de contenidos para el desarrollo de contenido valioso para la comunicación de marca.
 - Diseñador gráfico para el desarrollo de material multimedia producto de la comunicación diaria de marca, con disponibilidad de tiempo completo.
 - Community manager para la gestión de redes sociales y publicación de contenidos de acuerdo a los cronogramas diarios, respuesta a seguidores en tiempo real, consultas o mensajes directos y para manejo de posibles crisis reputacionales de marca.
- dd. Todas las demás actividades requeridas para el normal desarrollo del objeto contractual.

5.1 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 tercer nivel, como se indica en la Tabla 1:

Tabla 1-Codificación en el sistema UNSPSC

Clasificación UNSPSC	Segmento	Familia	Clase	Producto
43232400	43-DIFUSIÓN DE TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y TELECOMUNICACIONES	23-SOFTWARE	24-PROGRAMAS DE DESARROLLO	PROGRAMAS DE DESARROLLO
55111500	55-PUBLICACIONES IMPRESAS, PUBLICACIONES ELECTRÓNICAS Y ACCESORIOS	11-MATERIAL ELECTRÓNICO DE REFERENCIA	15-PUBLICACIONES ELECTRÓNICAS Y MÚSICA	PUBLICACIONES ELECTRÓNICAS Y MÚSICA
81161700	81-SERVICIOS BASADOS EN INGENIERÍA, INVESTIGACIÓN Y TECNOLOGÍA	16-ENTREGA DE SERVICIOS DE TECNOLOGÍA DE INFORMACIÓN	17- SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES	SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES
82101800	82-SERVICIOS EDITORIALES, DE DISEÑO, DE ARTES GRÁFICAS Y BELLAS ARTES	10-PUBLICIDAD	18-SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD	SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD
82101900	82-SERVICIOS EDITORIALES, DE DISEÑO, DE ARTES GRÁFICAS Y BELLAS ARTES	10-PUBLICIDAD	19-COLOCACIÓN Y CUMPLIMIENTO DE MEDIOS	COLOCACIÓN Y CUMPLIMIENTO DE MEDIOS
82111500	82-SERVICIOS EDITORIALES, DE DISEÑO, DE ARTES GRÁFICAS Y BELLAS ARTES	11-ESCRITURA Y TRADUCCIONES	15-ESCRITURA TÉCNICA	ESCRITURA TÉCNICA
82141500	82- SERVICIOS EDITORIALES, DE DISEÑO, DE ARTES GRÁFICAS Y BELLAS ARTES	14- DISEÑO GRAFICO	15-SERVICIOS DE DISEÑO ARTÍSTICO	SERVICIOS DE DISEÑO ARTÍSTICO
83112400	83 – SERVICIOS PÚBLICOS Y SERVICIOS RELACIONADOS CON EL SECTOR PÚBLICO	11 – SERVICIOS DE MEDIOS DE TELECOMUNICACIONES	24 – SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES DE MARCADO CONMUTADO Y CIRCUITO DE LÍNEA DEDICADA ALQUILADA	SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES DE MARCADO CONMUTADO Y CIRCUITO DE LÍNEA DEDICADA ALQUILADA

5.2 Valor estimado del Contrato

El valor estimado del presente Contrato corresponde a la suma de hasta **MIL CINCUENTA Y SEIS MILLONES TRESCIENTOS CINCUENTA Y SEIS MIL SEISCIENTOS VEINTIOCHO PESOS M/CTE (\$1.056.356.628)** incluido IVA y todos los pagos por los costos directos e indirectos necesarios para la ejecución del contrato, así como todos los impuestos, gravámenes y retenciones a que haya lugar.

