1. FECHA DEL ESTUDIO PREVIO

Octubre de 2017.

2. DEPENDENCIA DE LA NECESIDAD

OFICINA DE COMUNICACIONES ESTRATEGICAS (COMES) DEL CGFM.

3. DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD

a) Antecedentes:

En el año 2015 se celebró con la firma GRUPO KAOS SAS el contrato No. 374

ÍTEM No	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	VALOR IVA UNITARIO	VALOR TOTAL INCLUIDO IVA
1	**SERVICIO DE PAUTA DE LOS PRODUCTOS DE LA CAMPAÑA INSTITUCIONAL "ESTAMOS EN EL CORAZÓN DE LOS COLOMBIANOS Y, AHÍ NOS VAMOS A QUEDAR" Y PRODUCTOS AUDIOVISUALES DEL COMANDO GENERAL DE LAS FUERZAS, ASÍ:** Transmitir, por cada hora de programación, un (1) minuto de información de productos de la campaña institucional "ESTAMOS EN EL CORAZÓN DE LOS COLOMBIANOS Y, AHÍ NOS VAMOS A QUEDAR", como de otros productos audiovisuales del CGFM; durante un (1) mes, en doscientas cinco (205) pantallas, en cinco (5) aeropuertos de las siguientes tres (3) ciudades principales: CALI, BOGOTÁ Y MEDELLÍN. . Transmitir el informativo "INSIGNIA" del CGFM durante treinta (30) minutos semanales (el día domingo), durante el término de un (1) mes, a través de un (1) canal que tenga cobertura como mínimo en diez (10) ciudades principales, y que a la vez cuente con mínimo tres (3) cable-operadores, de los cuales, uno (1) sea operador de canales comunitarios. **NOTA:** Los contenidos y manejo para la transmisión de la información, serán autorizados y entregados por la Oficina de Comunicaciones Estratégicas del CGFM.	MES	**11.064.138**	**1.770.262**	**12.834.400**

En el año 2016 se celebró con la firma STRATEGY LDTA el contrato No. 323

ITEM No	DESCRIPCION DEL SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	VALON IVA UNITARIO	VALOR TOTAL INCLUIDO IVA
1	**SERVICIO DE APOYO LOGISTICO PARA LA PUBLICACIÓN DE MENSAJES INSTITUCIONALES Y TRASMISIÓN DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES DEL COMANDO GENERAL DE LAS FUERZAS MILITARES, ASÍ:** Transmitir un (1) minuto de mensajes institucionales, como de otros productos audiovisuales del CGFM, por cada hora de programación diaria de cada uno de los aeropuertos durante el mes, en doscientas cinco (205) pantallas, en cinco (5) aeropuertos de las siguientes tres (3) ciudades principales: CALI, BOGOTA Y MEDELLÍN. Transmitir el informativo "INSIGNIA" del CGFM durante treinta (30) minutos los días domingo, durante el mes, a través de un (1) canal que tenga cobertura como mínimo en diez (10) ciudades principales, y que a la vez cuente con mínimo tres (3) cable-operadores, de los cuales, uno (1) sea operador de canales comunitarios. NOTA: Los contenidos y manejo para la transmisión de la información, serán autorizados y entregados por la Oficina de Comunicaciones Estratégicas del CGFM.	**MES**	**11.800.000**	**1.888.000**	**13.688.000**

En el año 2017 se celebró con la firma RMC PRODUCCIONES S.A.S el contrato No. 202

ÍTEM No	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	VALOR IVA UNITARIO	VALOR TOTAL INCLUIDO IVA
1	Servicio de transmisión de mensajes institucionales y, productos audiovisuales del Comando General de las Fuerzas Militares, de acuerdo con las especificaciones técnicas del ANEXO No 1	MES	**3.310.000**	**6.280.000**	**3.938.900**

Se realizó la consulta y análisis en el Sistema Electrónico de Contratación Pública SECOP, sobre procesos de contratación similares y se encontró la siguiente información:

En el año 2008, el Fondo Nacional del Ahorro celebró con la firma CARACOL TELEVISION S.A. el contrato estatal No. 028 de 2008

ÍTEM No	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	VALOR TOTAL INCLUIDO IVA
1	PAUTA PUBLICITARIA EN TELEVISION DE LOS PRODUCTOS DEL FONDO NACIONAL DE AHORRO	**434.744.000**

En el año 2011, el Municipio de Duitama celebró con la firma RADIO CADENA NACIONAL S.A. el contrato No. CMI-2011-0042

ÍTEM No	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	VALOR TOTAL INCLUIDO IVA
1	PAUTA INSTITUCIONAL DE LA REFERENCIA “GENERANDO PROGRESO PARA TODOS” EN UNA EMISORA CON CUMBRIMIENTO EN EL MUNICIPIO Y EN LA PROVINCIA DEL TUNDAMA	7.490.000

En el año 2013, el Municipio de Nobsa celebró con la firma RADIO CADENA NACIONAL RCN el contrato No. 041/2013

ÍTEM No	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	VALOR TOTAL INCLUIDO IVA
1	PRESTACION DE SERVICIOS DE APOYO A LA GESTION PAUTA PUBLICITARIA PARA PROMOCIÓN TURISTICA Y DEPORTIVA DEL MUNICIPIO NOBSA – BOYACA	7.500.000

En el año 2014, el Municipio de Totoro – Cauca, celebró con el señor CIRO BUSTO RIVERA CAMPO el contrato No. 024/2014

ÍTEM No	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	VALOR TOTAL INCLUIDO IVA
1	GRABACIÓN, EDICIÓN Y DIFUCION DE PAUTAS PUBLICITARIAS RADIALES SOBRE LAS XIII FIESTAS PARA EL FORTALECIMIENTO CULTURAL EN LA CABECERA MUNICIPAL DE TOTORO DEL 15 AL 17 DE AGOSTO DE 2014	690.000

En el año 2015, la Gobernación del Cesar, celebró con la señora CANDELARIA MARTINEZ AVENDAÑO el contrato No. SMC-PGR-0004/2015

ÍTEM No	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	VALOR TOTAL INCLUIDO IVA
1	PRESTACION DE SERVICIOS PARA LA ELABORACION, PRODUCCION Y DIFUSION DE PIEZAS PUBLICITARIAS COMO MENSAJES Y PAUTAS EN RADIO, PRENSA ESCRITA, PRENSA DIGITAL, REDES SOCIALES, PUBLICIDAD MOVIL-VISUAL, ROMPE TRAFICOS, TELEVISION, PUBLIREPORTAJES Y CALCOMANIAS, ACERCA DE LOS IMPUESTOS Y DESCUENTOS SOBRE VEHICULO AUTOMOTORES EN EL DEPARTAMENTO DEL CESAR	51.279.800

En el año 2016, la Gobernación del Norte de Santander, celebró con la firma PERIODISMO EN ACCIÓN FREDDY PARADA S.A.S el contrato No. 01206/2016

ÍTEM No	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	VALOR TOTAL INCLUIDO IVA
1	EL CONTRATISTA SELECCIONADO SE OBLIGA PARA CON EL DEPARTAMENTO A REALIZAR LA CREACIÓN DE ESPACIOS RADIALES Y DE TELEVISIÓN, PAUTAS PUBLICITARIAS QUE PERMITAN DAR A CONOCER, PROMOCIONAR Y FORTALECER LAS ACTIVIDADES Y PROGRAMAS DESARROLLADOS POR LA SECRETARÍA DE GOBIERNO ENFOCADOS EN LA IMPLEMENTACIÓN DE LA POLÍTICA NACIONAL DE SEGURIDAD Y CONVIVENCIA PACÍFICA EN EL NORTE DE SANTANDER	42.000.000

En el año 2016, la Presidencia de la Republica, celebró con la firma FENIX MEDIA GROUP LIMITADA el contrato No. 030/2016

ÍTEM No	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	VALOR TOTAL INCLUIDO IVA
1	CONTRATAR LOS SERVICIOS PARA EL DESARROLLO Y DIVULGACIÓN DE PIEZAS COMUNICATIVAS REQUERIDAS POR LA DIRECCIÓN PARA LA ACCIÓN INTEGRAL CONTRA MINAS ANTIPERSONAL (DAICMA)	33.060.000,00

Se aclara que los contratos relacionados anteriormente son citados a título de información, relacionando el sector comercial. Las especificaciones técnicas distan del presente proceso de selección contractual que nos ocupa.

b) Definición de la necesidad:

Según la Guía de Planeamiento Estratégico, la gestión comunicacional estará enfocada a la construcción de confianza hacia las Fuerzas Militares de Colombia a través del fortalecimiento de la imagen reputacional, la interlocución eficaz y la visibilidad. La difusión amplia y transparente de la información institucional hacia los diferentes públicos de interés contribuye hacia la construcción de ello generando legitimidad y respaldo hacia las Fuerzas Militares.

Es así como el Comando General de las Fuerzas Militares, dentro de su organización cuenta con la Oficina de Comunicaciones Estratégicas (COMES); cuyo propósito sustancial es proyectar, fortalecer y proteger la imagen institucional de las Fuerzas Militares, teniendo como su principal objetivo direccionar estratégicamente la comunicación pública en las Fuerzas Militares, a través de la planeación, diseño y desarrollo de estrategias que contribuyan a facilitar los flujos de comunicación, proyectar la imagen institucional y fortalecer la percepción de seguridad en la opinión pública para el cumplimiento de sus objetivos estratégicos mejorando la imagen institucional.

