

INVITACIÓN PÚBLICA No. 01 DE 2022 DIRECCION GENERAL DE POSGRADOS

1. OBJETO

Prestación de servicios para desarrollar actividades de marketing, promoción, comunicación, posicionamiento, mercadeo e identificación de perfiles y segmentos para los posgrados de la Universidad Tecnológica de Pereira, con acciones y tácticas de marketing digital y tradicional que busquen aumentar el número de estudiantes en los posgrados.

2. NECESIDAD DEL SERVICIO

La Universidad Tecnológica de Pereira ejerce sus propósitos de formación integral en los distintos niveles de la educación superior, y dentro de ellos se encuentran los programas de posgrados los cuales hacen parte de la misión institucional de la UTP.

Actualmente la UTP cuenta con más de 70 programas de posgrados entre activos e inactivos, por lo cual se hace necesario conocer la situación actual del mercado y dar a conocer a la comunicad externa (local y regional) información referente a la oferta académica en posgrados que ofrece la UTP, esto debido a la disminución de estudiantes en los posgrados.

El número de estudiantes de posgrados en la UTP durante los últimos periodos ha venido disminuyendo, por lo que se requiere generar una estrategia integral de promoción y mercadeo que contemple acciones como diseñar e implementar estrategias técnicas y tácticas de ATL (acciones publicitarias y de mercadotecnia que están dirigidas a un público masivo sin ningún tipo de segmentación orientadas a desarrollar la marca, en este caso la marca sería Posgrados UTP) y BTL (actividades de promoción directas, de recordación y focalizadas con énfasis en segmentación), realizar investigación de mercados para identificar nichos y segmentos de mercado que puedan generar crecimiento para los posgrados y focalizar las estrategias de mercadeo y promoción. Igualmente generar acciones de mercadeo tradicional y digital para crear, diseñar, planear, coordinar y ejecutar las estrategias de promoción, difusión y comunicación para aumentar la tasa de estudiantes matriculados por primera vez de acuerdo con las oportunidades existentes en el mercado y con la oferta académica disponible. Basando las estrategias en los hallazgos resultantes de la investigación de mercado.

3. ACTIVIDADES POR DESARROLLAR

Los objetivos específicos a desarrollar de acuerdo con el objeto de la presente invitación son los siguientes:

- Realizar una investigación de mercado en el cual se analiza el mercado, la competencia y el perfil del consumidor. Investigación de mercado que debe tener al menos un 90% de nivel de confianza y un margen de error menor a 7%.
- Determinar el estado actual de la oferta Vs. demanda de los programas de posgrados de manera local y regional. ¿Existe saturación de mercado?
- Identificar los factores determinantes al momento de tomar la decisión de estudiar y matricularse en un programa de posgrado.
- Construcción de matriz SWOT / DOFA que permita el entendimiento de la competencia local y regional.
- Realizar la segmentación y caracterización de público objetivo de los programas de posgrado, identificando muy bien ciudad de origen, perfil demográfico, étareo, tecnológico, social, laboral y familiar.
- Definir y establecer el perfil en posgrados del egresado y/o matriculado (condiciones demográficas y socioeconómicas).
- Realizar minería e inteligencia de datos estadísticos para entender el comportamiento de matrículas y programas en los posgrados.
- Analizar y determinar de la frecuencia de apertura de programas según oferta, demanda y “estacionalidad” de matrículas según programas disponibles.
- Realizar cruce de variables y resultados de la investigación de mercados para determinar las oportunidades existentes.
- Conceptualización, creación, diseño y ejecución de la estrategia de posicionamiento de marca de la oferta académica de posgrados disponibles para el 2022, detallando las acciones a realizar y los medios a utilizar
- Crear y ejecutar estrategia de comunicación en canales digitales con alcance regional. Detallarla.
- Crear y ejecutar estrategia de comunicación e inversión en plan de medios tradicionales con alcance regional. Detallarla.
- Crear y ejecutar actividades de activación de marca con alcance local en sitios de alto flujo de público objetivo de los programas académicos de posgrados. Detallarlas.
- Creación e implementación de estrategias de comunicación direccionadas y segmentadas al grupo objetivo. Detallarlas.
- Creación y ejecución de actividades BTL (activación de marca) en sitios de alto flujo del público objetivo de los posgrados. Detallarlas.

