

	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS – SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS

Dependencia Solicitante: SECCIÓN DE PUBLICACIONES UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS.

3-01-002-02-02-08-0003-64

Rubro: Otros servicios de publicidad

Fecha: 26 de enero de 2022

Funcionario responsable del proceso en la dependencia: Jefe Sección de Publicaciones

1. DEFINICIÓN DE LA NECESIDAD (OBJETO DEL CONTRATO)

La sección de Publicaciones de la Universidad trabaja para garantizar la publicación y la divulgación de la producción científica y académica de los integrantes de la comunidad universitaria y de acuerdo a los requerimientos de publicación, se hace necesario suscribir el contrato requerido para “SERVICIO DE IMPRESIÓN DIRECTA DE MATERIAL PUBLICITARIO PARA LA DIVULGACIÓN Y VISIBILIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN EDITORIAL ACADÉMICA Y CIENTÍFICA DE LA UNIVERSIDAD DISTRITAL EN EL MARCO DE LA FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO 2022”

2. JUSTIFICACIÓN DEL PROCESO DE SELECCIÓN

En cumplimiento al numeral 1 y 2 del plan de acción, los procesos misionales de la Universidad y en concordancia con la política editorial consignada en el acuerdo 002/2002 del consejo académico, La Sección de Publicaciones trabaja para que la publicación y la divulgación de la producción científica y académica de los integrantes de la comunidad universitaria, sea uno de los medios más significativos para alcanzar los objetivos de la misión institucional y la consolidación de la acción universitaria como un foro permanente para la reflexión y espacio para la formulación y realización de propuestas para un posicionamiento en el contexto local, regional, nacional e internacional.

Es así como la Feria del Libro de Bogotá, es un espacio que ayuda a cumplir esta misión institucional, ya que se reúnen más de 500 expositores nacionales y extranjeros, el 95% de la industria editorial colombiana participa activamente, más de 600.000 mil personas visitan la feria durante sus 14 días y diferentes entidades ofrecen 1.850 actividades de programación. literaria, cultural, académica y profesional con más de 500 Invitados nacionales e internacionales y un Salón Internacional de Negocios con aproximadamente 350 participantes, con una expectativa de negocios superior de \$USD 4 millones de dólares a un año, además de un centenar de servicios en pro de la cultura de nuestro país, convirtiéndola en un espacio propicio para que la Universidad Distrital presente a la comunidad su producción editorial.

 UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	 SIGUD <small>Garantía Integración de Gestión</small>
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

Entendido esto, la Sección de Publicaciones requiere la contratación del servicio de impresión directa de material publicitario para la divulgación y visibilización de la producción editorial académica y científica de la Universidad Distrital en el marco de la Feria Internacional del Libro 2022.

La necesidad del material publicitario POP la necesidad contar con recursos amigables con el ambiente acordes con la resolución de Rectoría 164 de 2017 entorno a la Política Ambiental de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, para promover y fortalecer la cultura ambiental en la comunidad universitaria, mediante el uso racional de recursos y servicios ambientales, en el caso que nos compete, mediante el uso de bolsas reutilizables y esferos hechos con materiales ecológicos, destinados a ser empleados en la comercialización de las publicaciones de la Editorial UD, durante la Feria Internacional del Libro 2022.

Para tal fin, considerando que la contratación de que se viene hablando, en principio obedecería a causales de contratación directa, conforme al artículo 18 de nuestro Estatuto de Contratación, Acuerdo Consejo Superior Universitario No.003 de 2015, no obstante que por las especiales circunstancias en que nos encontramos, se acude a su adquisición a través de otro tipo de procesos de selección de contratistas, que garantizan publicidad y pluralidad, la selección del proveedor a contratar será realizada atendiendo a la modalidad de convocatoria pública, conforme a las disposiciones legales vigentes, en las que por ejemplo, la circular de la Vicerrectoría Administrativa y Financiera No. 02 de 2022 aclaró además de, que están permitidos todos los procesos de contratación diferentes a la contratación directa en cuanto implican convocatoria pública y participación de varios oferentes, los requisitos y procedimientos para los procesos de selección de contratistas a los que la institución puede acudir durante la vigencia de las garantías electorales.

3. RAZONES DE CONVENIENCIA Y OPORTUNIDAD (marque X si el contrato está vigente)

Objeto	Contrato Vigente		Oportunidad		
	Sí	No	Fecha de Inicio	Fecha Final	Plazo Max. de Inicio Nuevo Contrato
Servicio de impresión directa de material publicitario para la divulgación y visibilización de la producción editorial académica y científica de la Universidad Distrital en el marco de la feria internacional del libro 2022.		X			

4. EVALUACIÓN DE LOS POSIBLES RIESGOS (La tipología de los riesgos que podrían ser)

RIESGOS PREVISIBLES CON CARGO AL OFERENTE GANADOR

	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

Son los posibles hechos o circunstancias que por la naturaleza del contrato y de la actividad a ejecutar es factible su ocurrencia, esta corresponde a la estimación y asignación de los riesgos previsible así como su tipificación.						
RIESGO	POSIBLES CAUSAS	RESPONSA BILIDAD	IMPACTO	U.D.	CONTRA TISTA	
1	Incumplimiento el contratista en la ejecución del contrato	Oferente ganador	Moderado		X	
						Atrasos y sobre costos en la prestación del servicio por imprevisión y mala planificación del oferente ganador respecto del control del personal disponible.
						Mala interpretación del contratista del Pliego de Condiciones o del contrato que se firmare
						La mala calidad del servicio suministrado.
						La carencia de medidas de seguridad industrial apropiadas por el contratista ganador del presente proceso de selección, a favor de la conservación de las condiciones físicas y mentales de sus trabajadores, la comunidad universitaria, así como de terceras personas que activa o pasivamente tenga alguna relación.
						El incumplimiento de lo establecido en el Pliego de Condiciones, el incumplimiento de la oferta presentada al cierre del proceso de selección, el incumplimiento de los posibles OTROSÍ que de común acuerdo se pacten con la Universidad Distrital, así como el contrato o los contratos que se deriven del proceso de selección.
2	Incumplimiento del contratista en el pago de salarios o de obligaciones parafiscales a favor del personal operativo a cargo	Oferente ganador	Moderado		X	
						Mala planeación financiera u operativa del contratista.
RIESGOS EXTERNOS PREVISIBLES CON CARGO AL OFERENTE GANADOR						
Los generados por la probabilidad de que en el marco normativo y de operación del Sistema Jurídico Colombiano se vean modificados dentro de un escenario previsible como son: una variación de tarifas en mercados regulados, el cambio de carga impositiva tributaria por reformas legales futuras y la adopción de decisiones administrativas que puedan afectar el desarrollo del objeto contractual y que puedan alterar de forma moderada el equilibrio económico del contrato, el cual se manifiesta principalmente en la pérdida de liquidez del contratista, en procesos inflacionarios y en la llamada diferencia en cambio.						
RIESGO	POSIBLES CAUSAS	RESPONSA BILIDAD	IMPACTO	U.D.	CONTRA TISTA	

 UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	 SIGUD Sistema Integrado de Gestión
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

3	Riesgos Económicos	<p>Por pérdida de liquidez se entiende la dificultad que puede experimentar el contratista en convertir un activo financiero en efectivo.</p> <p>Por inflación se entiende al aumento generalizado del nivel de precios de bienes y servicios, ocasionado por la caída del poder adquisitivo del peso colombiano.</p> <p>Por diferencia en cambio se entiende la generación de pasivos imprevistos, originados a raíz de la eventual variación de la cotización del cambio oficial del peso, durante la compra o importación a crédito de mercancías o activos fijos, o en aquellas circunstancias en que se contrae una deuda en divisas. (cambios en la TRM)</p>	Oferente ganador	Moderado		X
RIESGOS IMPREVISIBLES CON CARGO AL OFERENTE GANADOR						
Son aquellos hechos o circunstancias donde no es factible su previsión, es decir el acontecimiento de su ocurrencia, estos riesgos deberán estar considerados por parte de los oferentes en caso de que les sea adjudicado el contrato resultante de este proceso de selección.						
4	Sobrecostos en los precios de los productos básicos de la canasta familiar, ocasionado por guerras nacionales o internacionales	Atrasos y sobre costos en la entrega de los productos por imprevisión o mala planificación del ofertante ganador respecto del control de inventarios, impactando el costeo de productos.	Oferente ganador	Menor		X
5	Situaciones de salud pública y similares, que modifiquen las condiciones en que el contrato será ejecutado	Pandemias y otras situaciones que, por su capacidad de afectación del normal funcionamiento de la sociedad y del Estado, modifiquen drásticamente las condiciones en que el contrato debe ser ejecutado	Oferente ganador	Mayor		X
6	La variación de los precios de mercado, como resultado del impacto de nuevos impuestos, impactando, de paso, cualquier actividad relacionada con la ejecución del contrato.	Pandemias y otras situaciones que, por su capacidad de afectación del normal funcionamiento de la sociedad y del Estado, modifiquen drásticamente las condiciones en que el contrato debe ser ejecutado	Oferente ganador	Mayor		X

 UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	 SIGUD Sistema Integrado de Gestión
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

Ante los riesgos mencionados, así como por cualquier anomalía que en el desarrollo del contrato el contratista ganador del proceso de selección detecte, podrá hacer uso de todas las herramientas y medios jurídicos válidos para hacer valer sus derechos y no resultar afectado económicamente

4.1. Riesgos previsible a cargo de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas:

El incumplimiento de sus obligaciones establecidas en los Términos de Referencia, el no pago del contrato, en la forma establecida, cualquiera sea la modalidad de esta contratación, La no ejecución del contrato en la forma debida y establecida en los Términos de Referencia, La no comunicación permanente por parte del supervisor del contrato con el oferente(s) ganador (es) del proceso de selección que ocasione demoras y tropiezos en el desarrollo del contrato que se firmare, cambiar las condiciones técnicas establecidas para los elementos a suministrar por parte del contratista (s) ganador (es) del proceso de selección, sin comunicación y consulta previas con el mismo.

4.2. Otros riesgos que se consideran:

Cuando en su desarrollo se presenten circunstancias de fuerza mayor o caso fortuito, debidamente comprobadas, que impidan temporalmente su ejecución, como causas de fuerza mayor por problemas mundiales o nacionales de salud pública.

5. JUSTIFICACIÓN DEL VALOR DEL CONTRATO - ANÁLISIS DEL MERCADO Y DEL SECTOR:

La Universidad Distrital Francisco José de Caldas, requiere se adelante el proceso de contratación y está interesada en recibir propuestas para el *"SERVICIO DE IMPRESIÓN DIRECTA DE MATERIAL PUBLICITARIO PARA LA DIVULGACIÓN Y VISIBILIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN EDITORIAL ACADÉMICA Y CIENTÍFICA DE LA UNIVERSIDAD DISTRITAL EN EL MARCO DE LA FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO 2022"*

Dando cumplimiento a la Resolución 262 de 2015 "Por medio de la cual se reglamenta el Acuerdo 03 de 2015, Estatuto de Contratación de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas y se dictan otras disposiciones" título II Artículo 9 Estudios Previos y Artículo 11 Otros documentos necesarios para la contratación en esta etapa.

Actividades CIU-CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME:

- 7310: Publicidad

Actividades con código Clasificador de Bienes y Servicios de Naciones Unidas (UNSPSC)

- 82101500: Publicidad impresa

	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

I. ANALISIS DE LA OFERTA

Se requiere contratar la impresión directa de material publicitario POP como son bolsas reutilizables en un material amigable con el medio ambiente y resistentes, así como esferos marcados con la imagen institucional de la Universidad, para ser usados en la comercialización de las publicaciones de la Universidad Distrital en el marco de la Feria Internacional del Libro de Bogotá 2022.