Teniendo en cuenta que la imagen es el bien más preciado de cualquier institución de naturaleza pública o privada. La imagen se basa en elementos intangibles como la favorabilidad y la legitimidad, los cuales se edifican mediante la aplicación del método científico aplicado a través de las ciencias de la comunicación social, entre estas, el desarrollo de las comunicaciones estratégicas.

Las comunicaciones estratégicas se han establecido como un proceso gerencial dentro del sistema integrado de gestión de calidad del Comando General de las Fuerzas Militares, con el fin de planear, diseñar y gestionar estrategias que contribuyan a direccionar los flujos de comunicación a través del adecuado uso de los canales y medios de comunicación tanto públicos como internos, tal y como lo establece el componente comunicación pública del modelo estándar de control interno. Las comunicaciones estratégicas comprenden entonces el conjunto de técnicas y actividades encaminadas a influir en las opiniones, actitudes y conductas del público interno y externo de las Fuerzas Militares con el propósito de apoyar la construcción de visión compartida, construir una identidad corporativa y proyectar la imagen institucional.

La imagen es un elemento vital en la existencia de las organizaciones, además de ser un componente fundamental para proyectar su rol en la sociedad. Elementos como la construcción de marca y la reputación hacen parte de ese proceso que exige esfuerzos profesionales e idóneos. Los valores de una marca, verbi gracia, se construyen mediante su infraestructura y su superestructura. La infraestructura la componen aquellos elementos físicos, como son: el diseño, los logos, el nombre, los colores corporativos que crean la imagen gráfica de la marca y la superestructura se compone de los atributos concretos y relevantes que se le asignan a la marca. Estos atributos se otorgan mediante los mensajes de comunicación continuos que produce la empresa y se construyen en tres valores: a) valores instrumentales, es decir "qué hace la marca por mi"; b) valores expresivos, o sea "qué dice la marca de mí", y c) valores centrales, que no es otra cosa "qué me aporta la marca".

Con el fin de proteger, fortalecer y proyectar la imagen institucional del Comando General y siguiendo los lineamientos del Plan de Consolidación y Estabilización “VICTORIA” y, el Plan Estratégico Militar 2030 (documentos estratégicos reservados de defensa y seguridad nacional), es que se requiere satisfacer la presente necesidad. El plan contempla una estrategia que permite continuar con el fortalecimiento de la gestión de la legitimidad, la corresponsabilidad y el buen gobierno, para así contribuir con aquellos esfuerzos que conduzcan a doblegar la voluntad de lucha de los grupos armados al margen de la ley, acelerar su derrota irreversible y fuercen su rendición y/o desmovilización, al tiempo que se fortalezca la cultura institucional.

Para cumplir dichos propósitos, se deben emplear herramientas apropiadas, dentro de las cuales se encuentra una fundamental y contundente: la difusión de los mensajes institucionales y transmisión de productos audiovisuales del Comando General. Es precisamente a través de estas herramientas que se logran difundir los mensajes psicológicos, que entre otras cosas están dirigidas a orientar la conducta, principios, valores, pensamiento y sentimiento de los tres blancos de audiencia (propias tropas, población civil y grupos al margen de la ley (GAML).

El Comando General está sujeto a ataques sistemáticos por parte de agentes externos e internos, que pretenden mostrarlo ante la comunidad nacional e internacional como una institución que no respeta los derechos humanos y que no cuenta con el respaldo del pueblo colombiano. No obstante, el trabajo creativo y los lineamientos de comunicación proyectados en cada uno de los mensajes diseñados por el Comando General, han permitido generar cercanía, respecto, orgullo, confianza y vínculo positivo emocional de la mayoría de los colombianos hacia sus miembros.

Teniendo en cuenta lo anterior, es necesario desarrollar nuevas estrategias de comunicación contundentes y hacer la difusión necesaria con la cual se logra incrementar la imagen positiva del Comando General de las Fuerzas Militares, aumentando los índices de favorabilidad, que sin lugar a dudas es el motor que genera el concepto de credibilidad de la institución ante los colombianos.

A través de la historia se ha comprobado el impacto positivo que genera en la sociedad las imágenes, videos y en si, la comunicación que muestra la realidad permitiendo una comprensión fidedigna de la situación actual de una institución expresada esta de forma didáctica.

Por lo anterior, la Oficina de Comunicaciones, requiere contar con una infraestructura para la publicación y transmisión de productos audiovisuales de excelente calidad, que permitan mostrar, describir y contar las diferentes actividades que adelantan las tropas de todas las Fuerzas que integran el Comando General, tanto en el campo de combate como en su interactuar con la población civil. Es así, que el Comando General para lograr empoderadas comunicaciones estratégicas, da a conocer toda la trasformación y cuál es el papel que ésta cumpliendo las Fuerzas Militares en el postconflicto, muestra el Sistema Nacional de Reacción Inmediata para el Avance de la Estabilización (SIRIE) creada para garantizar la seguridad y protección, contribuyendo al desarrollo económico y social de los colombianos. Se justifica la necesidad de contratar "*el servicio de transmisión de mensajes institucionales y productos audiovisuales del Comando General de las Fuerzas Militares, de acuerdo con las especificaciones técnicas del Anexo Técnico"*.

Según lo expuesto, queda evidenciada la existencia de la necesidad mencionada anteriormente y resulta imprescindible adelantar el correspondiente proceso de contratación tendiente a satisfacerle, convirtiéndose en ese vehículo que permite seguir con el cumplimiento del legado constitucional y legal.

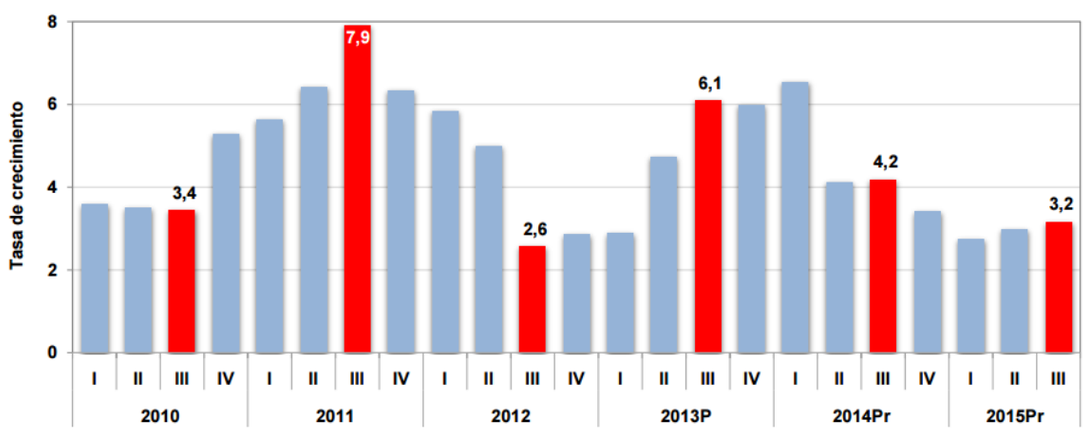
Así mismo y, de conformidad con lo dispuesto en los numerales 7 y 12 del Artículo 25 de la Ley 80 de 1993, este último modificado por el artículo 87 de la Ley 1474 de 2011 y el Artículo 2.2.1.2.1.5.1 del Decreto 1082 de 2015, se procede a efectuar el estudio previo para llevar a cabo una contratación.

c) Análisis del sector:

Perspectiva Legal:

Comercialmente está permitido y regulado por el Código de Comercio. El MDN – Comando General Fuerzas Militares tiene la capacidad jurídica para adquirir estos bienes y/o servicios, ésta en capacidad de contraer derechos y obligaciones y hacerlos exigibles dentro del proceso. Analizado el objeto del presente proceso, legalmente es viable, ya que el objeto que sustenta el desarrollo del proceso contractual es de carácter lícito, y desarrolla los preceptos que incorporan los artículos 1518 y 1519 del Código Civil, y la normatividad contractual, contribuye a la aplicación del principio de transparencia, establecido en el artículo 24 de la Ley 80 de 1993, además el objeto está conforme al desarrollo de los procesos y procedimientos que permiten en forma continua y eficiente el cumplimiento de la misión institucional, en satisfacción del interés general y la continua prestación del servicio

Perspectiva Financiera
La economía colombiana creció 3,2% en el tercer trimestre de 2015, comparada con el mismo periodo del año anterior:



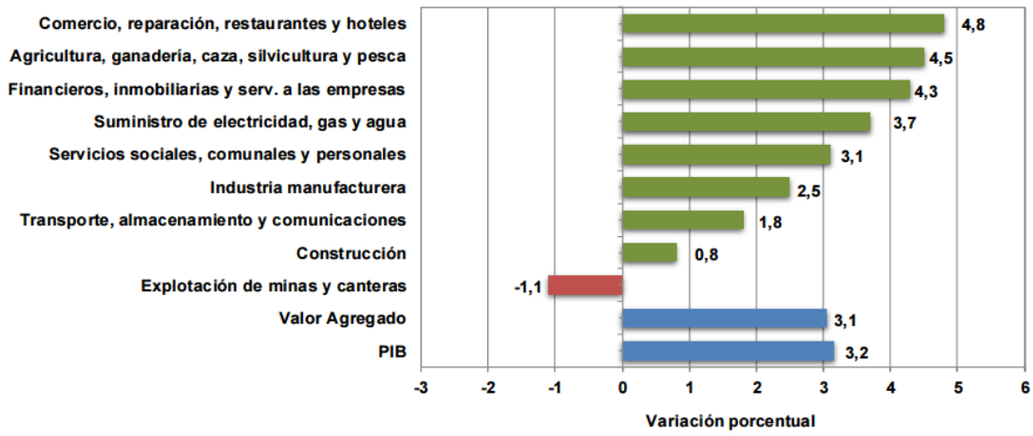
Fuente: DANE - Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales

Desde el punto de vista de la demanda, en el tercer trimestre de 2015 la formación bruta de capital creció 1,0 % respecto al mismo periodo del año anterior.