- Conceptualización, creación, diseño y ejecución de estrategia y campaña digital con el objetivo de generación de clientes potenciales a matricularse en los diferentes programas de posgrados disponibles. Detallarlas.
- Creación y ejecución de metodologías de captación de bases de datos segmentadas de acuerdo con el perfil de cada programa académico.
- Posicionamiento de los posgrados en redes sociales y motores de búsqueda. Detallar las acciones a ejecutar.
- Apoyo en estrategia “Visitas Empresariales”. Detallar las acciones a ejecutar

4. PRESUPUESTO OFICIAL

Se ha estipulado para el cumplimiento del objeto del contrato derivado del presente proceso de selección, un presupuesto de CIENTO VEINTISIETE MILLONES DE PESOS (\$127.000.000) IVA incluido.

5. FORMA DE PAGO

Cinco (5) pagos mediante actas parciales mensuales por un valor de VEINTIUN MILLONES CIENTO SESENTA Y SEIS MIL SEISCIENTOS PESOS IVA INCLUIDO (\$21.166.600) y un pago final por un valor de VEINTIUN MILLONES CIENTO SESENTA Y SIETE MIL PESOS IVA INCLUIDO (\$21.167.000) previa certificación por parte del supervisor.

6. DISPONIBILIDAD PRESUPUESTAL

Los recursos provienen del presupuesto del Fondo de proyecto identificado con el código 511-25-121-10 de la presente vigencia fiscal 2022.

7. PLAZO DE EJECUCIÓN

El contrato tendrá un plazo de ejecución de seis (6) meses a partir de la suscripción del acta de inicio.

8. INHABILIDADES

Según lo dispuesto en la Constitución Nacional, la ley y el Estatuto de Contratación de la Universidad (Acuerdo No. 5 de 2009 del Consejo Superior) los participantes en la invitación no podrán estar inmersos en alguna de las inhabilidades e incompatibilidades para contratar con la Universidad. De igual manera deben estar sin antecedentes fiscales y disciplinarios no deben tener multas con antigüedad

superior a 6 meses que hubieren sido impuestas con fundamento en el nuevo Código Nacional de Policía y Convivencia.

9. REQUISITOS MÍNIMOS DE PARTICIPACIÓN

9.1 Perfil del proponente

Empresa Colombiana con prestación de servicios en el campo de comunicaciones, campañas publicitarias, estrategias corporativas, investigación de mercados, manejo estratégico de medios y estrategia digital.

10. EXPERIENCIA:

El proponente deberá presentar máximo tres (3) certificaciones de contratos ejecutados, relacionados con posicionamiento de marca a partir de manejo de medios de comunicación, eventos y/o exhibiciones y que sumen el 80% del valor del presupuesto, con el propósito de validar la experiencia, en tiempo y conocimiento de las actividades. Dichos documentos deberán demostrar la experiencia del proponente de más de dos (2) años en actividades de conceptualización, investigación de mercados, creación, planeación y ejecución de estrategias de mercadeo, realización de activación de marca, plan de medios, posicionamiento estratégico, y manejo de imagen en el sector educativo.

11. DOCUMENTOS QUE LOS PROPONENTES DEBEN ENTREGAR CON LA PROPUESTA.

Los proponentes deberán entregar las propuestas con los documentos solicitados en la presente invitación en archivo PDF, debidamente foliados, identificando el número de invitación, nombre del proponente, cedula de ciudadanía o nit de la empresa al correo electrónico: **posgrados@utp.edu.co**, el cual es el correo de la presente invitación al cual exclusivamente deben remitir los interesados sus propuestas, observaciones o dudas.