TABLA 2: DE ANÁLISIS DEL MERCADO – OFERTA

	Empresa cotizante	Condiciones ofrecidas	Objeto	Valor Ofrecido
1	Oferta No. 1	1.000 Bolsas de cambrel (rojo o negro) Medidas: 35 cm x 45 cm troquelada con logo impreso por una cara a una tinta 1.000 Bolsas de cambrel (rojo o negro) Medidas: 35 cm x 35 cm troquelada con logo impreso por una cara a una tinta 1.200 Esferos ecológicos del Color deseado delgados marcados en tampografía a una tinta Tiempo de respuesta: 10 días bajo pedido por fabricación o Importación Forma de pago: bajo orden de compra, 30 días a la entrega del producto	Servicio de impresión directa de material publicitario para la divulgación y visibilización de la producción editorial académica y científica de la Universidad Distrital en el marco de la feria internacional del libro 2022.	\$ 9.996.714.00
2	Oferta 2	1.000 Bolsas de kambre de 70 de color deseado medidas de 35 de ancho x 45 de alto con manija banana 1.000 Bolsas de kambre de 70 de color deseado medidas de 35 de ancho x 35 de alto con manija banana 2.000 Marcación 1 tinta 1 cara del color deseado 1.000 Esferos ecológicos del Color deseado delgados 1.000 Marcaciones de los esferos en tampografía 1 tinta 1 cara Tiempo de Respuesta: 5, días hábiles o depende del pedido o de los modelos y cantidades Forma de pago: 50% anticipo y el otro 50% contra entrega Domicilio tiene un Valor de \$15.000 o depende la dirección y el volumen		\$ 10.194.900.00
3	Oferta 3	1.000 Bolsas de cambrel (rojo o negro) Medidas: 35 cm x 45 cm troquelada con logo impreso por una cara a una tinta 1.000 Bolsas de cambrel (rojo o negro) Medidas: 35 cm x 35 cm troquelada con logo impreso por una cara a una tinta 1.200 Esferos ecológicos del Color deseado delgados marcados en tampografía a una tinta Tiempo de respuesta: 10 días bajo pedido por fabricación o Importación Forma de pago: Contado		\$ 10.227.387.00

	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

II. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Históricamente la Universidad ha tenido como eje misional la producción académica y la Sección de Publicaciones es la dependencia encargada de visibilizar dicha producción académica, motivo por el cual ha encontrado en las ferias y eventos, espacios ideales para la visibilización y comercialización de las publicaciones. La Feria Internacional del Libro de Bogotá se ha convertido en el mayor espacio cultural y académico de Colombia, reconocido internacionalmente como una de las mejores ferias del libro de Latinoamérica. Este espacio se ha convertido en el punto de encuentro de las distintas Facultades y dependencias de la Universidad para reunir a la comunidad universitaria entorno a su producción académica, presentando no solo las novedades editoriales, sino además la oferta de programas académicos, el reforzamiento de la imagen institucional con los artículos de la Tienda Universitaria y con el continuo acompañamiento de los diferentes grupos que pertenecen a la Universidad.

La Feria Internacional del Libro de Bogotá ha sido además en los últimos años el espacio donde se logra recaudar la mayor parte de los ingresos que la Sección de Publicaciones hace a la cuenta bancaria de la Universidad y el espacio donde se logran llevar las publicaciones a las diferentes instituciones académicas como Bibliotecas, Centros Culturales, Universidades, Organismos sin ánimo de lucro, distribuidores, entre muchos otros, quienes multiplican en el territorio colombiano y otros espacios internacionales los esfuerzos de la Editorial para la visibilización de la producción académica de la Universidad.

Para la última Feria Internacional del Libro de Bogotá celebrada en el año 2019 antes que la pandemia obligara a que dicho evento fuera realizado de manera virtual, la Sección de Publicaciones realizó durante los 13 días de Feria del Libro, 15 eventos de lanzamientos de libros y revistas en el stand de la Universidad Distrital y en los auditorios habilitados por Corferias. En estos espacios los autores presentaron sus obras, se realizaron conversatorios y presentaciones musicales, que destacan la calidad académica y cultural de la comunidad universitaria. Allí se lograron comercializar más de 2.600 títulos por ventas superiores a \$39.000.000.

Para la Feria del Libro 2019, la Editorial de la Universidad Distrital presentó un total de 49 novedades editoriales, que se suman a los 7 libros editados por el Doctorado en Educación, 11 libros editados por el Doctorado en Ingeniería y 10 revistas científicas y de divulgación académica, para un total de 77 títulos que se presentan como novedad 2019 por parte de la Universidad Distrital.

TABLA 3: DE ANÁLISIS DEL MERCADO – DEMANDA – HISTORICO DE LA ENTIDAD

	Año	No. Contrato	Objeto	Plazo de Ejecución	Valor	Requisitos mínimos exigidos contratista
1	2019	Orden de	Compra de material POP (Mugs, gorras, esferos, bolsas) con el fin de visibilizar y promover la	Dos (2) meses	\$ 9.998.988.000	<ul style="list-style-type: none"> Empresa legalmente constituida.

	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

		compra No 1125	divulgación de la producción editorial académica y científica de la Universidad Distrital, así como posicionar la imagen legalmente constituida. Actividad económica correspondiente con el objeto a contratar. Orden de institucional en el marco de Feria Internacional del Libro de Bogotá 2019			<ul style="list-style-type: none"> Actividad económica correspondiente con el objeto a contratar.
2	2018	Orden de compra No 991	Compra de material POP para la Feria del Libro FILBO 2018.	Dos (2) meses	\$7.990.284	<ul style="list-style-type: none"> Empresa legalmente constituida. Actividad económica correspondiente con el objeto a contratar

TABLA 4: DE ANÁLISIS DEL MERCADO – DEMANDA – OTRAS ENTIDADES Y/O EMPRESAS

	Año	No. Contrato	Objeto	Plazo de Ejecución	Valor	Entidad y/o Empresa
1	2020	IMRDS-MIC-014-2021	ADQUISICION DE MATERIAL PUBLICITARIO PARA LOS DIFERENTES PROGRAMAS DEL IMRDS.	5 días	\$ 18.500.000	INSTITUTO MUNICIPAL PARA LA RECREACION Y EL DEPORTE DE SOACHA
2	2018	SINT-MC-25-2021	ADQUISICIÓN DE MATERIAL PUBLICITARIO EN EL MARCO DEL PROYECTO "APOYO PARA LA EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA DENOMINADA "AGUANTE LA BARRA: BARRISMO TOLERANTE, APORTAR, CONVIVIR Y ALENTAR" EN EL MUNICIPIO DE BUCARAMANGA	20 días	\$77.224.711	SECRETARIA DE INTERIOR - MUNICIPIO DE BUCARAMANGA
3	2017	SG-MC-022-2021,	MATERIAL PUBLICITARIO PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL	10 días	\$ 19.000.000	SECRETARIA GENERAL – GOBERNACIÓN DE CUNDINAMARCA

	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

III. CONDICIONES GENERALES DEL SECTOR

De acuerdo con la necesidad expuesta se identifica que el sector que puede satisfacerla corresponde al de publicidad toda vez que este comprende la creación de campañas de publicidad y la inserción de anuncios publicitarios en revistas, periódicos, programas de radio y televisión u otros medios de difusión, así como también el diseño de estructuras y sitios de exposición.