Las ventas externas de bienes y servicios disminuyeron 0,7 % en el tercer trimestre de 2015. Por el lado de la oferta, el PIB a precios corrientes aumentó 6,4 % en el tercer trimestre de 2015.

En cuanto al trimestre inmediatamente anterior, la variación obedece principalmente al incremento en las exportaciones en 4,6 %, el gasto de consumo final en 1,5 %, la formación bruta de capital en 1,1 %, mientras que las importaciones crecieron 5,3 %. Desde el punto de vista de la demanda, el comportamiento del PIB entre enero y septiembre de 2015 estuvo asociado al crecimiento del gasto de consumo final en 3,4 %, la formación bruta de capital en 2,8 %, las exportaciones en 0,3 %, entre tanto las importaciones aumentaron 2,9 %, todos frente al mismo periodo de 2014.

Variación porcentual anual del PIB por grandes ramas de actividad económica 2015 – III /2014 – III



Fuente: DANE - Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales

El mercado publicitario en Colombia ha tenido un crecimiento muy importante en las últimas dos décadas, que coloca a esta área entre las primeras del mundo. Pero si el crecimiento del conjunto de las inversiones publicitarias -tanto en medios de comunicación como en otros soportes- ha sido muy importante, las de mayor crecimiento fueron las de televisión, radio y prensa, muy por encima de las de publicidad exterior y cine. Sin duda, los medios de comunicación hegemónicos han acaparado un mayor volumen de inversiones: aproximadamente dos tercios del total.

Fuente: **CEDAL - Centro de Comunicación Educativa Audiovisual de Colombia**

El dinamismo de estos sectores está reflejado en las inversiones en publicidad. Según la Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO), que cita datos de IBOPE, la inversión publicitaria en los medios tradicionales (radio, prensa, televisión, revistas) creció 5,9 por ciento en el primer semestre de este año frente a igual periodo del año anterior con un total de recursos por 2,3 billones de pesos. Los mayores aumentos en pauta fueron en electrodomésticos y artículos de hogar (56,6 por ciento), servicios (50 por ciento), vehículos (31 por ciento) y muebles y decoración (29 por ciento). Pero otro sector que no se ha quedado atrás en la pauta es el de telecomunicaciones, con crecimiento del 25 por ciento en el primer semestre del año. Quien impulsó la movida fue Telefónica de España con el posicionamiento de su marca Movistar.

Lo mismo ocurre con el sector financiero. El proceso de fusiones y adquisiciones se ha traducido en una mayor inversión, que según Ibope llegó a 178.000 millones de pesos, en segundo lugar, después de la del comercio con 193.000 millones que se ha visto jalonada con la construcción de centros comerciales en todo el país.

"Un consumidor colombiano recibe en promedio 180 impactos diarios de publicidad", reconoció el presidente de la Anda, Carlos Agudelo, quien dijo que cada vez más se ve una fragmentación de los mensajes.

Para España la señal de fondo para los publicistas y los equipos de mercadeo de una compañía es que tienen que volverse 'creatégicos', es decir, que no basta con ser creativos, sino que su mensaje sea estratégico y esto se refleje en las ventas, porque las empresas no estás dispuestas a gastar por gastar.

El segmento de las agencias publicitarias ha cambiado bastante en las últimas décadas en Colombia -como ha ocurrido en el panorama internacional-, de modo que los rasgos fundamentales podrían sintetizarse del

siguiente modo: a) tendencia a la globalización del mercado; b) ampliación de la oferta de servicios por parte de las agencias, que procuran cubrir otras actividades relacionadas con la publicidad (como relaciones públicas, estudios de mercado, promoción de ventas); c) progresiva concentración de la propiedad en manos de macro grupos euro-norteamericanos; d) creciente actividad de las centrales de compra de medios, y e) indicios de mayor interrelación de la propiedad entre propietarios de agencias y de medios de comunicación.

Estas características generales pueden concretarse al observar la evolución reciente de las grandes agencias dentro del mercado el papel de las centrales de compra de espacios publicitarios en los medios de comunicación es cada vez más significativo. Además, existe una estrecha vinculación financiera entre los principales grupos publicitarios nacionales y las centrales de compra, de manera que el control ejercido por aquéllos sobre éstas resulta cada vez mayor.

Perspectiva Comercial

La publicidad constituye una actividad imprescindible para la coherencia económica del país y también para la reproducción de las relaciones sociales de producción. Sirve como soporte financiero a los principales medios del sector comunicativo: prensa, radio y televisión.

En esencia, la publicidad cumple una cuádruple función económica: a) asegurar la fluidez del proceso de circulación de bienes y servicios y contribuir a la jerarquización de los actores económicos dentro del mercado; b) permitir el desarrollo de otras industrias comunicativas contribuyendo a su financiación; c) actuar como industria cultural propia, si bien con la ayuda técnica y artística de las demás, y d) facilitar la organización del consumo doméstico.

En el ámbito nacional la tendencia general en la industria publicitaria en los últimos años ha sido la de conformación de grandes grupos, regionales y nacionales en relación a las marcas y los mercados por parte de las grandes empresas anunciantes que controlan los diferentes sectores económicos.

El mercado de material publicitario es un mercado creciente y en desarrollo, debido que en Colombia se realizan un gran número de campañas publicitarias, tanto por las organizaciones gubernamentales como de empresas privadas; esto ha hecho que el número de empresas que brinden material publicitario sea cada vez mayor y especializada, logrando un gran auge en el país a pesar de las dificultades que en materia de seguridad afronta el país.

Así mismo existen varias empresas u organizaciones que pueden prestar estos servicios.

Perspectiva organizacional

En busca de la solidez, la experiencia y la idoneidad con que debe contar el contratista seleccionado por el Ministerio de Defensa para laborar el material publicitario, el cual debe asegurar calidad y respaldo en condiciones óptimas, se considera necesario que tenga experiencia en los siguientes aspectos a nivel organizacional:

- Poseer una amplia trayectoria y experiencia en el sector.
- Contar con la infraestructura necesaria para la elaboración del material publicitario.
- Contar con personal calificado, que tenga experiencia en diseño gráfico y que su objetivo sea el diseño de piezas gráficas para el material publicitario.
- Tener los medios tecnológicos necesarios, para la realización del material publicitario.
- Dar respuesta oportuna a las solicitudes del Ministerio de Defensa, para así garantizar el óptimo desarrollo del contrato.

4. DESCRIPCIÓN DEL OBJETO A CONTRATAR

a) Objeto:

El MINISTERIO DE DEFENSA NACIONAL- COMANDO GENERAL DE LAS FUERZAS MILITARES – DIRECCION ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA, requiere contratar *el servicio de transmisión de mensajes institucionales y productos audiovisuales del Comando General de las Fuerzas Militares, de acuerdo con las especificaciones técnicas del Anexo Técnico.*

b) Clasificador de bienes y servicios:

De conformidad con el numeral 1º, del artículo 2.2.1.1.2.1.3 Decreto No. 1082 de 2015, “Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Administrativo de Planeación Nacional”, se deberá

incluir la descripción del objeto a contratar identificado con el cuarto nivel del clasificador de Bienes y Servicios el cual es el sistema de codificación de las Naciones Unidas para estandarizar productos y servicios, así:

SEGMENTO	FAMILIA	CLASE	PRODUCTO	DESCRIPCION
72	15	16	00	SERVICIO DE SISTEMAS ESPECIALIZADOS DE COMUNICACION.
82	11	19	02	SERVICIOS DE BOLETINES INFORMATIVOS DE INTERES ESPECIAL.
83	11	18	01	SERVICIOS DE TELEVISION

c) Especificaciones técnicas – obligaciones del contratista:

De acuerdo a las especificaciones técnicas establecidas en el Anexo No. 1

d) Certificado de disponibilidad presupuestal:

VIGENCIA 2017

Certificado de Disponibilidad Presupuestal No.44417de fecha 02 de junio de 2017, Unidad Ejecutora 15-01-02-000: COMANDO GENERAL, Rubro presupuestal: C-1502-0100-6 REC 11 FORTALECIMIENTO DE LA GESTION DE LA COMUNICION ESTRATEGICA MEDIANTE LA MODERNIZACION DE LA PLATAFORMA DE MEDIOS DEL COMANDO GENERAL Y EL DESARROLLO DE CAMPAÑAS DE IMAGEN INSTITUCIONAL A NIVEL NACIONAL por valor de CIENTO OCHO MILLONES DE PESOS M/CTE ($108.000.000,00) del cual el valor de SIETE MILLONES CUATROCIENTOS NOVENTA Y DOS MIL SETECIENTOS PESOS M/CTE ($7.492.700,00) corresponden al presente proceso, expedido por el Jefe de Presupuesto del CGFM para la vigencia de 2017.

