

**FESTIVAL DEL POLLO COLOMBIANO VERSIÓN N°13****PROCESO No:** 2019**PROGRAMA:** POLLO**PROYECTO PRESUPUESTAL:** 370.000.000 COP IVA INCLUIDO (máximo)**FECHA:** 02 de julio 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 el planteamiento del posicionamiento de la categoría de carne de pollo en Colombia.

**Antecedentes**

La avicultura colombiana es uno de los pilares fundamentales que impulsa la economía agropecuaria en el país, ya que es el mayor contribuyente de renta en el sector agrario, el mayor contribuyente del IVA declarante y el mayor contribuyente del INVIMA, es la industria que alimenta a Colombia con más de 1.6 M de toneladas al cierre de este 2018. En el 2018, la cifra del consumo per cápita del pollo se estima sean cerca de 36 kilos/año (de acuerdo al último Censo). Apoyando a más de 400.000 empleos formales, lo cual la convierte en el sector agroindustrial más formal por encima de cafeteros, floricultores, entre otros.

Desde el año 2012, se pensó en una idea para activar las ventas de todos los productores/comercializadores de carne de pollo del país en meses de baja venta como febrero y septiembre. De este pensamiento surgió el **Festival del Pollo Colombiano** el cual inició 1 vez por año hasta el 2015, año en el cual se empezaron a hacer **dos versiones anuales**. Esta actividad es bien recibida por los avicultores del país, quienes afirman tener crecimientos por encima del 15% en promedio en los PDV's activados. Por tal razón, FENAVI - FONAV quiere continuar con la iniciativa del **Festival Del Pollo Colombiano** (esta próxima versión sería la # 13), de **forma disruptiva para llegarle al consumidor final del pollo como la proteína saludable, delicioso sabor y de fácil accesibilidad y asequibilidad**.

La estrategia que FENAVI quiere implementar es ofrecerles a los consumidores del pollo una **experiencia memorable** con un producto colombiano de alta calidad, promocionado en el Festival del Pollo Colombiano, el cual se realiza (2) momentos del año (febrero - marzo y agosto – septiembre), apoyado con activaciones a nivel nacional junto con los medios de comunicación para incrementar el alcance y el conocimiento. Por primera vez, esta actividad será un vehículo para dar mayor alcance a la campaña de promoción de consumo de Pollo del presente año, la cual gira en torno a la creación del **personaje #Mi Amigo El Pollo**. Y se hará con base en el planteamiento hecho por la agencia de publicidad de Fenavi (ver archivo en power point anexo a este documento).

## II. OBJETIVOS

Promover el consumo y las ventas de pollo a nivel nacional, a través de una estrategia ATL y BTL que involucre a los avicultores; sus puntos de venta y el consumidor final de esta proteína, dándole alcance a la campaña actual de promoción de consumo de pollo con eje central en #MiAmigoElPollo (MAEP).

### A. Actividades y entregables:

- Tener un espacio especial para promover el consumo de pollo durante el período del **30 de agosto al 28 de septiembre de 2019**.
- Diseñar e implementar de forma efectiva la ejecución de las activaciones, de la forma estipulada por la agencia de publicidad de Fenavi (ver archivo en power point adjunto) de tal forma que los consumidores de conecten con la campaña, conozcan a #MiAmigoElPollo y vivan en los puntos de venta de los avicultores una experiencia que los invite no solo a relacionarse con MAEP sino también que los lleve comprar pollo.
- Involucrar a los avicultores dentro de la estrategia, logrando que los puntos de venta sean protagonistas. Son 420 PDV's en 18 ciudades (Armenia, Barranquilla, Bucaramanga, Bogotá, Cali, Cartagena, Cúcuta, Duitama, Ibagué, Manizales, Medellín, Montería, Neiva, Pasto, Pereira, Santa Marta, Tunja y Villavicencio, realizando en promedio 6 activaciones al día.
- Desarrollar a través de la tecnología Kinect el sistema que puntuará a los consumidores que participen en la coreografía de los pasos de MAEP.

### B. Que se debe hacer:

- Activaciones en los puntos de venta de los avicultores, los puntos de venta se definen en reuniones previas al festival. Se proponen por parte de los productores y se organizan las caravanas.
- Tener el medio de comunicación de Radio como principal canal de comunicación hacia los consumidores, tal como se ha venido haciendo en las versiones anteriores.
- En cada punto de venta se debe activar, es decir, hacer un montaje para atraer y promover el consumo o compra del pollo en los colombianos con base en la actividad propuesta por la agencia de publicidad de Fenavi.
- En el tema logística, se debe tener en cuenta la entrega de obsequios a los compradores de pollo. Estos los entrega Fenavi – Fonav a la agencia que se gane la presente licitación y responderá por su inventario y entregas.
- Se debe contemplar una actividad de lanzamiento para comunicar a los medios y los consumidores que llegó el Festival del Pollo, la cual debe realizarse días previos al 30/ago 2019.

### C. Comunicación básica:

- Incentivar el consumo y la compra del pollo colombiano en los diferentes canales de venta, dándole alcance a la campaña de MAEP.

### D. Grupo Objetivo del Festival del Pollo Colombiano

- Familias de todos los NSE

### E. Perfil del proveedor:

- Empresa experta en activaciones BTL y con conocimiento en el manejo de ATL, con presencia en ciudades principales (5 al menos) para no impactar la estructura de costos del proyecto con el traslado de personal y gastos de viaje en general.

**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:

- Calle 26 No 69 – 76 oficinas 503 y 504, Bogotá, D.C. Colombia.
- Correo electrónico [lr Alvarez@fenavi.org](mailto:lr Alvarez@fenavi.org), [alopez@fenavi.org](mailto:alopez@fenavi.org) .
- Se comunicará la recepción del mismo dentro de los tres (3) días siguientes al envío de la documentación.
- 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 de \$370.000.000 millones de pesos, incluido IVA como máximo y 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.

**C. Forma de pago**

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

**D. Plazo y lugar de ejecución del contrato**

Tiempo de ejecución es de agosto a septiembre de 2019, y los lugares de ejecución del contrato serán los estipulados en Actividades y entregables. El domicilio contractual será la ciudad de Bogotá, D.C.

**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.

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.

## 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:

### CRITERIOS DE SELECCIÓN

Variables	Puntaje Mayor	Puntaje Intermedio	Puntaje Menor
Número de PDV activados (con un mínimo de 420)	40	29	19
Precio	20 (menor valor)	15	10 (mayor valor)
Alcance en millones de personas (ATL se acepta con base en EGM y ECAR, previa validación de agencia de medios de Fenavi)	15	12.5	10
Total de Impactos (Promos, menciones, cuñas e informes)	15	12.5	10
Valor agregado (Medido en #Items entregados y su respectivo valor comercial)	10	10	10

### B. Rechazo de las ofertas:

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

- Después de vencido el plazo establecido de acuerdo al cronograma.
- 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](http://www.fenavi.org) las calificaciones obtenidas.

#### 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 al director del Programa Pollo o quien haga sus veces.

#### VII. CRONOGRAMA

ACTIVIDAD	FECHA	LUGAR
Publicación de los términos de referencia	04 de julio de 2019	Email – Pagina Web
Envío de la propuesta	11 de julio	Email
Presentación de ofertas	12 de julio de 2019 en la mañana	Presencial en oficinas de Fenavi

**LUIS RODOLFO ALVAREZ**  
 Director Programa Pollo  
 FENAVI - FONAV