Este sector incluye:

- El suministro de una completa gama de servicios de publicidad (mediante recursos propios o por subcontratación), incluyendo servicios de asesoría, servicios creativos, producción de material publicitario y utilización de los medios de difusión.
- La creación y realización de campañas de publicidad que incluyen:
 - Creación y colocación de anuncios en periódicos, revistas, programas de radio, televisión, Internet y otros medios de difusión.
 - Creación y colocación de anuncios de publicidad exterior, por ejemplo, mediante carteles, carteleras, tableros, boletines, decoración de vitrinas, diseño de salas de exhibición, colocación de anuncios en automóviles y autobuses, entre otros.
 - Representación de medios de difusión, a saber, venta de tiempo y espacio en diversos medios de difusión interesados en la obtención de anuncios.
 - Publicidad aérea.
 - Distribución y entrega de material publicitario o muestras.
 - Alquiler de espacios publicitarios en vallas publicitarias.
 - Creación de stands y otras estructuras y sitios de exhibición.
- El manejo de campañas de mercadeo y otros servicios publicitarios, dirigidos a la atracción y retención de clientes:
 - Promoción de productos.
 - Comercialización en puntos de venta.
 - Publicidad directa vía correo.
 - Consultoría en comercialización.

Clasificación de Actividades del Sector

Conforme la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU), adaptada para Colombia y publicada por el DANE, la cual corresponde a la división 73 publicidad y estudios de mercado de la sección M actividades profesionales, científicas y técnicas. De otra parte, en el Clasificador de Bienes y Servicios de UNSPSC (The United Nations Standard Products and Services Code), que es utilizado como herramienta para consultar el código del bien o servicio que los proponentes ofrecen a las entidades del Estado en procesos de compra y contratación pública y que son consultados a través de la plataforma SECOP, corresponde al código 82100000-Publicidad.

	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

ASPECTO ECONÓMICO

Según lo publicado por la Unión Colombiana de Empresas Publicitarias, la publicidad y en general, la comunicación publicitaria, es esencial en el desarrollo económico y social de un país porque:

- Es instrumento para el crecimiento del sector productivo, la competitividad y la innovación.
- Permite el ejercicio de la libertad del consumidor para seleccionar de manera informada sus bienes y servicios de preferencia.
- Genera recursos para hacer sostenibles actividades y servicios de gran impacto en una sociedad como los medios de comunicación y las actividades culturales.
- Incide en la formación de valores, conservación de costumbres y difusión de iniciativas sociales.
- Es fuente de talento innovador y creativo para un país.
- Aporta al PIB de manera significativa.

El diario El Espectador en una publicación de agosto de 2020 indicó que un estudio dado a conocer por Kantar Ibope Media informa que los colombianos, al principio del aislamiento, querían estar informados. Hoy en día prefieren el entretenimiento y por eso acuden a la televisión internacional, según la encuesta;

El 66% de los encuestados dijo que vio más videos en línea (gratis)

El 75.8% utilizó plataformas de videollamadas

El 71.1% vio más videos y TV en línea (pagos)

El 46.2% aumentó el consumo de televisión por cable

El 39.2% aumentó el consumo de televisión abierta.

“La pandemia ha generado un mayor consumo de medios digitales, como TV en línea, VOD, transmisión de radio, redes sociales y podcasts. El Special Pandemic TGI muestra que el 72% de las personas han podido adoptar mejor la tecnología en sus vidas”, explica Carolina Ibarra, managing director de Kantar Ibope Media en Colombia.

Todo el entorno digital está cambiando radicalmente, desde las noticias, el entretenimiento y el comercio digital están sufriendo fuertes cambios que indican que las interacciones entre consumidores y el entorno digital están siendo modificados por distintos motivos. La estructura misma de los negocios, tanto físicos como digitales cambiará radicalmente de aquí a algunos meses, y el motivo principal de la aceleración de la digitalización mundial es el propio coronavirus, que forzó a los negocios a reinventarse y a modificar sus mecanismos de venta, que venían basándose en el tradicional modelo de la tienda física.

A través del portal especializado en análisis de sectores de la economía colombiana www.sectorial.co, en su publicación de agosto de 2020 manifiesta que la coyuntura que atraviesa el país a raíz de las medidas para contener la expansión del coronavirus, que incluyen fuertes restricciones a la movilidad y que han derivado en afectaciones para diferentes sectores de la economía, han golpeado de manera especial al sector de publicidad exterior, pues muchas

	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

empresas han decidido recortar drásticamente o incluso suspender su gasto en este rubro, disminuyendo la facturación del sector en un 90% a la fecha, con un cierre proyectado para 2020 de \$100.000 millones de pesos, después de haber facturado \$209.000 millones en 2019.

Estos análisis se realizan posterior a lo indicado en julio de 2020, en el que este mismo portal publica que una de las industrias que ha sufrido efectos contrapuestos durante la pandemia es la de publicidad en el segmento digital, pues si bien el confinamiento ha disminuido la inversión en publicidad física y eventos, el cambio en los hábitos de consumo de medios ha potencializado la publicidad digital, que según el más reciente reporte de eMarketer, en el segundo trimestre creció 11.2% en Colombia, posicionándolo como líder en América Latina; según People Media, una empresa especializada en conectar marcas con personas a través de publicidad digital, los mayores crecimiento se han presentado en los sectores de telecomunicaciones, finanzas, comercio, autos y bebidas.