VIGENCIAS FUTURAS 2018

Se cuenta con la aprobación cupo vigencias futuras ordinarias del presupuesto gastos de inversión del Ministerio de Defensa Nacional - Comando General de acuerdo al radicado No. 2-2017-027237 de fecha 25 de Agosto de 2017 de la Dirección General del Presupuesto Público por valor de VEINTICINCO MILLONES DE PESOS MCTE ($25.000.000,00).

e) Presupuesto oficial para el proceso según análisis del sondeo de mercado:

El presupuesto oficial asciende a la suma de **VEINTINUEVE MILLONES NOVECIENTOS SETENTA MIL OCHOCIENTOS PESOS M/CTE ($29.970.800,00)** incluido iva, discriminado de la siguiente manera:

VIGENCIA 2017, por la suma de **SIETE MILLONES CUATROCIENTOS NOVENTA Y DOS MIL SETECIENTOS PESOS M/CTE ($7.492.700,00)** incluido IVA.

ITEM No	DESCRIPCION DEL ELEMENTO / SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRESUPUESTO OFICIAL			
				VALOR UNITARIO	IVA	VALOR UNITARIO INCLUIDO IVA	VALOR TOTAL IVA INCLUIDO
1.	Servicio de transmisión de mensajes institucionales y, productos audiovisuales del Comando General de las Fuerzas Militares, de acuerdo con las especificaciones técnicas del ANEXO No 1.	SERVICIO MENSUAL	2	3.148.193,28	598.156,72	3.746.350,00	7.492.700,00
TOTAL				**3.148.193,28**	**598.156,72**	**3.746.350,00**	**7.492.700,00**

VIGENCIA 2018, por la suma de **VEINTIDÓS MILLONES CUATROCIENTOS SETENTA Y OCHO MIL CIEN PESOS CENTAVOS M/CTE ($22.478.100,00)** incluido IVA.

ITEM No	DESCRIPCION DEL ELEMENTO / SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRESUPUESTO OFICIAL			
				VALOR UNITARIO	IVA	VALOR UNITARIO INCLUIDO IVA	VALOR TOTAL IVA INCLUIDO
1.	Servicio de transmisión de mensajes institucionales y, productos audiovisuales del Comando General de las Fuerzas Militares, de acuerdo con las especificaciones técnicas del ANEXO No 1.	SERVICIO MENSUAL	6	3.148.193,28	598.156,72	3.746.350,00	22.478.100,00
TOTAL				**3.148.193,28**	**598.156,72**	**3.746.350,00**	**22.478.100,00**

f) Plazo de ejecución:

El plazo para la ejecución del presente proceso será de OCHO (08) meses, contados a partir del acta de inicio de ejecución del contrato, previa aprobación de la garantía propia de la ejecución y otros, por parte de la Dirección Administrativa y Financiera del Comando General.

g) Vigencia del contrato:

El contrato tendrá una vigencia o duración, igual al plazo de ejecución y seis (6) meses más, tiempo en el cual la administración procederá a liquidar el contrato.

h) Lugar de ejecución:

Bogotá D.C - Ministerio de Defensa Nacional – Comando General de las Fuerzas Militares – Oficina de Comunicaciones Estratégicas y, lugares establecidos en la ciudad de Bogotá, con previa coordinación con el supervisor del contrato.

i) Forma de pago:

El valor del contrato se pagará mediante pagos parciales cada vez, dentro de los noventa (90) días calendario siguientes a la presentación previa del acta de recibo parcial suscrita por el supervisor del contrato y el contratista o su delegado, presentación de la respectiva factura donde se registre: - fecha, precio unitario de los elementos entregados incluido IVA según aplique; alta de entrada al almacén cuando aplique, certificación expedida y soportada (planillas de pago) de cotización a salud y pensión, o del pago de aportes parafiscales validado por el revisor fiscal o en su defecto por el representante legal en tratándose de persona jurídica, a fecha 30 del mes vencido anterior a la fecha de pago, ***y/o*** de acuerdo a autorización de PAC (disponibilidad de recursos) de la Dirección del Tesoro Nacional, (Ministerio de Hacienda) y cumplimiento de los demás trámites administrativos a que haya lugar. .

En caso de ser PERSONA JURÍDICA, deberá acreditar el pago de los aportes a seguridad social, ARL y parafiscales mediante certificación expedida y soportada (planillas de pago) por el revisor fiscal cuando este exista de acuerdo con los requerimientos de ley o en su defecto por el representante legal.

En caso de ser PERSONA NATURAL deberá allegar, adicional a lo exigido para persona jurídica, copia de la planilla de pago de aportes a salud, pensión y riesgos laborales como trabajador independiente, con el respectivo comprobante de pago. El ingreso base de cotización debe ser sobre el 40% del valor bruto mensual facturado, conforme a la Circular 00001 del 6 de diciembre de 2004 expedida por el Ministerio de Hacienda y Crédito Público y de la Protección Social.

j) Registro único de proponentes

En el presente proceso de selección, no se requerirá del Registro Único de Proponentes de conformidad con lo establecido en el artículo 6 de la Ley 1150 de 2007 modificado por el artículo 221 del Decreto-Ley 019 de 2012.

k) Tipo de contrato:

Contrato de Servicios.

5. FUNDAMENTOS JURÍDICOS QUE SOPORTAN LA MODALIDAD DE SELECCIÓN

Se adelantará un proceso de mínima cuantía, de conformidad con lo establecido en el Artículo 2.2.1.2.1.5.1 del Decreto 1082 del 2015, se determina de conformidad al presupuesto, bien y/o servicio que se pretenda adquirir, se debe señalar teniendo en cuenta la cuantía del proceso a adelantar y en vista que no supera el 10% de la Menor Cuantía del Comando General de las FFMM en cumplimiento con:

Artículo 2 de la ley 1150 de 2007, toda vez que nos expresa que "(…) *La contratación cuyo valor no excede del 10 por ciento de la menor cuantía de la entidad independientemente de su objeto*,(…)"

Artículo 2.2.1.2.1.5.2 del Decreto 1082 del 2015 por la cual se establece la modalidad de Mínima Cuantía, y señala el procedimiento a seguir cuando la entidad desee adquirir bienes, servicios y obras cuyo valor no exceda al 10% de la menor cuantía independientemente de su objeto.

La Ley 1474 de 2011 y el Decreto 1082 de 2015, el cual regula el procedimiento para la modalidad de contratación de **MÍNIMA CUANTÍA** así:

"*Artículo 94. LEY 1474 de 2011 *TRANSPARENCIA EN CONTRATACIÓN DE MÍNIMA CUANTÍA.
Adiciónese al artículo 2 de la ley 1150 de 2007 el siguiente numeral:

La contratación cuyo valor no excede del 10 por ciento de la menor cuantía de la entidad independientemente de su objeto, se efectuará de conformidad con las siguientes reglas:

a. Se publicará una invitación, por un término no inferior a un día hábil, en la cual se señalará el objeto a contratar, el presupuesto destinado para tal fin, así como las condiciones técnicas exigidas.
b. El término previsto en la invitación para presentar la oferta no podrá ser inferior a un día hábil.
c. La Entidad seleccionará, mediante comunicación de aceptación de la oferta, la propuesta con el menor precio, siempre y cuando cumpla con las condiciones exigidas.
d. La comunicación de aceptación junto con la oferta constituyen para todos los efectos el contrato celebrado, con base en lo cual se efectuará el respectivo registro presupuestal."

Parágrafo 1. Las particularidades del procedimiento aquí previsto, así como la posibilidad que tengan las entidades de realizar estas adquisiciones en establecimientos que correspondan a la definición de "gran almacén" señalada por la Superintendencia de Industria y Comercio, se determinarán en el reglamento que para el efecto expida el Gobierno Nacional.

Parágrafo 2. La contratación a que se refiere el presente artículo se realizará exclusivamente con las reglas en él contempladas y en su reglamentación. En particular no se aplicará lo previsto en la Ley 816 de 2003, ni en el artículo 12 de la Ley 1150 de 2007."

