



COMUNICADO 1

INVITACIÓN A COTIZAR 019 - 2020

La División de Servicios Administrativos y Recursos Físicos de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca informa a los interesados en la Invitación a Cotizar relacionada con contratar **“PUBLICACIÓN DE AVISOS EN UN DIARIO DE AMPLIA CIRCULACIÓN, PUBLICIDAD EN INTERNET Y MENCIONES COMERCIALES EN TELEVISIÓN LOCAL”** con ocasión de las preguntas presentadas por los proponentes, se permite dar respuesta a las mismas así:

No.	FIRMA	RESPUESTA
1	CASA EDITORIAL EL TIEMPO	La Universidad informa que se mantiene en lo establecido en el numeral 4.2 de la invitación a cotizar
	De acuerdo con los requerimientos financieros solicitados para participar en la invitación a cotizar 019-2020, CASA EDITORIAL EL TIEMPO S.A, de la manera más atenta, se permite solicitar bajar el índice expresado en los componentes de Liquidez y Capital de Trabajo. Lo anterior, teniendo en cuenta la difícil situación por la cual está atravesando el sector del medio de comunicación	
2	SERVIMEDIOS SAS	
2,1	¿El presente proceso está contemplado para las inscripciones de primer semestre de 2021? o para inscripciones del segundo semestre de 2020.	El proceso contempla las inscripciones para el segundo periodo 2020, la pauta durante este primer semestre (hasta Junio), y la pauta a realizar en el segundo semestre de 2020 (hasta noviembre) para inscripciones del primer periodo 2021.
2,2	Teniendo en cuenta las condiciones actuales de la cuarentena por la emergencia que se vive por el COVID 19, todos los diarios impresos están apelando a publicaciones digitales, ¿cómo se prevé que se realicen estas publicaciones?	Inicialmente algunos periódicos siguen distribuyendo en físico los ejemplares impresos a sus suscriptores, y distribución puerta a puerta en ciertos sectores, también se han hecho distribuciones virtuales bien sea a través de portales, o envío de correo masivo, y según la negociación con el medio se puede adicionar pauta en sus portales (esto daría puntuación como bonificados).

2,3	Con respecto a las especificaciones técnicas con respecto a “estrategias de Inbound marketing (Contenidos orgánicos en portales agradecemos ser más específico y detallados porque trabajar este tipo de estrategias es algo que se va construyendo en más tiempo, la pregunta surge, porque no hay información suficiente para la construcción de una estrategia	Para lograr la visibilización de la universidad y su posicionamiento, se plantea alternativas digitales adicionales a la publicidad tradicional con avisos en las diferentes plataformas digitales, por eso se plantea generar impacto a través de contenido orgánico (free press) en portales de internet relevantes, puede ser a manera de contenido noticioso, o testimoniales, etc., al menos generar 2 publicaciones de este tipo por el año. Esta estrategia va enfocada a la obtención de LEADS calificados, especialmente dirigida a los programas de posgrado de la Universidad.
2,4	Por favor aclarar el número de leads que se esperan obtener para cada programa durante el semestre	Leads Calificados para los programas de posgrado por el año mínimo son 420, 210 por semestre, repartidos entre 8 programas, 5 especializaciones y 3 Maestrías, por lo tanto por semestre por programa serían 26.
2,5	Aclarar si los portales son adicionales o agregados pues los términos son diferentes y esto afectaría la implementación y bajo el mismo orden agradecemos considerar o establecer un piso y techo para mayor criterio de evaluación a cada proponente	La pauta en 3 portales son adicionales a la pauta del Display de google, en donde a mayor número de portales "independientes" se obtendrá la calificación respectiva.
2,6	Teniendo en cuenta la disposición de Emergencia Sanitaria ocasionada por el COVIG 19, la Cámara de Comercio de Bogotá amplió el plazo para la Renovación y actualización hasta el 04 de julio del año en curso, solicitamos que la evaluación de la situación financiera se haga con estados financieros con corte a diciembre 31 de 2018	La Universidad informa que se mantiene en lo establecido en el numeral 2.1.5 de la invitación a cotizar.
2,7	Por favor aclarar si este proceso corresponde a un estudio de mercado o el proceso se encuentra en fase de presentación de oferta final y evaluación	Este proceso se encuentra en fase de presentación de oferta final, evaluación y selección de oferente
3	CASSACREATIVA	
3,1	A la misma ponemos a consideración de la UCMC nuestra solicitud para que en la medida de lo posible y	La Universidad informa que se

en aplicación de la pluralidad, libre concurrencia e igualdad de oferta la universidad estudi y apruebe el no exigir la certificación RUP, brindando así, apoyo a las mipymes que prestan este servicio con experiencia certificada superior a 6 años a entidades estatales, educativas y privadas. Nuestra Empresa como muchas otras micropymes y pymes, brinda el servicio de publicación y emisión de avisos y mensajes en medios masivos, alternativos y digitales con capacidad demostrada y certificada. Brindamos a nuestros clientes de los sectores estado, educación y privado garantías serias y solidas, no solo por la experiencia y establiidad de nuestras empresas, tambien con la entrega de las pólizas de seguros que amparan cualquier incumplimiento. La exigencia del RUP para el caso de la UCMC, es un requisito opcional y la universidad puede de considerarlo viable, el reemplazarlo solicitando respaldos adicionales a la experiencia, como el aportar: las certificaciones acompañadas del contrato, factura y comprobante de pago. Agradecemos que la universidad valide está oportunidad de apoyar a las Mipymes y Micropymes que están en capacidad de cumplir y suministrar todos y cada uno de los requerimientos para garantizar el servicio y producto solicitados. - Ordenar la publicación avisos en prensa escrita - Ordenar la emición de menciones en TV local. - Ordenar publicidad en internet (leads, Inbound, pauta, contenidos y otros)	mantiene en lo establecido en el numeral 2.1.5 de la invitación a cotizar.
---	---

Dado en Bogotá, a los treinta (30) días del mes de abril de dos mil veinte (2.020)

ORIGINAL FIRMADO
GABRIEL HERNANDO PINZÓN GUTIÉRREZ
Jefe División Servicios Administrativos y
Recursos Físicos