En conversación con el diario El Nuevo Siglo, Tatiana González, CEO de People Media, aseguró que este crecimiento refleja que las marcas están respondiendo a los cambios en los hábitos de los consumidores, con el fin de aumentar la efectividad de su pauta; asegura también que existen comportamientos disimiles entre las compañías, pues también se evidencia que ante la incertidumbre algunas han optado por mantener campañas austeras, mientras que otras han aprovechado la coyuntura para lanzar campañas agresivas para aumentar su alcance y visibilidad.

Para analizar el sector de la publicidad en el crecimiento económico de un país se debe tener en cuenta lo expuesto por la Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia - ANDA en donde el análisis de los datos estadísticos de los principales países industrializados se desprende que la inversión en publicidad tiene un efecto positivo sobre el crecimiento económico por medio de cuatro mecanismos: la publicidad estimula el crecimiento del consumo, acelera la difusión de la innovación, promueve la competencia y, a su vez, el dinamismo inherente en el sector de la publicidad impulsa el índice del crecimiento promedio del PIB.

Una empresa, mientras más disemine información sobre sus productos, tendrá más esperanza de venderlos. Mediante la implementación de niveles mayores o menores de publicidad, la empresa logra una expectativa, mayor o menor, de su perspectiva de ventas en el futuro. En consecuencia, mientras que los contadores siempre las clasifican como gastos, las sumas dedicadas a la publicidad pueden ser consideradas una inversión, específica e intangible. Porque en verdad, los gastos en publicidad permiten a una empresa adquirir un bien que, de otra manera, sería muy difícil de obtener: “capital simbólico”, un valor intangible basado en su reputación y la imagen que haya adquirido.

En la economía actual, en la que las empresas se encuentran involucradas en una competencia global y en una búsqueda de rendimientos cada vez más altos (mientras más crece la producción, más se reducen los costos por unidad), se hace necesaria la inversión en publicidad por parte de las empresas para ganar o defender su porción del mercado. Mientras más “capital simbólico” posea una empresa, mejores han de ser las opciones de que sus esfuerzos sean coronados por el éxito.

	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

Esta aseveración se encuentra corroborada por el valor que se concede hoy en día a las marcas de fábricas de prestigio y el cuidado que se tiene con el fin de preservarlas.

La publicidad facilita la aparición y difusión de nuevos estándares de consumo al afectar la percepción que los consumidores tienen sobre la utilidad, calidad y ventajas de un producto. Este impacto suministra su propia productividad por encima y más allá de las funciones clásicas de la inversión tradicional.

Estas características específicas de la inversión en publicidad también explican, a pesar del gran progreso realizado en años recientes, la razón por la cual es difícil cuantificar con exactitud su efectividad, de antemano. Para una empresa, el tener una expectativa de ventas en el futuro no es lo mismo que tener la certeza de vender más productos. Esto es solamente una probabilidad. En algunos casos, el incremento de volúmenes no se equipará con el nivel acordado de inversión en publicidad.

Es precisamente porque la publicidad es una inversión inherentemente productiva, que es posible estudiar la forma como impacta sobre el crecimiento económico. Y son cuatro sus “palancas” como los factores que estimulan dicho crecimiento:

1. Consumo
2. Innovación
3. Competencia
4. El financiamiento de sectores económicos dinámicos asociados con la publicidad: actividades de publicidad en el sentido estricto de la palabra, pero también medios de apoyo y proveedores de servicios de medios tradicionales y no tradicionales, etc. (Maximilien Nayaradou, Unión Francesa de Anunciantes).

6. PRESUPUESTO OFICIAL ESTIMADO

6.1. Valor total estimado según estudio de mercado: Tras el análisis realizado se encuentra que la oferta más favorable para contratar el servicio de impresión directa de material publicitario para la divulgación y visibilización de la producción editorial académica y científica de la Universidad Distrital en el marco de la feria internacional del libro 2022 es de \$ 9.996.714.00, y el presupuesto disponible para tal fin en el Plan anual de Adquisiciones corresponde a \$10.000.000.00, por lo que se solicitará el contrato por el valor resultado de la oferta seleccionada en la convocatoria; dicho valor debe incluir todos los impuestos legales vigentes ya que no se podrán hacer adiciones presupuestales para cubrir el pago de estos.

6.2. Valor establecido en el Plan Anual de Adquisiciones diez millones de pesos (\$10.000.000.00) IVA incluido.

	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

7. GASTOS

Serán por cuenta del CONTRATISTA todos los gastos, impuestos, tasas y contribuciones derivados de la celebración, ejecución y liquidación del contrato, así como el valor de la prima de la garantía única y sus modificaciones.

8. IMPUESTOS

EL CONTRATISTA pagará todos los impuestos, tasas y similares que se deriven de la ejecución del contrato, de conformidad con la ley colombiana.

9. ESTAMPILLA U. D. F. J. C., PRO CULTURA Y ADULTO MAYOR

- De conformidad con lo dispuesto en el Acuerdo 696 de diciembre 28 de 2017, del valor bruto del contrato y de sus adicionales, si las hubiere, se retendrá el 1.1% por concepto de la estampilla Universidad Distrital Francisco José de Caldas 50 años.
- De conformidad con lo dispuesto en el Acuerdo 187 del 20 de diciembre de 2005 del Concejo de Bogotá, D.C., del valor bruto del contrato y de sus adicionales, si las hubiere, se retendrá el 0.5% por concepto de la Estampilla Pro-Cultura.
- De conformidad con lo dispuesto en el Acuerdo 645 de junio 9 de 2016 del Concejo de Bogotá D.C., del valor bruto del contrato y de sus adiciones, si las hubiere, se retendrá el 2% por concepto de la Estampilla Adulto Mayor.