MODALIDAD DE CONTRATACIÓN	APLICA
LICITACIÓN PUBLICA	
SELECCIÓN ABREVIADA	
CONCURSO DE MERITOS	
CONTRATACIÓN DIRECTA	
MINIMA CUANTIA	**X**

NORMAS APLICABLES

- Constitución Política de la República de Colombia.
- Ley 57 de 1887 "Código Civil".
- Ley 1564 de 2012 "Código de Procedimiento Civil.
- Decreto 410 de 1971 "Código de Comercio".
- Ley 1437 de 2011 "Código de Procedimiento administrativo y de lo Contencioso Administrativo".
- Ley 100 de 1993 "Por la cual se crea el Sistema de Seguridad Social Integral y se dictan otras disposiciones"
- Ley 80 de 1993 "Por la cual se expide el Estatuto de la Contratación de la Administración Pública".
- Ley 1150 de 2007 "Por la cual se introducen medidas para la eficiencia y la transparencia en la Ley 80 de 1993 y se dictan otras disposiciones generales sobre la contratación con recursos públicos".
- Ley 1474 de 2011 "por la cual se dictan normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública".
- Decreto Ley 019 de 2012 "Por el cual se dictan normas para suprimir o reformar regulaciones, procedimientos y trámites innecesarios existentes en la Administración Pública".
- Decreto 1082 de 2015.
- Resolución No. 1549 de 2015, "Por la cual se delegan unas funciones y competencias relacionadas con la contratación de bienes y servicios con destino al Ministerio de Defensa Nacional, a las Fuerzas Militares y la Policía Nacional y se dictan otras disposiciones.
- Resolución No. 6302 de 2014 (Manual de Contratación del Ministerio de Defensa Nacional y sus Unidades Ejecutoras).
- Directiva permanente del Ministerio de Defensa No. 15 del 10 de marzo de 2015 "Políticas de Contratación Sector Defensa"
- Manuales de Colombia Compra Eficiente.
- Demás normas que modifiquen, adicionen o reglamenten las anteriores

NORMATIVIDAD SOBRE ESTUDIOS PREVIOS

Conforme con el artículo 2.2.1.2.1.5.1 del Decreto 1082 de 2015 que reglamenta el numeral 12 del Artículo 25 de la Ley 80 de 1993, el cual reza lo siguiente para la mínima cuantía:

Artículo 2.2.1.2.15.1. Estudios· previos para la contratación de mínima cuantía. *La Entidad Estatal debe elaborar unos estudios previos que deben contener lo siguiente:*

1. *La descripción sucinta de la necesidad que pretende satisfacer con la contratación.*
2. *La descripción del objeto a contratar identificado con el cuarto nivel del Clasificador de Bienes y Servicios.*
3. *Las condiciones técnicas exigidas.*
4. *El valor estimado del contrato y su justificación.*
5. *El plazo de ejecución del contrato.*
6. *El certificado de disponibilidad presupuestal que respalda la contratación*

6. ANÁLISIS TÉCNICO Y ECONÓMICO QUE SOPORTA EL VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO

a) Precios históricos

Carta Aceptación Oferta No. 202 de fecha 11 de abril de 2017

ITEM No	DESCRIPCION DEL ELEMENTO / SERVICIO	U/M	CANTIDAD	RMC PRODUCCIONES SAS			
				VALOR UNITARIO SIN IVA	VALOR IVA	VALOR UNITARIO INCLUIDO IVA	VALOR TOTAL IVA INCLUIDO
1.	Servicio de transmisión de mensajes institucionales y, productos audiovisuales del Comando General de las Fuerzas Militares, de acuerdo con las especificaciones técnicas del ANEXO No 1.	MES	5	3.310.000,00	628.900,00	3.938.900,00	19.694.500,00
VALOR TOTAL DEL CONTRATO							**19.694.500,00**

En el año 2015 se celebró con la firma GRUPO KAOS SAS el contrato No. 374

ÍTEM No	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	VALOR IVA UNITARIO	VALOR TOTAL INCLUIDO IVA
1	**SERVICIO DE PAUTA DE LOS PRODUCTOS DE LA CAMPAÑA INSTITUCIONAL "ESTAMOS EN EL CORAZÓN DE LOS COLOMBIANOS Y, AHÍ NOS VAMOS A QUEDAR" Y PRODUCTOS AUDIOVISUALES DEL COMANDO GENERAL DE LAS FUERZAS, ASÍ:** Transmitir, por cada hora de programación, un (1) minuto de información de productos de la campaña institucional "ESTAMOS EN EL CORAZÓN DE LOS COLOMBIANOS Y, AHÍ NOS VAMOS A QUEDAR", como de otros productos audiovisuales del CGFM; durante un (1) mes, en doscientas cinco (205) pantallas, en cinco (5) aeropuertos de las siguientes tres (3) ciudades principales: CALI, BOGOTÁ Y MEDELLÍN. . Transmitir el informativo "INSIGNIA" del CGFM durante treinta (30) minutos semanales (el día domingo), durante el término de un (1) mes, a través de un (1) canal que tenga cobertura como mínimo en diez (10) ciudades principales, y que a la vez cuente con mínimo tres (3) cable-operadores, de los cuales, uno (1) sea operador de canales comunitarios. **NOTA:** Los contenidos y manejo para la transmisión de la información, serán autorizados y entregados por la Oficina de Comunicaciones Estratégicas del CGFM.	MES	**11.064.138**	**1.770.262**	**12.834.400**

En el año 2016 se celebró con la firma STRATEGY LDTA el contrato No. 323

ITEM No	DESCRIPCION DEL SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	VALON IVA UNITARIO	VALOR TOTAL INCLUIDO IVA
1	**SERVICIO DE APOYO LOGISTICO PARA LA PUBLICACIÓN DE MENSAJES INSTITUCIONALES Y TRASMISIÓN DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES DEL COMANDO GENERAL DE LAS FUERZAS MILITARES, ASÍ:** Transmitir un (1) minuto de mensajes institucionales, como de otros productos audiovisuales del CGFM, por cada hora de programación diaria de cada uno de los aeropuertos durante el mes, en doscientas cinco (205) pantallas, en cinco (5) aeropuertos de las siguientes tres (3) ciudades principales: CALI, BOGOTA Y MEDELLÍN. Transmitir el informativo "INSIGNIA" del CGFM durante treinta (30) minutos los días domingo, durante el mes, a través de un (1) canal que tenga cobertura como mínimo en diez (10) ciudades principales, y que a la vez cuente con mínimo tres (3) cable-operadores, de los cuales, uno (1) sea operador de canales comunitarios. NOTA: Los contenidos y manejo para la transmisión de la información, serán autorizados y entregados por la Oficina de Comunicaciones Estratégicas del CGFM.	**MES**	**11.800.000**	**1.888.000**	**13.688.000**

En el año 2017 se celebró con la firma RMC PRODUCCIONES S.A.S el contrato No. 202

ÍTEM No	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	VALOR IVA UNITARIO	VALOR TOTAL INCLUIDO IVA
1	Servicio de transmisión de mensajes institucionales y, productos audiovisuales del Comando General de las Fuerzas Militares, de acuerdo con las especificaciones técnicas del ANEXO No 1	MES	**3.310.000**	**6.280.000**	**3.938.900**

b) Consulta SECOP

Se realizó la consulta y análisis en el Sistema Electrónico de Contratación Pública SECOP, sobre procesos de contratación similares y se encontró la siguiente información:

En el año 2008, el Fondo Nacional del Ahorro celebró con la firma CARACOL TELEVISION S.A. el contrato estatal No. 028 de 2008

ÍTEM No	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	VALOR TOTAL INCLUIDO IVA
1	PAUTA PUBLICITARIA EN TELEVISION DE LOS PRODUCTOS DEL FONDO NACIONAL DE AHORRO	**434.744.000**

En el año 2011, el Municipio de Duitama celebró con la firma RADIO CADENA NACIONAL S.A. el contrato No. CMI-2011-0042

ÍTEM No	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	VALOR TOTAL INCLUIDO IVA
1	PAUTA INSTITUCIONAL DE LA REFERENCIA “GENERANDO PROGRESO PARA TODOS” EN UNA EMISORA CON CUMBRIMIENTO EN EL MUNICIPIO Y EN LA PROVINCIA DEL TUNDAMA	7.490.000

En el año 2013, el Municipio de Nobsa celebró con la firma RADIO CADENA NACIONAL RCN el contrato No. 041/2013

ÍTEM No	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	VALOR TOTAL INCLUIDO IVA
1	PRESTACION DE SERVICIOS DE APOYO A LA GESTION PAUTA PUBLICITARIA PARA PROMOCIÓN TURISTICA Y DEPORTIVA DEL MUNICIPIO NOBSA – BOYACA	7.500.000

En el año 2014, el Municipio de Totoro – Cauca, celebró con el señor CIRO BUSTO RIVERA CAMPO el contrato No. 024/2014

ÍTEM No	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	VALOR TOTAL INCLUIDO IVA
1	GRABACIÓN, EDICIÓN Y DIFUCION DE PAUTAS PUBLICITARIAS RADIALES SOBRE LAS XIII FIESTAS PARA EL FORTALECIMIENTO CULTURAL EN LA CABECERA MUNICIPAL DE TOTORO DEL 15 AL 17 DE AGOSTO DE 2014	690.000

En el año 2015, la Gobernación del Cesar, celebró con la señora CANDELARIA MARTINEZ AVENDAÑO el contrato No. SMC-PGR-0004/2015

ÍTEM No	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	VALOR TOTAL INCLUIDO IVA
1	PRESTACION DE SERVICIOS PARA LA ELABORACION, PRODUCCION Y DIFUSION DE PIEZAS PUBLICITARIAS COMO MENSAJES Y PAUTAS EN RADIO, PRENSA ESCRITA, PRENSA DIGITAL, REDES SOCIALES, PUBLICIDAD MOVIL-VISUAL, ROMPE TRAFICOS, TELEVISION, PUBLIREPORTAJES Y CALCOMANIAS, ACERCA DE LOS IMPUESTOS Y DESCUENTOS SOBRE VEHICULO AUTOMOTORES EN EL DEPARTAMENTO DEL CESAR	51.279.800

En el año 2016, la Gobernación del Norte de Santander, celebró con la firma PERIODISMO EN ACCIÓN FREDDY PARADA S.A.S el contrato No. 01206/2016