5.3.1. Forma de pago

La Entidad pagará el contrato celebrado de la siguiente manera: mensualmente, previa presentación de la factura, y aprobación y aceptación por parte del supervisor del contrato, PORKCOLOMBIA – FNP pagará once 11 mensualidades de hasta **CINCUENTA Y NUEVE MILLONES NOVENTA MIL NOVECIENTOS NUEVE PESOS M/CTE (\$59.090.909)** incluidos todos los impuestos a que haya lugar, discriminados así: **CUARENTA Y NUEVE MILLONES SEISCIENTOS CINCUENTA Y SEIS MIL DOSCIENTOS VEINTISÉIS PESOS M/CTE (\$49.656.226)** por concepto de prestación de servicios, y por concepto de IVA hasta **NUEVE MILLONES CUATROCIENTOS TREINTA Y CUATRO MIL SEISCIENTOS OCHENTA Y DOS PESOS M/CTE (\$9.434.682)**. Lo anterior para un total que corresponde a la suma de hasta **SEISCIENTOS CINCUENTA MILLONES DE PESOS M/CTE (\$650.000.000)** incluidos todos los impuestos a que haya lugar, discriminados de la siguiente manera: Honorarios de hasta **QUINIENTOS CUARENTA Y SEIS MILLONES DOSCIENTOS DIECIOCHO MIL CUATROCIENTOS OCHENTA Y**

Siete pesos M/CTE (\$546.218.487) y el valor de todos los impuestos a los que haya lugar por hasta **CIENTO TRES MILLONES SETECIENTOS OCENTA Y UN MIL QUINIENTOS DOCE PESOS M/CTE (\$103.781.512)**, por concepto de honorarios de administración de activos digitales que comprende la creación, implementación, ejecución y gestión de una(s) estrategia(s) de comunicación digital implementada en Facebook, Instagram, Tik Tok, Youtube y sitio web que tiene como especificaciones técnicas el diseño de piezas gráficas, administración web, mailing y producción de contenidos audiovisuales para formatos digitales, planeación, diseño y producción de actividades digitales así como la administración y mantenimiento relacionado al correcto funcionamiento de los servidores, canales y activos anteriormente nombrados asociados a la campaña de fomento al consumo a solicitud de PORKCOLOMBIA – FNP. Una vez radicada factura el pago se efectuará en los próximos 30 días.

Los pagos restantes, si a ello hay lugar en razón a la prestación efectiva de servicios solicitados por concepto de propuesta creativa, desarrollo y cubrimiento de eventos digitales según cronograma 2026, se hará de acuerdo con el presupuesto destinado y previa aprobación de cada proyecto al que haya lugar, hasta dar cumplimiento a la cuantía del contrato, por la suma de hasta **CUATROCIENTOS SEIS MILLONES TRESCIENTOS CINCUENTA Y SEIS MIL SEISCIENTOS VEINTIOCHO PESOS M/CTE (\$406.356.628)** los cuales se discriminan de la siguiente manera: honorarios por la suma de hasta **TRESCIENTOS CUARENTA Y UN MILLONES CUATROCIENTOS SETENTA Y SEIS MIL CIENTO CINCUENTA Y SIETE PESOS M/CTE (\$341.476.157)**, y el valor del IVA hasta por la suma **SESENTA Y CUATRO MILLONES OCHOCIENTOS OCENTA MIL CUATROCIENTOS SETENTA PESOS M/TCE (\$64.880.470)**. El IVA estará contemplado en este valor a razón del 19% y en estos pagos, se incluirán todos los impuestos a los que haya lugar, de acuerdo con las necesidades planteadas en el plan estratégico de mercadeo para el año vigente, hasta completar el valor total del contrato, previa presentación de facturas e informes necesarios que soporten la gestión.

5.3.2. REQUISITOS DE PAGO: Para el pago de los honorarios el contratista deberá entregar: a) Factura a nombre de ASOCIACIÓN PORKCOLOMBIA – FONDO NACIONAL DE LA PORCICULTURA (Original y Copia) b) Constancia del pago de aportes a salud y pensión de acuerdo con lo legalmente establecido, c) Informe mensual de actividades con corte al día 30 de cada mes o fracción de mes, d) Adicionalmente, y en caso de requerirse los servicios de propuesta creativa, desarrollo y cubrimiento de eventos digitales según cronograma 2026, aportar todos los informes de actividades requeridos.

PARÁGRAFO PRIMERO. Para efectos del pago del valor total del presente contrato, PORKCOLOMBIA – FNP lo hará con cargo a los recursos del FONDO NACIONAL DE LA PORCICULTURA, previa presentación oportuna por parte del CONTRATISTA de la factura acompañada de los soportes, informes y demás documentación requerida para cada uno de los pagos previstos.