10. MARCO LEGAL

10.1. Norma(s) General(es):

- Al presente proceso y al contrato que de él se derive, le serán aplicables las normas contenidas en la Constitución Política.
- El Acuerdo 03 del 11 de marzo de 2015 del CSU "Por el cual se expide el Estatuto General de Contratación de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas."
- La Resolución 262 del 02 de junio de 2015 "Por medio de la cual se reglamenta el Acuerdo 03 de 2015, Estatuto de Contratación de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas y se dictan otras disposiciones".
- Resolución 683 del 9 de diciembre de 2016 "Por medio de la cual se crea y reglamenta el banco de proveedores de la universidad Distrital Francisco José de Caldas".
- Resolución 629 del 17 de noviembre de 2016 "Por medio de la cual se adopta el Manual de Supervisión e Interventoría de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas."
- Resolución 067 de 2017 "Por medio de la cual se complementa la Resolución 262 de 2015, en su Artículo 93 y se dictan otras disposiciones" Estatuto de Contratación
- Ley 996 de 2005, Por medio de la cual se reglamenta la elección de presidente de la república, artículo 33, Restricciones a la contratación pública

	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

- Las demás establecidas en la página web de normatividad contractual de la Universidad (<https://www.udistrital.edu.co/normatividad-contractual>).

10.2. Norma(s) Específica(s):

- Resolución de Rectoría 008 de 2021, Por medio de la cual se reglamenta el uso del SECOP II en la Universidad Distrital Francisco José de Caldas.
- Resolución de Rectoría 029 de 2022, Por medio de la cual se aprueba el Plan Anual de Adquisiciones para la vigencia 2022
- Circular de la Vicerrectoría Administrativa y Financiera No. 02 de 2022, Procesos de selección contractual a utilizar en vigencia de la ley de garantías.

10.3 Interpretación de los términos de referencia:

La invitación, sus anexos, adendas y respuestas a las observaciones presentadas a la invitación deben ser interpretados como un todo. En ellos se describen los principales aspectos técnicos, económicos, financieros, legales y contractuales que la UDFJC estima deben tenerse en cuenta al momento de elaborar y presentar los documentos y la oferta.

11. TIPO DE CONTRATO

- 11.1. El contrato a celebrar con el oferente ganador del proceso de selección será de:
Orden de servicios

12. SUPERVISOR DEL CONTRATO

El supervisor del contrato será: Rubén Eliecer Carvajalino Carvajalino

Cargo: Jefe Sección de Publicaciones

Teléfono 3239300 Ext 6200

Correo electrónico: publicaciones@udistrital.edu.co

Contacto: Rubén E. Carvajalino Carvajalino

Teléfono del contacto: 3239300 ext. 6202

Correo electrónico del contacto: publicaciones@udistrital.edu.co

13. TIPOS DE OFERTAS (marque con X en "Selección" las ofertas que podrían ser):

Tipo	Descripción	Selección
------	-------------	-----------

 UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	 SIGUD Sistema Integrado de Gestión
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

Totales	Propuestas totales, en las que se involucran todos los elementos a contratar y se evidencia con un solo precio ofertado (incluido IVA)	X
Parciales	En las que se involucran algunos elementos de la totalidad requerida y se admite que los oferentes puedan ofertar solo algunos elementos con una oferta de precio parcial (el IVA se puede discriminar o incluir en el precio ofertado). Recuerde que si se aceptan las ofertas parciales, se pueden efectuar adjudicaciones parciales.	
Por Soluciones Integrales	Debe involucrar la totalidad de los elementos que se necesitan y se incluyen en ella	
Por precios unitarios	La adjudicación sería parcial dado que se adjudicaría cada uno de los ítems solicitados, a los oferentes que realicen la mejor oferta que normalmente es el menor precio	
Otra	Describala:	

14. PLAZO DEL CONTRATO:

El tiempo para realizar la actividad contratada:	Meses	1	Días	0
El tiempo para liquidar el contrato:	Meses	2	Días	0
TOTAL	Meses	3	Días	0

15. VALOR Y FORMA DE PAGO (marque con X en "Selección" la forma de pago del contrato)

Forma de Pago del Contrato	Selección
Total , contra entrega de los bienes o servicios contratados	x
Parcial, a medida que el proveedor entregue los bienes y servicios contratados	
Con anticipo económico	

15.1. Reglamento para su desembolso y manejo:

El único pago se realizará dentro de los 30 días siguientes al recibo a satisfacción del servicio acorde con el objeto del presente contrato.

El contratista asumirá todos los impuestos, tasas o similares, que se deriven de la ejecución del mismo, de conformidad con las normas vigentes en la materia.

16. GARANTÍAS Y AMPAROS EXIGIBLES (marque con X en "Selección" las garantías y amparos exigibles)

	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

Garantías y Amparos Exigibles	Selección
Póliza de Cumplimiento	X
Póliza de Calidad del servicio y de los bienes suministrados	X
Pago de Salarios y Prestaciones Sociales	
Responsabilidad Civil frente a terceros	

16.1. Justificación de las garantías y amparos exigibles:

GARANTÍA ÚNICA

El contratista deberá constituir una garantía única para avalar el cumplimiento de las Obligaciones surgidas del contrato, consistente en una Póliza de Cumplimiento ante Entidades Públicas con Régimen Privado de Contratación, con los siguientes amparos:

DE CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO: Por un valor equivalente al veinte por ciento (20%) del valor del contrato, con vigencia por el plazo total de ejecución del contrato y cuatro (4) meses más. En todo caso, deberá estar vigente hasta su liquidación. Al monto de esta garantía se imputará el valor de las multas y la cláusula penal, y se repondrá si por este motivo se disminuyere o agotare. El garante podrá subrogarse en las obligaciones del contratista para con la Universidad.

DE CALIDAD DEL SERVICIO Y DE LOS BIENES SUMINISTRADOS: Equivalente al veinte por ciento (20%) del valor del Contrato, con vigencia igual al plazo de ejecución del contrato y doce (12) meses más.

La garantía no podrá ser cancelada sin la autorización escrita de la Universidad. El contratista deberá cumplir con todos los requisitos necesarios para mantener vigente la garantía.

Será a cargo del contratista el pago oportuno de todas las primas y erogaciones, de constitución y mantenimiento de la garantía. En caso de que haya necesidad de adicionar, prorrogar o suspender la ejecución del contrato, o en cualquier otro evento similar, el contratista se obliga a modificar la garantía única de acuerdo con las normas legales vigentes.

NOTA: La póliza aquí estipulada será la denominada en el mercado asegurador Póliza de Cumplimiento ante Entidades Públicas con Régimen Privado de Contratación y deberá ser aprobada por la Oficina Asesora Jurídica de LA UNIVERSIDAD.