1. Registro Único de Proponentes (RUP). Certificado de inscripción y calificación de la Cámara de Comercio, con fecha de expedición no mayor a treinta (30) días antes de la fecha de cierre de la presente Invitación. Se verificará que se encuentre vigente y en firme antes de la fecha de adjudicación prevista en el cronograma del proceso publicado.

2. Certificado de existencia y representación legal del PROPONENTE expedido

por la Cámara de Comercio del domicilio del PROPONENTE, con fecha de expedición no superior a un (1) mes anterior a la fecha de cierre de la INVITACIÓN, en cuyo objeto se pueda corroborar la capacidad para prestar el servicio de acuerdo al objeto y a la descripción del servicio que se pretende contratar.

3. Autorización del máximo órgano social de la sociedad, cuando el representante legal tenga limitaciones para presentar la propuesta y suscribir el contrato.

4. Cédula de Ciudadanía del representante legal

5. Certificado de matrícula mercantil

6. Carta del representante legal en la cual declare no tener inhabilidades, incompatibilidades y conflicto de interés, ni el, ni los miembros de su órgano de dirección y manejo (sea Junta Directiva, Consejo Directivo, Junta de Socios, entre otras), para participar en la invitación pública y suscribir el contrato en el evento que le sea adjudicado.

7. Certificación del pago de los aportes de los empleados al Sistemas de Seguridad Social Integral y Parafiscales, expedido por el Revisor Fiscal, o en su defecto el Representante Legal. En caso de que firme el revisor fiscal, aportar la fotocopia de la Tarjeta Profesional, certificado de vigencia de la misma y antecedentes fiscales, disciplinarios, judiciales y de policía.

8. Registro Único Tributario – RUT

Expedido por la Dirección de Impuestos Nacionales - DIAN Actualizado y con fecha de generación año 2022.

9. Antecedentes disciplinarios, fiscales, judiciales y de medidas correctivas, los cuáles serán consultados por la Universidad.

10. Propuesta económica la cual debe venir suscrita por el representante legal, y contener el valor de la oferta antes de IVA, valor del IVA y el valor total de la propuesta consolidada, dirección, teléfono y correo electrónico.

11. Certificados de experiencia en prestación de servicio relacionados con posicionamiento de marca a partir de manejo de medios de comunicación, eventos y/o exhibiciones, conceptualización, investigación de mercados, creación, planeación y ejecución de estrategias de mercadeo, realización de activación de marca, plan de medios, posicionamiento estratégico, y manejo de imagen en el sector educativo, investigación de mercados, campañas publicitarias y estrategias corporativas. Dichos documentos deben contener la siguiente información: nombre

y nit de la empresa contratante, nombre e identificación del contratista, fecha de inicio, fecha de terminación, duración en meses, valor del contrato, persona de contacto para verificación, Número de teléfono fijo, Número de teléfono celular, dirección, e-mail.

12. Garantía de seriedad de la oferta: Con la propuesta, cada proponente deberá presentar una garantía a favor de la Universidad Tecnológica de Pereira que ampare la seriedad de la oferta por el 10% del valor del presupuesto oficial y una vigencia de tres meses contados a partir del día de cierre de la invitación, otorgada a favor de Entidades públicas con régimen privado de contratación por una compañía legalmente establecida en Colombia. Debe presentar original de la póliza y su recibo de pago. Mediante dicha póliza el proponente garantizará:

- a). Que mantendrá su propuesta sin modificaciones de ninguna clase.
- b). Que, en caso de ser seleccionado, firmará el contrato y presentará los documentos requeridos para poder iniciar la ejecución del mismo dentro del plazo estipulado.