5.3 Plazo de ejecución del Contrato

El plazo de ejecución del presente Contrato es desde el día de aprobación de garantías hasta diciembre 31 de 2026.

5.4 Lugar de ejecución del Contrato

El lugar de ejecución del Contrato es la ciudad de Bogotá D.C., o a nivel nacional cuando sea requerido.

6. REQUISITOS HABILITANTES

6.1 Capacidad Jurídica

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 y el certificado de antecedentes judiciales.

Las personas jurídicas 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.

6.2 Experiencia

El Proponente debe acreditar experiencia en mínimo cuatro (4) de los códigos del clasificador de bienes y servicios de las Naciones Unidas relacionados en los presentes términos de referencia, contratos que debieron ser ejecutados en algún periodo entre el año 2019 a 2024, o mediante un máximo de 4 certificaciones donde el objeto y descripción de la actividades estén asociadas a las actividades requeridas en los presentes términos, los cuales sumados igualen o superen el presupuesto establecido para la presente contratación, es decir **MIL CINCUENTA Y SEIS MILLONES TRESCIENTOS CINCUENTA Y SEIS MIL SEISCIENTOS VEINTIOCHO PESOS M/CTE (\$1.056.356.628)** incluido IVA.

6.3 Experiencia específica

El proponente deberá presentar mínimo una (1) certificación de experiencia de contratos donde acredite la cuantía del contrato y las actividades del mismo, en algún periodo entre el año 2020 a 2025, cuyo objeto contractual sea igual o similar al presente objeto, y en donde haya tenido que ver con la promoción al consumo. La certificación debe contener los siguientes datos:

- a. Nombre o razón social del contratante.
- b. Nombre o razón social del contratista.

- c. Objeto del contrato.
- d. Actividades realizadas.
- e. Fecha de inicio y terminación del contrato.
- f. Valor del contrato, incluidos los adicionales, si los hubiere.
- g. Fecha de expedición de la certificación.
- h. Firma y respectivo cargo de quien tiene la facultad para firmar la certificación.

6.4 Certificaciones de asociados o partners

Los proponentes deberán adjuntar certificados que hagan constar que son asociados, miembros o partners de las siguientes Agremiaciones o Asociaciones especializadas en Mercadeo Digital o Social Media: Certificación Google partners y Meta, o su equivalente para las dos plataformas referidas.

6.5 Plazo de subsanabilidad

El plazo para realizar la subsanación dependerá de lo consignado en el cronograma. En el evento en el cuál un oferente omita la presentación de uno o varios requisitos habilitantes diferentes a la oferta económica, éste podrá subsanarlos motu proprio o por solicitud de la entidad, y exclusivamente en el plazo que le otorgue la entidad, los aspectos relacionados con la oferta económica no serán objeto de subsanabilidad.

Porkcolombia-FNP podrá efectuar las correcciones aritméticas cuando estas obedezcan a errores de carácter formal:

- Errores en una suma simple
- Cuando se presente inconsistencia en el valor total de la oferta, presentado en números y letras, se tendrá en cuenta el valor en letras.

7. CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE LAS OFERTAS Y ADJUDICACIÓN

Porkcolombia – FNP evaluará únicamente las Ofertas de los Proponentes que hayan cumplido los requisitos habilitantes de que trata la sección seis (6).

Porkcolombia – FNP evaluará las ofertas recibidas, teniendo en cuenta los siguientes criterios:

Criterios de evaluación	
Factor estratégico	70 puntos
Factor técnico	20 puntos
Factor Económico	10 puntos

7.1 Factor estratégico (70 puntos).

Para la presentación del factor estratégico, el proponente tendrá como guía el **Anexo 1 (Brief)**. Para la evaluación del factor estratégico se conformará un equipo de integrantes de

PORKCOLOMBIA – FNP, quienes verificarán el desarrollo total del caso solicitado, y tendrán en cuenta cómo los proponentes cumplen con los siguientes criterios, teniendo en cuenta la necesidad del proyecto, objeto contractual y las actividades específicas del proceso, para otorgar los respectivos puntajes. Los criterios a evaluar son los siguientes:

CRITERIOS DE EVALUACIÓN FACTOR ESTRATÉGICO		
7.1.1. Realización del diagnóstico		Hasta 10 puntos
a) Análisis interno de marca (5) cinco puntos b) Análisis externo de marca (5) cinco puntos		
7.1.2. Formulación de la estrategia		Hasta 20 puntos
a) Objetivos estratégicos (10) puntos b) Metas (5) puntos c) Indicadores (5 puntos)		
7.1.3. Ejecución de la estrategia		Hasta 25 puntos
a) Implementación de plan de acción (15) puntos b) Tácticos (10) puntos		
7.1.4. Creación de formatos digitales y audiovisuales		Hasta 10 puntos
a) Conceptualización gráfica (5) puntos b) Formatos innovadores o diferenciales (5) puntos		
7.1.5. Evaluación de la estrategia		Hasta 5 puntos
a) Medición del rendimiento (2,5) puntos b) Toma de medidas correctivas (2,5) puntos		
TOTAL		70

7.1.1. Realización de diagnóstico (10 puntos):

- a. Análisis interno de marca: El oferente que presente el mejor análisis interno de acuerdo al análisis realizado por el equipo evaluador, obtendrá (5) cinco puntos; el segundo mejor análisis interno obtendrá (4) cuatro puntos; el tercer mejor análisis interno (3) tres puntos, y así sucesivamente, restando de a (1) un punto según el número de ofertas recibidas y la calificación del comité evaluador.

Para efecto de la evaluación, se asignará por parte del comité una evaluación a cada uno de los oferentes, en cifras de 1 punto. En caso que dos o más oferentes obtengan la misma puntuación y se ubiquen en la misma posición, tendrán la misma cantidad de puntaje.

- b. Análisis externo de marca: El oferente que presente el mejor análisis externo de acuerdo al análisis realizado por el equipo evaluador, obtendrá (5) cinco puntos; el segundo mejor análisis interno obtendrá (4) cuatro puntos; el tercer mejor análisis interno (3) tres puntos y así sucesivamente, restando de a (1) un punto según el número de ofertas recibidas y la calificación del comité evaluador.

Para efecto de la evaluación, se asignará por parte del comité una evaluación a cada uno de los oferentes, en cifras de 1 punto. En caso que dos o más oferentes

obtengan la misma puntuación y se ubiquen en la misma posición, tendrán la misma cantidad de puntaje.

7.1.2. Formulación de la estrategia (20 puntos):

- a. Objetivos estratégicos: El oferente que presente los objetivos estratégicos más enfocados a las necesidades de marca de acuerdo al análisis realizado por el equipo evaluador, obtendrá (10) diez puntos; la segunda mejor formulación de objetivos estratégicos obtendrá (8) ocho puntos; la tercera mejor formulación de objetivos obtendrá (6) seis puntos, y así sucesivamente, restando de a (2) dos puntos según el número de ofertas recibidas y la calificación del comité evaluador.

Para efecto de la evaluación, se asignará por parte del comité una evaluación a cada uno de los oferentes, en cifras de 2 puntos. En caso que dos o más oferentes obtengan la misma puntuación y se ubiquen en la misma posición, tendrán la misma cantidad de puntaje.

- b. Metas: El oferente que presente el mejor planteamiento de metas de acuerdo a la evaluación realizada por el equipo evaluador, obtendrá (5) cinco puntos; el segundo mejor planteamiento de metas obtendrá (4) cuatro puntos; el tercer mejor planteamiento de metas (3) tres puntos, y así sucesivamente, restando de a (1) un punto según el número de ofertas recibidas y la calificación del comité evaluador.

Para efecto de la evaluación, se asignará por parte del comité una evaluación a cada uno de los oferentes, en cifras de 1 punto. En caso que dos o más oferentes obtengan la misma puntuación y se ubiquen en la misma posición, tendrán la misma cantidad de puntaje.

- c. Indicadores: El oferente que presente el mejor planteamiento de indicadores de acuerdo a la evaluación realizada por el equipo evaluador, obtendrá (5) cinco puntos; el segundo mejor planteamiento de indicadores obtendrá (4) cuatro puntos; el tercer mejor planteamiento de indicadores (3) tres puntos, y así sucesivamente, restando de a (1) un punto según el número de ofertas recibidas y la calificación del comité evaluador.