17. REQUISITOS PARA EVALUAR Y COMPARAR PROPUESTAS (marque con X en "Selección" los requisitos para evaluar y comparar propuestas y exponga con el profesional a cargo del proceso)

Aspectos a Evaluar	Calificación	Selección
--------------------	--------------	-----------

	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

Estudio Jurídico	Admisible / No admisible	
Estudio Financiero	Admisible / No admisible	
Estudio Técnico	Admisible / No admisible	
Con puntaje por experiencia general	Puntaje	
Con puntaje por experiencia específica	Máximo dos (2) certificaciones de contratos, desarrollados y ejecutados en su totalidad en los últimos 4 años en los que se pueda verificar que la sumatoria de la(s) certificaciones(s) de los contratos, como mínimo sea igual o superior al 100% del presupuesto oficial establecido; y cuyo objeto esté relacionado con el servicio de impresión directa de material publicitario.	20 Puntos
Con puntaje por mayor tiempo de garantía ofrecida	Puntaje	
Precio	A menor precio por ítem (con o sin intervalo de aceptación)	
Precio	A menor precio total de todos los ítems incluido IVA.	50 Puntos
Precio	A menor precio por solución integral (con o sin intervalo de aceptación)	
Precio	Con utilización de media geométrica (adjudicación al que esté más cerca de la media geométrica)	
Precio	Con utilización de media aritmética (adjudicación al que esté más cerca de la media geométrica)	
Otras formas de evaluar	Señale cuales: Al menor tiempo de entrega de los productos, el cual no puede ser superior a 15 días calendario.	30 Puntos

18. DOCUMENTOS TÉCNICOS PROPUESTOS

Certificaciones Contractuales (marque con X en "Selección" la forma propuesta)		Selección
Tipo de experiencia a solicitar	General	X
	Específica	X
Número máximo de certificaciones a solicitar para experiencia general:		2
Número máximo de certificaciones a solicitar para experiencia específica:		2

Capacidad de Contratación		Valor
K de contratación general mínimo requerido para el proceso de selección:	SMMLV	
K de contratación residual mínimo requerido para el proceso de selección:	SMMLV	

	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

Marcas (marque con X en “Selección” la marca)	Selección
Por razones de compatibilidad de bienes y servicios anteriormente comprados para evitar malos funcionamientos	
Por razones de hacer efectiva una garantía, se deba contratar con la marca inicialmente adquirida	
Se presenta la posibilidad de obtener un producto que tenga iguales características técnicas en marcas diferentes. En este caso se deben relacionar un mínimo de marcas con características similares	
Otras Razones. Establezca: Valores agregados adicionales. Señalados en los criterios de selección.	

19. ASPECTOS TECNICOS A CUMPLIR

El proponente deberá entregar una propuesta que cumpla con los siguientes requerimientos, informando el costo de cada ítem y el valor total incluido IVA:

- 1) 1.000 Bolsas ecológicas tamaño 35 x 45 y troqueladas, marcadas con imagen institucional a una tinta en ambas caras.
- 2) 1.000 Bolsas ecológicas tamaño 35 x 35 y troqueladas, marcadas con imagen institucional a una tinta en ambas caras.
- 3) 1.200 Esferos ecológico marcados en tampografía a 1 tinta con imagen institucional.

20. LISTADO DE GENERAL DE ELEMENTOS REQUERIDOS –FICHA TÉCNICA–

Términos: Se requiere la entrega de los siguientes elementos:

- 1.000 Bolsas ecológicas tamaño 35 x 45 y troqueladas, marcadas con imagen institucional a una tinta en ambas caras.
- 1.000 Bolsas ecológicas tamaño 35 x 35 y troqueladas, marcadas con imagen institucional a una tinta en ambas caras.
- 1.200 Esferos ecológico marcados en tampografía a 1 tinta con imagen institucional.

21. CRITERIOS DE SELECCIÓN:

- 20 Puntos por experiencia específica: máximo dos (2) certificaciones de contratos, desarrollados y ejecutados en su totalidad en los últimos 4 años en los que se pueda verificar que la sumatoria de la(s) certificaciones(s) de los contratos, como mínimo sea igual o superior al 100% del presupuesto oficial establecido; y cuyo objeto esté relacionado con el servicio de impresión directa de material publicitario.
- 50 puntos por menor precio total de todos los ítems incluido IVA.
- 30 Puntos por al menor tiempo de entrega de los productos, el cual no puede ser superior a 15 días calendario.

	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

22. CRITERIOS DE DESEMPATE.

En el evento en el que, una vez evaluadas las ofertas, en igualdad de condiciones, se presente empate, entre dos (2) o más ofertas, la Universidad actuará así:

En caso de empate, se adjudicará el ítem, a la oferta que haya obtenido el mayor puntaje en la calificación de orden económico; de persistir el empate, se efectuará un sorteo entre los participantes empatados, mediante balota.

23. IDONEIDAD DEL PROPONENTE

Actividad (Persona Natural)	<p>Demostrar que su actividad económica esté relacionada con el objeto a contratar, lo cual deberá acreditar con la presentación de la matrícula mercantil vigente expedida por la Cámara de Comercio. La antigüedad de la constitución ante la Cámara de Comercio deberá tener por lo menos cinco (5) años contados hacia atrás de la fecha de cierre del presente proceso.</p> <p>RUT con código CIU 7310: Publicidad</p>
Objeto social (Persona Jurídica)	<p>El proponente deberá acreditar que el objeto social que desarrolla está relacionado con el objeto a contratar en el presente proceso. La antigüedad de la constitución ante la Cámara de Comercio deberá tener por lo menos cinco (5) años contados hacia atrás de la fecha de cierre del presente proceso</p> <p>RUT con código CIU 7310: Publicidad</p>
Experiencia Habilitante	<p>La información de experiencia se tomará de las certificaciones aportadas.</p> <p>Experiencia General: Objeto relacionado con el servicio de suministro de material publicitario POP.</p> <p>Por lo anterior, el proponente deberá acreditar la experiencia con 2 contratos ejecutados y terminados dentro de los últimos 4 (cuatro) años, cuya sumatoria sea igual o superior al 100% del presupuesto oficial asignado para el presente proceso de contratación.</p> <p>Experiencia Específica: Objeto específico en objeto esté relacionado con el servicio de impresión directa de material publicitario.</p> <p>Por lo anterior, el proponente deberá acreditar la experiencia con máximo dos (2) certificaciones de contratos, desarrollados y ejecutados en su totalidad en los últimos 4 años en los que se pueda verificar que la sumatoria de la(s) certificaciones(s) de los contratos, como mínimo sea igual o superior al 100% del presupuesto oficial establecido; y cuyo objeto esté relacionado con el servicio de impresión directa de material publicitario.</p> <p>NOTA: La experiencia habilitante y específica se podrá acreditar con las mismas certificaciones.</p>