13. En caso de consorcios o uniones temporales, anexar documento de conformación y certificado de cámara de comercio de cada una de las personas jurídicas que lo conforman y definir claramente las responsabilidades asumidas por cada uno de los participantes en dicha unión o consorcio. Cada una de las empresas o personas que conforman la Unión o el Consorcio deben presentar todos los documentos exigidos. Además, debe indicar claramente el nombre del representante legal del consorcio o unión temporal, objeto específico para el cual se conforma el consorcio o unión temporal, los consorciados deben acreditar que la duración del consorcio o unión temporal es igual a la del contrato y dos (2) años más. El proponente en estas condiciones deberá presentar las Cédulas de ciudadanía de los representantes legales de las personas jurídicas consorciados o en Unión Temporal.

Para el caso de consorcios o uniones temporales, la experiencia total será la suma de la experiencia de cada uno de sus integrantes de acuerdo con el porcentaje de participación.

12. CAUSALES DE EXCLUSION

1. Será causal de exclusión en cualquier etapa del proceso: el suministro de información inconsistente.
2. Las propuestas que sean entregadas extemporáneamente serán rechazadas.
3. No pueden participar en esta invitación pública, las personas que se encuentren con inhabilidades, incompatibilidades o conflictos de interés para contratar con la UTP, conforme con la Constitución y la Ley.

13. CRITERIOS DE SELECCIÓN

Se otorgará un máximo de 100 puntos de acuerdo con los siguientes criterios de evaluación:

Nro.	DESCRIPCIÓN	PUNTAJE MÁXIMO ASIGNADO
1	Propuesta económica	15
2	Acredita experiencia en investigación de mercados	15
3	Acredita experiencia en actividades de marketing y promoción de negocios	15
4	Acredita experiencia en la ejecución de contratos de marketing digital en el eje cafetero	15
5	Acredita experiencia en servicios de agencia de publicidad	15
6	Tener domicilio principal en el Eje Cafetero	10
7	Demstrar experiencia en máximo 3 contratos por el 80% del presupuesto o más	15

CRITERIOS DE DESEMPATE: En caso de empate se tendrá en cuenta los siguientes criterios:

1. Con quien haya obtenido el mayor puntaje en experiencia.
2. En caso de persistir el empate se tendrá en cuenta fecha y hora de radicación de entrega de la oferta, favoreciendo al que haya entregado su oferta primero.
3. Con quien demuestre haber cumplido con el deber de votar en las elecciones inmediatamente anteriores.

El proponente que resulte seleccionado, deberá legalizar el contrato (constituir póliza) dentro de los cinco días siguientes a su perfeccionamiento (firma).

El proponente que resulte seleccionado, deberá constituir una garantía única a favor de entidades públicas con régimen privado de contratación, que ampare 1. Cumplimiento: Equivalente al 10% del valor total del contrato y por un término igual a su vigencia y cuatro (4) meses más; 2. Calidad del servicio: Por el 25% del valor del contrato y con un tiempo de duración del contrato y dos meses más. Dicha póliza podrá ser obtenida ante una compañía legalmente establecida en el país y que tenga representación en la ciudad de Pereira. En todo caso las garantías se mantendrán vigentes hasta la liquidación del contrato o el aviso de cumplimiento a satisfacción de la Universidad, según el caso. PARÁGRAFO I: La fecha en la que se inicia la vigencia del amparo de la póliza, debe ser igual a la fecha de expedición de la misma.

14. COMITÉ EVALUADOR

Estará conformado por el Director General de Posgrados, Javier Hernán Ramírez España, con cedula de ciudadanía No. 10118078, y la profesional de apoyo, Andrea Marín Sánchez, con cedula de ciudadanía No. 42164739, quienes evaluarán las propuestas y darán respuesta a las observaciones que presenten los proponentes.

15. CRONOGRAMA

Apertura de la invitación: 25 de abril de 2022

Cierre de la invitación: hasta el día 29 de abril de 2022 a las 4 pm

Evaluación: 2 de mayo de 2022 a las 4:00 pm

Recepción de observaciones: 3 de mayo de 2022

Adjudicación: 4 de mayo de 2022



JHONIERS GILBERTO GUERRERO ERAZO

Vicerrector Académico



JAVIER HERNÁN RAMÍREZ ESPAÑA

Director General de Posgrados