Para efecto de la evaluación, se asignará por parte del comité una evaluación a cada uno de los oferentes, en cifras de 1 punto. En caso que dos o más oferentes obtengan la misma puntuación y se ubiquen en la misma posición, tendrán la misma cantidad de puntaje.

7.1.3. Ejecución de la estrategia (25 puntos):

- a. Implementación de plan de acción: El oferente que presente la implementación de plan de acción más aproximada a la comunicación de marca de acuerdo a la evaluación realizada por el equipo evaluador, obtendrá (15) quince puntos, la segunda mejor implementación de plan de acción obtendrá (12) doce puntos, la

tercera mejor implementación de plan de acción obtendrá (9) nueve puntos y así sucesivamente, restando de a (3) puntos según el número de ofertas recibidas y la calificación del comité evaluador.

Para efecto de la evaluación, se asignará por parte del comité una evaluación a cada uno de los oferentes, en cifras de 3 puntos. En caso que dos o más oferentes obtengan la misma puntuación y se ubiquen en la misma posición, tendrán la misma cantidad de puntaje.

- b. Tácticos: El oferente que presente los mejores tácticos entendidos como un conjunto de acciones o estrategias utilizadas para alcanzar un objetivo específico y que estos se adapten en mayor medida a las posibilidades de la marca de acuerdo al análisis realizado por el equipo evaluador, obtendrá (10) diez puntos, la segunda mejor presentación de tácticos obtendrá (8) ocho puntos, la tercera mejor tácticos obtendrá (6) seis puntos y así sucesivamente, restando de a (2) puntos según el número de ofertas recibidas y la calificación del comité evaluador.

Para efecto de la evaluación, se asignará por parte del comité una evaluación a cada uno de los oferentes, en cifras de 2 puntos. En caso que dos o más oferentes obtengan la misma puntuación y se ubiquen en la misma posición, tendrán la misma cantidad de puntaje.

7.1.4. Creación de formatos digitales y audiovisuales (10 puntos):

- a. Conceptualización gráfica: El oferente que presente la conceptualización gráfica más apropiada y cercana con la comunicación de la entidad en los distintos activos digitales de acuerdo al análisis realizado por el equipo evaluador, obtendrá (5) cinco puntos; la segunda mejor conceptualización gráfica obtendrá (4) cuatro puntos; la tercera mejor conceptualización gráfica obtendrá (3) tres puntos, y así sucesivamente, restando de a (1) punto según el número de ofertas recibidas y la calificación del comité evaluador.

Para efecto de la evaluación, se asignará por parte del comité una evaluación a cada uno de los oferentes, en cifras de 1 punto. En caso que dos o más oferentes obtengan la misma puntuación y se ubiquen en la misma posición, tendrán la misma cantidad de puntaje.

- b. Formatos innovadores o diferenciales: El oferente que presente los formatos más innovadores y diferenciales que puedan significar oportunidades para la marca de acuerdo al análisis realizado por el equipo evaluador, obtendrá (5) cinco puntos; la segunda mejor presentación de formatos innovadores o diferenciales obtendrá (4) cuatro puntos; la tercera mejor presentación de formatos innovadores o diferenciales obtendrá (3) tres puntos, , y así sucesivamente, restando de a (1) punto según el número de ofertas recibidas y la calificación del comité evaluador.

Para efecto de la evaluación, se asignará por parte del comité una evaluación a cada uno de los oferentes, en cifras de 1 punto. En caso que dos o más oferentes obtengan la misma puntuación y se ubiquen en la misma posición, tendrán la misma cantidad de puntaje.

7.1.5. Evaluación de la estrategia (5 puntos):

- a. Medición del rendimiento: El oferente que presente la herramienta de medición de rendimiento e indicadores más completa y óptima de acuerdo al análisis realizado por el equipo evaluador, obtendrá (2.5) dos punto cinco puntos; la segunda mejor presentación medición de rendimiento obtendrá (2) dos puntos; la tercera mejor presentación de medición de rendimiento obtendrá (1.5) uno punto cinco puntos, y así sucesivamente, restando de a (0,5) cero cinco puntos según el número de ofertas recibidas y la calificación del comité evaluador.