ÍTEM No	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	VALOR TOTAL INCLUIDO IVA
1	EL CONTRATISTA SELECCIONADO SE OBLIGA PARA CON EL DEPARTAMENTO A REALIZAR LA CREACIÓN DE ESPACIOS RADIALES Y DE TELEVISIÓN, PAUTAS PUBLICITARIAS QUE PERMITAN DAR A CONOCER, PROMOCIONAR Y FORTALECER LAS ACTIVIDADES Y PROGRAMAS DESARROLLADOS POR LA SECRETARÍA DE GOBIERNO ENFOCADOS EN LA IMPLEMENTACIÓN DE LA POLÍTICA NACIONAL DE SEGURIDAD Y CONVIVENCIA PACÍFICA EN EL NORTE DE SANTANDER	42.000.000

En el año 2016, la Presidencia de la Republica, celebró con la firma FENIX MEDIA GROUP LIMITADA el contrato No. 030/2016

ÍTEM No	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	VALOR TOTAL INCLUIDO IVA
1	CONTRATAR LOS SERVICIOS PARA EL DESARROLLO Y DIVULGACIÓN DE PIEZAS COMUNICATIVAS REQUERIDAS POR LA DIRECCIÓN PARA LA ACCIÓN INTEGRAL CONTRA MINAS ANTIPERSONAL (DAICMA)	33.060.000,00

Se aclara que los contratos relacionados anteriormente solo sirven a manera de información, teniendo en cuenta que las especificaciones técnicas del presente proceso son diferentes a los procesos relacionados.

c) Estudio de mercado:

Para el sondeo del mercado se solicitaron cotizaciones a las firmas que se relacionan a continuación:

NOMBRE	TELEFONO	CORREO	OBSERVACIONES
TROPICAL MEDIA SAS	4602254	info@husmind.com	SI PRESENTÓ
RMC PRODUCCIONES SAS	3586283	m.estrada@rmcproducciones.com	SI PRESENTÓ
STRATEGY GRUPO CREATIVO	2448149	produccion@strategyltda.com	SI PRESENTÓ

El resultado obtenido para el sondeo de mercado, fue el siguiente:

ITEM No	DESCRIPCION DEL ELEMENTO / SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	TROPICAL MEDIA SAS		RMC PRODUCCIONES SAS		STRATEGY GRUPO CREATIVO	
				VALOR UNITARIO INCLUIDO IVA	VALOR TOTAL IVA INCLUIDO	VALOR UNITARIO INCLUIDO IVA	VALOR TOTAL IVA INCLUIDO	VALOR UNITARIO INCLUIDO IVA	VALOR TOTAL IVA INCLUIDO
1.	Servicio de transmisión de mensajes institucionales y, productos audiovisuales del Comando General de las Fuerzas Militares, de acuerdo con las especificaciones técnicas del ANEXO No 1.	SERVICIO MENSUAL	8	4.879.000,00	39.032.000,00	3.746.350,00	29.970.800,03	4.522.000,00	36.176.000,00

Para establecer el precio de referencia de mercado se calculó el menor valor total IVA incluido, dentro de las cotizaciones recibidas. Con base en lo anterior se estableció como presupuesto oficial la suma de **VEINTINUEVE MILLONES NOVECIENTOS SETENTA MIL OCHOCIENTOS PESOS CON DOS CENTAVOS M/CTE ($29.970.800,02)** incluido iva.

d) Términos de negociación:

N/A

e) Consulta de la Tasa Representativa del Mercado:

N/A

f) Información en el SIREM:

N/A

g) Análisis de impuestos a cancelar por parte del contratista.

Para el presente proceso aplica el impuesto de IVA del 19%.

h) Cuadro cubrimiento de la necesidad:

ITEM No	DESCRIPCION DEL ELEMENTO / SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	NECESIDAD	PROYECTADO A ADQUIRIR	DEFICIT
1.	**SERVICIO DE TRANSMISIÓN DE MENSAJES INSTITUCIONALES Y, PRODUCTOS AUDIOVISUALES DEL COMANDO GENERAL DE LAS FUERZAS MILITARES, DE ACUERDO CON LAS ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ANEXO No 1.**	SERVICIO MESUAL	14	8	6

Nota: el presente cuadro se ajusta de conformidad con las necesidades de la administración.

i) Conclusiones del análisis que soporta el valor estimado del contrato.

El CGFM, en aras de velar por el erario público, determinó el precio de mercado tomando el MENOR valor total, IVA incluido, de las cotizaciones recibidas, estipulándolo como precio de referencia, al ser este el precio más favorable para la administración acogiéndose a las condiciones de mercado y manteniendo la igualdad de las especificaciones técnicas.

7. JUSTIFICACIÓN DE LOS FACTORES DE SELECCIÓN QUE PERMITAN IDENTIFICAR LA OFERTA MÁS FAVORABLE

La verificación se realizará conforme a lo establecido en el Numeral 4º del artículo 2.2.1.2.1.5.2., del Decreto 1082 de 2015 que señala: La entidad estatal debe revisar las ofertas económicas y verificar que la de menor precio cumple con las condiciones de la invitación. Si esta no cumple con las condiciones de la invitación, la Entidad Estatal debe verificar el cumplimiento de los requisitos de la oferta con el segundo mejor precio ANTES DE IVA y así sucesivamente.

7.1. Requisitos Habilitantes

En cumplimiento de la exigencia de las condiciones técnicas, capacidad jurídica, la entidad exigirá el cumplimiento de los siguientes requisitos habilitantes los cuales serán detallados en la invitación y serán objeto de verificación y evaluación por parte de los comités técnico, jurídico y económico evaluadores.

1. Criterios de verificación jurídica

La oferta que cumpla con los documentos requeridos en la invitación del presente proceso, se le calificará como elegible habilitado jurídicamente.

2. Criterios de verificación Económica

La evaluación económica se efectuará, únicamente respecto a la oferta que presente el precio más bajo ANTES DE IVA, siempre y cuando se encuentre habilitada en consideración a lo previsto en la Invitación del presente proceso contractual, para el efecto se tomará la información consignada en el Anexo "VALORACION DE LA PROPUESTA ECONOMICA" . (Numeral 4º del artículo 2.2.1.2.1.5.2 del Decreto 1082 de 2015)

NOTA: Artículo 2.2.1.1.2.2.4. - DECRETO 1082 de 2015 - OFERTA CON VALOR ARTIFICIALMENTE BAJO. "Si de acuerdo con la información obtenida por la Entidad Estatal en su deber de análisis de que trata el artículo 2.2.1.1.1.6.1 del presente decreto, el valor de una oferta parece artificialmente bajo, la Entidad Estatal debe requerir al oferente para que explique las razones que sustentan el valor ofrecido. Analizadas las explicaciones, el comité evaluador de que trata el artículo anterior, o quien haga la evaluación de las ofertas, debe recomendar rechazar la oferta o continuar con el análisis de la misma en la evaluación de las ofertas.

Cuando el valor de la oferta sobre la cual la Entidad Estatal tuvo dudas sobre su valor, responde a circunstancias objetivas del oferente y de su oferta que no ponen en riesgo el cumplimiento del contrato si este es adjudicado a tal oferta, la Entidad Estatal debe continuar con su análisis en el proceso de evaluación de ofertas. (…)**".**

1. Criterios de verificación Financiera No Aplica (NA)

Índice de Liquidez: NA

Índice de Endeudamiento: NA

Razón de Cobertura de Intereses: NA

Capacidad de Organización: NA

Rentabilidad sobre patrimonio: NA

Rentabilidad sobre activos: NA

3. Criterios de verificación técnica.

Cumplimiento de las especificaciones técnicas:

El Proponente que oferte los bienes requeridos de conformidad con las especificaciones técnicas Mínimas, será considerado como habilitado técnicamente.

3.1. Experiencia habilitante:

Para el presente proceso se requiere un oferente que tenga experiencia relacionada con el objeto del proceso, con el fin de garantizar la experiencia e idoneidad del mismo y que de esta forma la prestación del servicio sea la adecuada. Por lo anterior, el oferente debe presentar con la propuesta hasta dos (02) certificaciones de contratos celebrados y ejecutados en su totalidad, con entidades públicas y/o privadas, dentro de los últimos dos (2) años anteriores a la fecha del cierre del presente proceso de selección, que estén relacionados con los servicios requeridos. Además, la cuantía del o los contratos aportados, deberán ser mayores o iguales (> o =) al 100% del valor total del presupuesto oficial del presente proceso.

Para efectos de verificar la experiencia el oferente deberá presentar contratos con sus respectivas constancias las cuales deben contener como mínimo los siguientes aspectos:

- Entidad contratante
- NIT
- Contratista y NIT
- Valor del contrato
- Número del contrato (si es una entidad pública)
- Fecha de inicio
- Fecha de terminación
- Objeto del contrato el cual debe estar relacionado con el presente proceso
- Calificación del servicio y/o cumplimiento
- Teléfono de la entidad contratante y/o funcionario que certifica

La información suministrada se entiende bajo la gravedad del juramento y debe ser correlativa a la documentación aportada.

La entidad se reserva el derecho de verificar la información aportada por los oferentes y de rechazar las propuestas en las cuales se incluya la información inconsistente o que no corresponda a la realidad, sin perjuicio de las eventuales acciones civiles y penales a que haya lugar.

Nota 1: No se aceptan certificaciones con enmendaduras y que no contengan como mínimo la información solicitada o que presenten inconsistencias.