	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

NOTAS COMUNES A LA IDONEIDAD DEL PROPONENTE:

El proponente y/o miembros integrantes de los Consorcios y/o Uniones Temporales y/o Promesa de Sociedad Futura deberán cumplir con la actividad (persona natural) y el objeto social (persona jurídica) solicitado. La experiencia específica de los Consorcios y/o Uniones Temporales y/o Promesa de Sociedad Futura, se establecerá sumando la experiencia específica certificada por cada uno de sus integrantes de manera proporcional a su participación

24. OBLIGACIONES DEL OFERENTE GANADOR

1) Se deben entregar:

- Bolsas ecológicas tamaño 35 x 45 y troqueladas, marcadas con imagen institucional a una tinta en ambas caras.
- Bolsas ecológicas tamaño 35 x 35 y troqueladas, marcadas con imagen institucional a una tinta en ambas caras.
- 1.200 Esferos ecológico marcados en tampografía a 1 tinta con imagen institucional.

25. REQUISITOS HABILITANTES MÍNIMOS PARA PARTICIPAR EN EL PRESENTE PROCESO:

20.1 Capacidad Jurídica:

Se entiende por “capacidad jurídica”, la idoneidad que tienen las personas, naturales y jurídicas, para obligarse jurídicamente, esto es, para generar, modificar o extinguir situaciones amparadas por la normatividad.

- Empresa legalmente constituida con capacidad de ejecución propia. (Anexar Cámara de Comercio que acredite la actividad económica N° 7310).
- No estar incurso, en alguna causal de inhabilidad o incompatibilidad, de las establecidas en la Constitución y la Ley particularmente, en el artículo quinto del Estatuto de Contratación de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas (Acuerdo 003 de 2015). Si el representante legal o alguno de los socios de los proponentes se encuentran incursos en alguna causal de inhabilidad o incompatibilidad, la oferta será rechazada.

20.2 Capacidad Financiera:

 UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	 SIGUD Sistema Integrado de Gestión
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

No aplica

20.4 Capacidad Técnica:

- La actividad económica principal o secundaria según clasificación CIU que será aceptada será el número 7310.
- Máximo dos (2) certificaciones de contratos, desarrollados y ejecutados en su totalidad en los últimos 4 años en los que se pueda verificar que la sumatoria de la(s) certificaciones(s) de los contratos, como mínimo sea igual o superior al 100% del presupuesto oficial establecido; y cuyo objeto esté relacionado con el servicio de impresión directa de material publicitario.
- En la cotización se debe informar el tiempo de entrega de los artículos requeridos, el cual no puede ser superior a 15 días calendario.

26. DOCUMENTACIÓN REQUERIDA:

- Cotización que incluya los productos solicitados en este documento.
- Hoja de vida de la función pública del proponente.
- Fotocopia de cedula de ciudadanía del representante legal.
- Certificado de existencia y representación legal, con fecha de constitución no inferior a dos años.
- Registro Único Tributario – RUT (con fecha de impresión actualizada y actividad económica 7310)
- Certificado de antecedentes disciplinarios emitido por la Procuraduría General de la Nación.
- Certificado de antecedentes fiscales emitido por la Contraloría General de la Republica.
- Certificado de antecedentes judiciales emitido por la Policía Nacional.
- Certificados de experiencia específica: Máximo dos (2) certificaciones de contratos, desarrollados y ejecutados en su totalidad en los últimos 4 años en los que se pueda verificar que la sumatoria de la(s) certificaciones(s) de los contratos, como mínimo sea igual o superior al 100% del presupuesto oficial establecido; y cuyo objeto esté relacionado con el servicio de impresión directa de material publicitario.

27. CONVOCATORIA A VEEDURÍAS CIUDADANAS

La UDFJC- se permite convocar a todas las personas y organizaciones interesadas en hacer control social al presente Proceso de selección, con el fin que presenten las recomendaciones que consideren convenientes, intervengan en las audiencias y consulten los Documentos del Proceso.

	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

El proceso podrá contar con el acompañamiento de la VEEDURÍA DISTRITAL, de conformidad con la facultad de control que le corresponde realizar a esa Entidad en los términos de Ley. Para cualquier denuncia la Veeduría Distrital se encuentra ubicada en la Avenida Calle 26 No 69-76, Edificio Elemento, torre1, piso 3, Bogotá, D.C. Teléfono: (57-1) 3407666.



RUBÉN ELIECER CARVAJALINO CARVAJALINO
Jefe Sección de Publicaciones

	NOMBRE	CARGO	FIRMA	FECHA
Elaboró	Rubén Eliecer Carvajalino	Jefe Sección de Publicaciones		26 de febrero de 2022
Revisó	Rubén Eliecer Carvajalino	Jefe Sección de Publicaciones		26 de febrero de 2022
Aprobó	Rubén Eliecer Carvajalino	Jefe Sección de Publicaciones		26 de febrero de 2022

Los arriba firmantes declaramos que hemos revisado el presente documento y lo encontramos ajustado a las normas y disposiciones legales y/o técnicas aplicables y vigentes, y por tanto bajo nuestra responsabilidad, lo presentamos para la firma.

Nota: Resolución No. 262 de 2015 Artículo 9. Los estudios previos estarán a cargo del Jefe de la Dependencia en donde se haya identificado la necesidad, quien luego lo remitirá al ordenador del gasto para su aprobación y solicitud de Certificado de Disponibilidad Presupuestal.