Para efecto de la evaluación, se asignará por parte del comité una evaluación a cada uno de los oferentes, en cifras de 0.5 puntos. En caso que dos o más oferentes obtengan la misma puntuación y se ubiquen en la misma posición, tendrán la misma cantidad de puntaje.

- b. Toma de medidas correctivas: El oferente que presente la mejor metodología para la toma de medidas correctivas en caso de que las tácticas o la estrategia en general no estén generando los resultados esperados, y sea necesario hacer ajustes para optimizar el rendimiento y alcanzar los objetivos planteados de acuerdo al análisis realizado por el equipo evaluador, obtendrá (2.5) dos punto cinco puntos; la segunda mejor formulación de toma de medidas correctivas obtendrá (2) dos puntos; la tercera mejor formulación de toma de medidas correctivas obtendrá (1.5) uno punto cinco puntos, y así sucesivamente, restando de a (0,5) cero cinco puntos según el número de ofertas recibidas y la calificación del comité evaluador.

Para efecto de la evaluación, se asignará por parte del comité una evaluación a cada uno de los oferentes, en cifras de 0.5 puntos. En caso que dos o más oferentes obtengan la misma puntuación y se ubiquen en la misma posición, tendrán la misma cantidad de puntaje.

7.2 Factor técnico (20 puntos).

Los proponentes deberán presentar 2 casos de con marcas en el ecosistema digital que cumplan con la siguiente información:

- a) Nombre completo de la marca trabajada.
- b) Redes sociales en las cuales se implementó la actividad.
- c) Concepto y estrategias utilizadas.
- d) Métricas claras de alcance, engagement y retorno de inversión.

Cada caso tendrá un valor de hasta 10 puntos, contemplando que cada literal de los anteriormente relacionados, tiene un valor de 2,5 puntos. En caso de presentar los dos casos con marcas en el ecosistema digital con la información completa (los cuatro literales relacionados anteriormente) el oferente obtendrá 20 puntos. Los literales que no tengan la información completa serán calificados con 0 (cero).

7.3 Factor Económico (10 puntos).

En la oferta económica cada oferente deberá incluir el valor total. La oferta económica tendrá un puntaje máximo de diez (10) puntos, concediendo el valor total a la propuesta que cuenta con el menor valor, las restantes se ponderarán respectivamente de acuerdo con el valor de cada oferta.

(i) Menor valor

Consiste en establecer la Oferta de menor valor y la asignación de puntos en función de la proximidad de las Ofertas a dicha Oferta de menor valor, como resultado de aplicar las fórmulas que se indican en seguida.

$$\text{Puntaje } i = \frac{[\text{incluir el valor del máximo puntaje}] \times (V_{MIN})}{V_i}$$

Donde,

V_{MIN} =Menor valor de las Ofertas válidas.

V_i = Valor total sin decimales de cada una de las Ofertas *i*

i = Número de oferta.

En este caso se tomará el valor absoluto de la diferencia entre el menor valor y el valor de la Oferta, como se observa en la fórmula de ponderación.

Para el método descrito se tendrá en cuenta hasta el séptimo (7º) decimal del valor obtenido como puntaje.

7.4 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 el primero de los factores de escogencia y calificación, de persistir el empate se escogerá al oferente que tenga el mayor puntaje en el segundo de los factores de escogencia y calificación establecidos en los Términos de Referencia, y así sucesivamente hasta agotar la totalidad de los factores de escogencia y calificación. Para el efecto, el orden de los factores de escogencia será: estratégico, técnico y económico.

En igualdad de condiciones para contratar, se preferirá la oferta de bienes y servicios de origen nacional.

Para los oferentes extranjeros que se encuentren en igualdad de condiciones, se preferirá aquel que contenga mayor incorporación de recursos humanos nacionales, mayor componente nacional y mejores condiciones para la transferencia tecnológica.

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.

8. OFERTA

8.1 Presentación

Los Proponentes deben presentar sus Ofertas por escrito y/o al correo electrónico del supervisor del contrato hferro@porkcolombia.co cc alaverde@porkcolombia.co. 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 del supervisor del contrato hferro@porkcolombia.co cc alaverde@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).

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.