Nota 2: MDN-COMANDO GENERAL DE LAS FUERZAS MILITARES se reserva el derecho de verificar la veracidad de la información.

Nota 3: No se acepta ningún otro documento para acreditar la experiencia. NO SE ACEPTAN AUTOCERTIFICACIONES PARA LA EXPERIENCIA HABILITANTE.

Nota 4: Las copias de los documentos presentadas deben ser completamente legibles.

Cuando se trate de Consorcios o Uniones Temporales se requiere que al menos uno de sus integrantes cumpla con el cincuenta (50%) de la experiencia aquí requerida. En todo caso, la sumatoria de los

porcentajes de acreditación de la experiencia de los integrantes deberá ser igual o superior al 100% de la experiencia exigida.

Cuando las actividades correspondientes hayan sido ejecutadas por el proponente o por uno de sus miembros bajo la modalidad de consorcio o unión temporal, sólo se tendrá en cuenta como experiencia del proponente o de uno de sus miembros, aquella referida al porcentaje de participación que el proponente hubiera tenido en el grupo o asociación que ejecutó la actividad.

En todo caso el proponente deberá declarar bajo la gravedad de juramento que la experiencia que acredita corresponde a actividades desarrolladas por él de manera directa, o que se han desarrollado mediante subcontratos, pero asumiendo directamente la responsabilidad por los mismos.

3.2. Perfil del personal requerido en la ejecución del contrato

El Ministerio de Defensa Nacional – Comando General de las Fuerzas Militares, requiere que el futuro contratista cuente para prestar el servicio con el siguiente personal:

ROL	CANTIDAD	PERFIL
INGENIERO DE SISTEMAS	UNO (01)	Ingeniero de sistemas con especialización en entornos virtuales de aprendizaje certificado, con experiencia profesional en diseño de aplicaciones bajo herramientas web, desarrollo de software de animación y navegación en tiempo real y manejos de medio electrónico de publicación, diseño y desarrollo de estrategias integrales de comunicación digital.
		Con experiencia profesional específica mínima de cinco (05) años como ingeniero de desarrollo web, multimedia y sistemas de información.
		Deberá anexar su hoja de vida donde indique su currículum
		y anexe diplomas, certificados de estudios y tarjeta profesional
		y además deberá anexar sus certificaciones de experiencia.
		y además deberá anexar sus certificaciones laborales.
INGENIERO EN MECATRÓNICA	UNO (01)	Ingeniero en mecatrónica con conocimientos certificados en imagen digital con Adobe Photoshop y generación de contenidos e-learning.
		Con experiencia profesional mínima de cinco (05) años.
		Deberá anexar su hoja de vida donde indique su currículum
		y anexe diplomas, certificados de estudios y tarjeta profesional
		y además deberá anexar sus certificaciones de experiencia.
		y además deberá anexar sus certificaciones laborales.
TÉCNICO PROFESIONAL EN INGENIERIA ELECTRONICA	UNO (01)	Técnico profesional en ingeniería electrónica, con experiencia como editor audiovisual, montaje de audio, producción y posproducción en televisión.
		Deberá anexar su hoja de vida donde indique su currículum
		y anexe diplomas y certificados de estudios
		y además deberá anexar sus certificaciones de experiencia.
		y además deberá anexar sus certificaciones laborales.

Documentación:

- Para acreditar la “Formación Académica” de los profesionales, adjuntar copia del título profesional, tarjeta profesional.

- El oferente debe adjuntar junto con su oferta las hojas de vida del personal mínimo requerido en la ejecución del contrato, dónde se pueda verificar que cumplen con cada uno de los perfiles exigidos.

7.2. Criterios de Ponderación

- ✓ Factores de ponderación técnica. NA
- ✓ Factores de ponderación económica. NA
- ✓ Puntaje final de las propuestas. NA
- ✓ Factores de desempate

Se entenderá que hay empate entre dos propuestas, cuando efectuada la verificación económica presenten un mismo valor ofertado. En el caso en que dos o más propuestas, bajo el anterior criterio, hubieran arrojado un mismo resultado, la entidad aceptará la oferta que haya sido presentada primero en el tiempo, de acuerdo al numeral 2.2.1.2.1.5.2 del Decreto 1082 de 2015.

7.3. Causales de rechazo

Sin perjuicio de lo establecido por la ley aplicable, serán rechazadas las propuestas en general cuando por su contenido, impidan la selección objetiva, especialmente en los siguientes casos:

1. Cuando la actividad de la persona natural y el objeto de la persona jurídica del oferente no esté relacionado con el objeto del presente proceso.
2. Cuando se presenten varias propuestas por parte del mismo proponente (por si ó por interpuesta persona).
3. Si el proponente se encuentra incurso en algunas de las prohibiciones, inhabilidades e incompatibilidades establecidas en la ley.
4. Si el proponente no cumple con la totalidad de los requisitos técnicos exigidos en el Anexo No 1 del presente proceso.
5. Cuando en la propuesta se encuentre información o documentos que contengan datos tergiversados, alterados o tendientes a inducir a error al Ministerio de Defensa Nacional-Comando General-Dirección Administrativa y Financiera.
6. Cuando el proponente una vez requerido por la entidad no allegue las aclaraciones y/o explicaciones solicitadas o cuando no cumpla con lo solicitado en dicho requerimiento; o cuando allegue la respuesta a los requerimientos fuera del término establecido por la ley para ello impidiendo evaluar con precisión los términos de la oferta.
7. Cuando la oferta Económica supere el presupuesto oficial asignado para el presente proceso.
8. Cuando no se presente junto con la oferta, la VALORACIÓN DE LA PROPUESTA ECONÓMICA.
9. Cuando la oferta Económica supere el presupuesto oficial por ítem, IVA incluido, para el proceso según análisis del sondeo de mercado.
10. Cuando el proponente se encuentre incurso dentro de las inhabilidades del art. 90 de la Ley 1474 de 2011.
11. Cuando la oferta se presente en forma extemporánea. El hecho de que un proponente se encuentre dentro de las instalaciones militares no lo habilita para que se le reciba la propuesta después de la hora citada. El proponente deberá presentarse a las oficinas del MINISTERIO DE DEFENSA - COMANDO GENERAL DE LAS FFMM - DIRECCION ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA previendo el trámite que implica la entrada al complejo militar. En ningún caso el MINISTERIO DE DEFENSA - COMANDO GENERAL - DIRECCION ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA, se hará responsable del retraso en la entrada de algún proponente, por lo que es de única y exclusiva responsabilidad de este, disponer del tiempo necesario para la asistencia oportuna a la diligencia del cierre del presente proceso.
12. Cuando la oferta sea enviada por correo electrónico o fax.
13. Cuando las cantidades ofrecidas sean inferiores a las mínimas exigidas.
14. Cuando el proponente se encuentre incurso en alguna de las causales de disolución y/o liquidación de sociedades, en contra del oferente o de cualquiera de sus integrantes en el caso de proponentes plurales.
15. Cuando el proponente persona natural y/o jurídica por medio de su representante legal, apoderado y/o el suplente cuando este último firme la propuesta se encuentre reportado en el boletín de antecedentes disciplinarios de la Procuraduría General de la Nación.
16. Cuando el proponente persona natural y/o jurídica por medio de su representante legal, apoderado y/o el suplente cuando este último firme la propuesta se encuentre reportado en el boletín de responsables fiscales de la Contraloría General de la República.
17. Cuando el proponente persona natural y/o jurídica o su representante legal, apoderado y/o el suplente cuando este último firme la propuesta registre antecedentes judiciales en el certificado expedido por la Policía Nacional, según lo establecido en el artículo 8 de la Ley 80 de 1993 literal d)

al habérsele dictado sentencia judicial y ser condenado a la pena accesoria de interdicción de derechos y funciones públicas.

18. Si la OFERTA NO fue presentada en la fecha y lugar señalado y con anterioridad a la hora indicada en el cronograma de la presente modalidad de selección.
19. Cuando la OFERTA contravenga disposiciones legales o reglamentarias de conformidad con la naturaleza propia del bien a contratar, que aun cuando las mismas no se encuentren contempladas en la invitación, se les debe dar plena observancia.
20. Cuando el Representante Legal o los Representantes Legales de una persona jurídica ostenten igual condición en otra u otras firmas diferentes, que también estén participando en la presente invitación, o participe como persona natural.
21. Por no encontrarse al día en las obligaciones correspondientes al Sistema Integral de Seguridad Social y Aportes Parafiscales.
22. Cuando al ser requerido para la justificación por precios artificialmente bajos, el oferente no logre sustentar el valor ofertado.
23. Toda otra causa contemplada en las normas legales vigentes.

7.4. Criterios de adjudicación.

Se adjudicará el presente proceso a aquella oferta de menor precio que se encuentre habilitada jurídicamente, técnicamente y que cumpla con la evaluación económica; por el valor de la propuesta presentada de acuerdo con las necesidades de la Administración evidenciada en el estudio previo.

8. SOPORTE QUE PERMITA EL ANÁLISIS DEL RIESGO Y LA FORMA DE MITIGACIÓN

De acuerdo con lo estipulado en el numeral 6 del Artículo 2.2.1.1.2.1.1 del Decreto 1082 de 2015, se deberán prever todos los riegos involucrados en la contratación, es decir todas aquellas circunstancias que de presentarse durante el desarrollo del proceso de contratación y ejecución del contrato, que puedan generar efectos adversos y de distinta magnitud en el logro de los objetivos del proceso.

