

TERMINOS DE REFERENCIA

CONTRATACIÓN DIRECTA PARA SELECCIONAR UN PROVEEDOR PARA EL DESARROLLO DE TRACKING PUBLICITARIO CAMPAÑA DE FOMENTO AL CONSUMO DE HUEVO

PROGRAMA: HUEVO

PROYECTO PRESUPUESTAL: Fortalecimiento del consumo / Formación de Consumidores

FECHA: 20 de mayo de 2019

I. INTRODUCCIÓN

La **FEDERACIÓN NACIONAL DE AVICULTORES DE COLOMBIA, FENAVI, NIT 860.532.584-2**, entidad sin ánimo de lucro con personería jurídica otorgada por el Ministerio de Agricultura mediante Resolución No. 0431 de fecha 28 de septiembre de 1983, debidamente inscrita bajo el número 00003607 del libro I de entidades sin ánimo de lucro en la Cámara de Comercio de esta ciudad, y quien simultáneamente es el administrador del **FONDO NACIONAL AVÍCOLA, FONAV**, Fondo parafiscal creado mediante Ley 117 de 1994 declarada exequible mediante sentencia C-132 de 2009, modificada aquella por Ley 1255 de 2008 y reglamentada mediante el Decreto 823 de 1994, pone a disposición de los interesados los términos de referencia para la selección del contratista para determinar el nivel de impacto de la campaña de consumo de huevo.

II. OBJETIVO

El objeto del contrato es: Determinar holísticamente el nivel de impacto que logra la campaña de fomento al consumo implementada por el Programa Huevo en el año 2019.

A. Actividades:

FENAVI a través del Programa Huevo, ha realizado campañas publicitarias en televisión desde el año 2010 con el objetivo de fomentar el consumo de huevo en Colombia, comunicando que el huevo es la proteína más completa, aporta vitaminas y minerales, es fácil y rápido de preparar, y adicional es asequible (tiene un bajo precio en el mercado).

Para el año 2019 el Programa Huevo lanzó una nueva campaña de fomento al consumo de huevo, pautando en televisión nacional y paga durante los meses de abril, mayo, junio, octubre, noviembre y diciembre. Pauta en Radio de mayo a diciembre, OHH de mayo, junio, julio y octubre, noviembre y diciembre. El mensaje de esta campaña se enfocará en comunicar los beneficios del huevo, Bajo la campaña Rómpela todos los días, con el poder del huevo.

TERMINOS DE REFERENCIA

B. Objetivos específicos:

- Campaña de publicidad recordadas que incentiven el consumo de categorías en general no marcas (categorías únicamente). Identificar medio donde la vio o escuchó (efectividad del medio, canal, franja horaria)
- Recordación espontánea (cualitativamente identificar si recuerdan la campaña 2019 o de años anteriores)
- Recordación ayudada
- Elementos/imágenes recordadas de las piezas publicitarias (habrá una general 20" y tres específicas de 10"). Para cada medio donde lo haya visto o escuchado.
- Identificar si asocian la publicidad a FENAVI como anunciante.
- Conocimiento de FENAVI (una pregunta)
- Validar el mensaje comunicado.
- Nivel de aporte de la campaña frente al objetivo de fomento al consumo de huevo: cambio de hábitos en cuanto a frecuencia, cantidad, ¿comunicación de beneficios Si incentiva?
- Nivel de agrado, impacto o diferenciación de la publicidad (sujeto a sugerencia del proveedor de acuerdo a metodología)
- Incluir una indagación muy breve de consumo de medios: TV (horarios mayor consumo, 3 canales más vistos, 3 programas que más ve), radio (qué emisora), internet (2 websites de mayor consulta) y redes sociales más usadas, vallas.
- Identificar las principales características de la categoría desde un análisis de un Brand equity.

C. Metodología:

- Estudio cuantitativo
- Muestra total 600 entrevistados. (margen de error máximo 4%, confianza 95%)
- Nota: Que los resultados tengan significancia estadística y sean comparables con los anteriores estudios.

D. Consumidor:

- **Grupo Objetivo Primario (Target):**
 - Hombres y mujeres entre 18 a 45 años
 - Personas no rechazadoras de huevo
 - Personas trabajadoras y no trabajadoras
 - Estratos socioeconómicos 2, 3, 4, 5 y 6
- **Grupo Objetivo Comprador:** N/A
- **Grupo Objetivo Influenciador:** N/A

TERMINOS DE REFERENCIA

E. Mercado:

Cubrimiento Geográfico: Es importante tener una muestra mínima para apertura de resultados

- Bogotá
- Medellín
- Cali
- Bucaramanga
- Barranquilla
- Pereira

F. Capacidad Jurídica:

Fenavi – Fonav revisará que los proponentes no se encuentren en causales de inhabilidad o incompatibilidad para celebrar o ejecutar el contrato, para lo cual, revisará el certificado de antecedentes disciplinarios y el certificado de antecedentes judiciales.