8.2 Oferta estratégica

El Proponente debe incluir en su oferta el desarrollo de la propuesta incluida en el **anexo 1 (brief)** y la información solicitada en el numeral 7.1 de los términos establecidos en este documento. Debe allegar la información para cada uno de los ítems relacionados en el punto 7.1 Factor estratégico, indicando a cuál de los criterios hace referencia.

8.3 Oferta Técnica

El Proponente debe incluir en su oferta el desarrollo de la propuesta, en los términos establecidos en este documento. Debe allegar la información para cada uno de los ítems relacionados en el punto 7.2 Factor técnico, indicando a cuál de los criterios hace referencia.

8.4 Oferta Económica

El Proponente debe incluir en su Oferta lo estipulado en el numeral 7.3, incluyendo en el presupuesto de su oferta, todos los valores y costos a los que haya lugar, discriminando el valor de los impuestos y de los servicios.

8.5 Validez de las Ofertas

La Oferta debe tener una validez mínima de 30 días, 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.

8.6 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.

8.7 Evaluación de las Ofertas

Los Proponentes que hayan acreditado los requisitos habilitantes de que trata la sección 6 serán evaluadas, de acuerdo con lo establecido en la sección 7. PORKCOLOMBIA – FNP debe publicar el informe de evaluación de Ofertas en la oportunidad señalada en el Cronograma de qué trata la sección 12.

8.8 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 necesarios para la comparación objetiva de las propuestas. Lo

anterior sin perjuicio de lo establecido en la sección 6.3 Plazo de Subsanabilidad. (c) Cuando la oferta económica supere el presupuesto oficial estimado para el presente proceso. (d) Ofertas parciales; es decir que no incluyan todas las actividades requeridas en los presentes Términos.

9. 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.

10. GARANTÍAS

10.1 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.

En el caso de empresas extranjeras se podrá constituir un aval de garantía bancario que ampare el cumplimiento de las obligaciones surgidas del Contrato.

11. INTERVENTORÍA Y/O SUPERVISIÓN

La supervisión del contrato será ejercida por la Dirección de mercadeo, y en su ausencia por la Subdirección de mercadeo, quien cumplirá las funciones previstas en el procedimiento de contratación de la Asociación Colombiana de Porcicultores – Fondo Nacional de la Porcicultura.

12. CRONOGRAMA

El siguiente es el Cronograma del Proceso de Contratación:

Tabla 14 - Cronograma del Proceso de Contratación

Actividad	Fecha	Lugar
Publicación proyecto Términos de Referencia	Enero 8 de 2026	www.porkcolombia.co
Presentación de Ofertas	Enero 14 de 2026	Calle 37 # 16 – 52 hasta las 4:00 pm o correo electrónico hferro@porkcolombia.co cc alaverde@porkcolombia.co
Informe de presentación de Ofertas	Enero 15 de 2026	Calle 37 # 16 – 52 presencial
Subsanación	Enero 16 de 2026	www.porkcolombia.co
Sustentación de ofertas	19 de enero 2026	Calle 37 # 16 – 52 – Bogotá D.C., previa confirmación por parte de PORKCOLOMBIA – FNP.
Publicación del informe de evaluación de las Ofertas	26 de enero 2026	www.porkcolombia.co
Presentación de observaciones al informe de evaluación de las Ofertas (Cuando aplique)	Enero 27 de 2026	Calle 37 # 16 – 52 hasta las 4:00 pm o correo electrónico hferro@porkcolombia.co
Firma del contrato	Enero 30 de 2026	Calle 37 # 16 – 52
Entrega de garantías	Enero 30 de 2026	Calle 37 # 16 - 52
Aprobación de garantías	Enero 30 de 2026	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.

13. MINUTA DEL CONTRATO

Una vez adjudicado y suscrito el contrato puede consultarse en el SECOPII.



ALEJANDRO LAVERDE

Director de mercadeo
PORKCOLOMBIA – FNP



HUGO ANDRÉS FERRO FORERO

Subdirector de experiencias al consumidor y marketing digital
PORKCOLOMBIA – FNP

Vo. Bo.



GERMÁN GUERRERO

Vicepresidente ejecutivo
PORKCOLOMBIA – FNP