No.	CLASE	AREA	ETAPA	TIPO	Descripción (Qué puede pasar y, si es posible, cómo puede pasar)	Consecuencia de la ocurrencia del evento	Descripción y Adecuación de los controles existentes	Probabilidad	Impacto	Calificación	Prioridad	Tratamiento/Controles a ser implementados	Impacto después del Tratamiento: Probabilidad	Impacto después del Tratamiento: Impacto	Impacto después del Tratamiento: Calificación	Impacto después del Tratamiento: Prioridad	Persona responsable por implementar el tratamiento/control	Ventana de Tiempo Fecha en que se implementa/completa	Riesgo y tratamiento/controles monitoreados/revisados: Cómo	Riesgo y tratamiento/controles monitoreados/revisados: Cuándo
1	ESPECIFICO	INTERNO	PRECONTRACTUAL	FINANCIERO/ECONOMICO	Proyección inadecuada de los costos que se tuvieron en cuenta al momento de la presentación de su oferta, sin haber efectuado un detallado estudio de mercado, buscando afectar de manera intencional el equilibrio económico del contrato celebrado, correrán por cuenta y riesgo del futuro contratist	Fluctuación de precios	Análisis del sector y estudios de mercado.	2	3	5	BAJO	Estimación adecuada de precios de mercado.	4	3	7	ALTO	Comité Estructurador Económico	En el proceso de contratación	N/A	Análisis del sector desde el punto de vista comercial, técnico y económico	Durante el proceso de contratación

					a.															
2	**ESPECIFICO**	**EXTERNO**	**EJECUCIÓN**	**TECNOLOGICO**	Obsolescencia de la tecnología en la prestación del servicio. .	Incompatibilidad.	Análisis técnico	1	1	2	BAJO	El contratista deberá tomar las medidas para controlar y minimizar su impacto	1	1	2	MENOR	OFERENTE	En la etapa de ejecución	En la ocurrencia del evento	El contratista deberá informar al supervisor del contrato, indicando las medidas que tomara al respecto	En la ocurrencia del hecho

9. EL ANÁLISIS QUE SUSTENTA LA EXIGENCIA DE GARANTÍAS

Atendiendo al objeto del futuro contrato y la forma de pago, el Contratista constituirá una garantía en una compañía de seguros o entidad bancaria legalmente constituida en Colombia, que cubra los siguientes amparos:

- Garantía en la etapa precontractual: N/A

- Garantía en la etapa contractual:

Tipo de Riesgo	Garantía Exigibles
CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO	Equivalente al **VEINTE por ciento (20%)** del valor total del contrato, cuya vigencia será igual al plazo de ejecución del contrato y 6 meses más.
CALIDAD DEL SERVICIO	Equivalente al **VEINTE por ciento (20%)** del valor total del contrato, cuya vigencia será igual al plazo de ejecución del contrato y 6 meses más.
PAGO DE SALARIOS, PRESTACIONES SOCIALES LEGALES E INDEMNIZACIONES LABORALES.	Por el **CINCO POR CIENTO (5%)** del valor del contrato, con una vigencia igual a la ejecución del contrato y tres (3) años más y de las prórrogas si las hubiere.

10. INDICACIÓN DE SÍ LA CONTRATACIÓN ESTA COBIJADA POR UN ACUERDO INTERNACIONAL O UN TRATADO DE LIBRE COMERCIO VIGENTE

Teniendo en cuenta las nuevas disposiciones establecidas en el numeral 8 del artículo 2.2.1.1.2.1.1 del Decreto 1082 de 2015, el comité estructurador verificará, si la contratación esta cobijada por un acuerdo internacional o un tratado de libre comercio vigente, contenidos en el manual explicativo de los capítulos de contratación pública de los acuerdos comerciales negociados, por Colombia para las entidades contratantes emitido por el Ministerio de Comercio, industria y Turismo y el Departamento Nacional de Planeación, se verifico que la cuantía del proceso no se somete al capítulo de compras públicas.

ANEXO No. 01

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

ITEM No	DESCRIPCION DEL ELEMENTO / SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD
1.	**SERVICIO DE TRANSMISIÓN DE MENSAJES INSTITUCIONALES Y PRODUCTOS AUDIOVISUALES DEL COMANDO GENERAL DE LAS FUERZAS MILITARES (COMES).** Condiciones / Características generales: . Realizar transmisiones de mensajes institucionales y productos audiovisuales del Comando General de las Fuerzas Militares a través de monitores industriales de alta productividad. . Los monitores industriales de alta productividad deben contar con monitores digitales táctiles de 46", donde el público blanco audiencia puedan interactuar y encuentren de una forma ágil y fácil información del Comando General de las Fuerzas Militares. . Se deberá realizar transmisiones de mensajes institucionales y productos audiovisuales del Comando General de las Fuerzas Militares de dos (02) minutos de duración a través de OCHO (08) monitores industriales de alta productividad cada treinta (30) minutos, diariamente en el horario de 09:00 am a 09:00 pm, durante los siete (07) días de la semana, teniendo 144 reproducciones diarias y, 1008 semanales. Éstos monitores deberán estar ubicados por parte del oferente en un centro comercial en la ciudad de Bogotá de alta afluencia de público. . Se deberán realizar transmisiones de mensajes institucionales y productos audiovisuales del Comando General de las Fuerzas Militares a través de UN (01) monitor industrial de alta productividad con cámara y software de captura automática de imagen, video y sonido, permanentemente en un horario mínimo de 09:00 am a 09:00 pm, durante los siete (07) días de la semana. Éste monitor deberá tener un diseño exterior personalizado única y exclusivamente para el uso del Comando General de las Fuerzas Militares, previa coordinación con el supervisor del contrato con el fin de utilizar los logos del CGFM. Éste debe ser reubicable por parte del oferente en centros comerciales, aeropuertos, terminales de transporte en la ciudad de Bogotá y, demás sitios de alta afluencia de público, previa coordinación con el supervisor del contrato. En el evento que sea ubicado en un sitio que el tráfico de personas sea permanentemente, el horario será de veinticuatro (24) horas.	SERVICIO /MENSUAL	8

OTRAS CONDICIONES DE OBLIGATORIO CUMPLIMIENTO
NO SE PODRA HACER USO DE IMAGENES, VIDEOS O FOTOGRAFIAS OBTENIDAS DURANTE LA EJECUCION DEL CONTRATO SIN AUTORIZACION EXCLUSIVA DEL CGFM, A TRAVES DE LA DIRECCION ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA.
EL OFERENTE SELECCIONADO DARA SOPORTE TECNICO PERMANENTE DEL SERVICIO OBJETO DEL CONTRATO DURANTE EL PLAZO DE EJECUCION, SIN GENERAR COSTO ADICIONAL PARA EL CGFM.
EL OFERENTE SELECCIONADO DEBE ADJUNTAR A SU OFERTA, UN DOCUMENTO CON EL CUAL CERTIFIQUE QUE CUENTA CON MÍNIMO NUEVE (09) MONITORES INDUSTRIALES DE ALTA PRODUCTIVIDAD PROPIOS Y, CON TODA INFRAESTRUCTURA TECNOLOGICA REQUERIDA PARA LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO.
LOS MONITORES INDUSTRIALES DE ALTA PRODUCTIVIDAD DEBEN CUMPLIR LAS SIGUIENTES CARACTERISTICAS TECNICAS: MONITOR DIGITAL INTERACTIVO DE 46", FULL HD, PANTALLA TACTIL, PROCESADOR INTEGRADO, SISTEMA WIFI, MUEBLE DE 2 MTS ALTO X 1 MTS DE ANCHO, PINTURA ELECTROSTATICA, PUERTA TRASERA.
EL OFERENTE SELECCIONADO REALIZARA LAS ACTUALIZACIONES SEMANALMENTE DE LAS PARRILLAS PARA LA TRANSMISIÓN DE LOS MENSAJES INSTITUCIONALES Y PRODUCTOS AUDIOVISUALES DEL COMANDO GENERAL DE LAS FUERZAS MILITARES, PREVIA COORDINACIÓN CON EL SUPERVISOR DEL CONTRATO.
EL OFERENTE SELECCIONADO GARANTIZARA EL SERVICIO CON CALIDAD FULLHD Y, EFICIENCIA DURANTE EL PLAZO DE EJECUCION DEL CONTRATO Y, REALIZARA TODAS LAS ACTIVIDADES QUE SEAN NECESARIAS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO SIN GENERAR COSTO ADICIONAL PARA EL CGFM.
LA OFICINA DE COMUNICACIONES ESTRATEGICAS DEL COMANDO GENERAL ENTREGARA LOS PRODUCTOS AUDIOVISUALES AL OFERENTE SELECCIONADO CON LAS CARACTERISTICAS TECNICAS REQUERIDAS PARA SU TRANSMISION, PREVIA COORDINACIÓN CON EL SUPERVISOR DEL CONTRATO.
TODOS LOS GASTOS ADICIONALES QUE SE LLEGUEN A REQUERIR PARA LA PERFECTA EJECUCIÓN DEL PRESENTE PROCESO, DEBERÁ SER ASUMIDO POR EL OFERENTE SELECCIONADO

_____