III. ASPECTOS GENERALES

A. Comunicaciones

Los documentos relacionados a este proceso de contratación deben hacerse por escrito, por medio físico o electrónico, a cualquiera de las siguientes direcciones:

- Av. calle 26 # 69 – 76 Torre 3 Oficina 504, Bogotá, D.C. Colombia.
- Correo electrónico yrojas@fenavi.org. Se comunicará la recepción del mismo dentro de los tres (3) días siguientes a su recepción.
- Los documentos y las comunicaciones enviadas por los proponentes deben ser presentadas en el idioma castellano.

B. Valor para el desarrollo del contrato

El valor para el desarrollo del contrato será el presentado por el proponente, incluido IVA, los pagos por costos directos e indirectos necesarios para la ejecución del contrato y todos los impuestos, gravámenes y retenciones a que haya lugar.

Las facturas que por concepto de los pagos que se deban efectuar, deberán allegarse a FENAVI-FONAV, con el cumplimiento de los requisitos legales, con la debida antelación a su pago y con el informe de actividades.

TERMINOS DE REFERENCIA

C. Forma de pago

La forma de pago se hará previa presentación de los informes a satisfacción del Interventor, y de la correspondiente factura, en los tiempos que se acuerden en el contrato (no se realizan anticipos).

D. Plazo de propuesta y firma del contrato.

El plazo de entrega de la propuesta será hasta el día jueves 30 de mayo de 2019 y el lugar de firma del contrato será en la ciudad de Bogotá, D.C

E. Aspectos a evaluar en la propuesta:

- Costo total del estudio
- Tiempo de campo y entrega de resultados
- Metodología de recolección y análisis

IV. GARANTIAS

El contratista deberá constituir a favor de **FENAVI** una garantía consistente en Póliza única de seguro expedida por una Compañía de Seguros autorizada para funcionar en Colombia por la Superintendencia Financiera de Colombia, con los amparos de:

- a) Cumplimiento del contrato: El cumplimiento general del contrato en cuantía equivalente al veinte (20%) por ciento del valor del mismo, con una vigencia igual a la del plazo de ejecución y tres (3) meses más.
- b) De salarios, prestaciones sociales e indemnizaciones laborales: Para garantizar el pago de los salarios, prestaciones sociales e indemnizaciones del personal que haya de utilizarse para la ejecución de este contrato, por el valor equivalente al diez por ciento (10%) del valor del contrato y con una vigencia igual a la de este contrato y tres años más.
- c) (Otras que considere el interventor)

Estas garantías deberán constituirse a favor de **FENAVI** y presentársele una vez legalizado el contrato, junto con el recibo de caja original que demuestre el pago de las primas que por dichas expediciones se hayan causado.

Dichas garantías se adicionarán y prorrogarán cada vez que se adicione en valor o se prorrogue el plazo y en los eventos de suspensión del plazo del trabajo o por modificaciones unilaterales del mismo a costa de el contratista.

TERMINOS DE REFERENCIA

V. CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE LA OFERTA Y ADJUDICACIÓN

A. Criterios de evaluación de las ofertas:

Fenavi – Fonav adjudicará la contratación al proponente que cumpla con los requisitos exigidos y de acuerdo a la siguiente evaluación:

- Costo total del estudio
- Tiempo de campo y entrega de resultados
- Metodología de recolección y análisis

B. Rechazo de las ofertas:

Fenavi – Fonav rechazará las ofertas presentadas por los proponentes por las siguientes razones:

- a) Después de vencido el plazo establecido en estos términos.
- b) Cuando las ofertas estén incompletas por información o por algún documento necesario para la comparación.

C. Adjudicación:

Fenavi – Fonav adjudicará el contrato y publicará en la página web de Fenavi www.fenavi.org las calificaciones obtenidas. (para todos los casos, sea la contratación vía correo electrónico o página web).

D. Reservas durante el proceso de evaluación:

Las partes se obligan a mantener bajo total y absoluta confidencialidad y reserva todos los datos, informaciones, procedimientos, ideas, que se comuniquen entre sí, en cualquier forma tangible o intangible, comprometiéndose a no utilizar dicha información para el beneficio directo, indirecto o por medio de terceras personas, empresa individual, entidad o compañía o país. Así mismo se obliga a buscar y mantener activo los mecanismos para evitar la divulgación de la información privilegiada y protegida como confidencial, entre sus empleados y contratistas que tengan o puedan llegar a tener la necesidad de conocerla o que la obtengan. Igualmente se obliga a mantener esta información con el mismo grado de cuidado que aplica a su propia información confidencial y que en ningún caso será inferior del que se espera de una persona prudente y diligente en la guarda y custodia de sus asuntos confidenciales. La obligación de mantener la confidencialidad tendrá una vigencia igual a la de este contrato y cinco (5) años más.

VI. INTERVENTORIA

Con el fin de procurar un óptimo resultado en el cumplimiento y ejecución del contrato. FENAVI - FONAV designará como interventor a la director del Programa Huevo o quien haga sus veces.

TERMINOS DE REFERENCIA

VII. CRONOGRAMA

ACTIVIDAD	FECHA
Publicación de los términos de referencia	20-05-2019
Presentación de ofertas	30-05-2019
Publicación de resultados y/o selección del proveedor	31-05-2019
Firma del contrato	07-06-2019



ANDREA VARGAS
Directora Programa Huevo
Fenavi - Fonav