

ADENDA 1

INVITACIÓN 480

OBJETO: La Fiduciaria Colombiana de Comercio Exterior S.A. FIDUCOLDEX, sociedad de servicios financieros de economía mixta indirecta obrando como vocera del Fideicomiso PROGRAMA DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA PTP, está interesada en recibir propuestas para contratar los servicios de un Proponente para capacitar un mínimo 50 empresas del sector turismo para desarrollar competencias que les permitan implementar una estrategia de Marketing Digital con el fin de ampliar su presencia internacional y tener acceso a nuevos mercados a través de herramientas digitales y canales disponibles para ello.

FIDUCOLDEX, actuando como vocera del P.A. **Programa de Transformación Productiva –PTP-**, conforme lo establecido en el numeral 1.7 de los Términos de Referencia, se permite Adendar en lo siguiente:

PRIMERO. - Se modifica el numeral 2.2 de los Términos de Referencia, con el fin de precisar el alcance del proyecto y producto esperado:

2.2. ALCANCE TECNICO DEL OBJETO:

La capacitación deberá estar dirigida a las Unidades Productivas ubicadas en los entornos rurales (Todas las zonas de los departamentos que se enuncian más adelante que no se ubiquen en los cascos urbanos de las ciudades capitales) de los departamentos de Cauca, Chocó, Magdalena y Tolima.

Para la ejecución del objeto de la invitación, el oferente deberá desarrollar mediante etapas con sus correspondientes entregables así:

- Etapa 1: Planeación – definición de cronograma, municipios y entornos rurales y criterios de selección de beneficiarios, alineado con las necesidades de PTP.
Inducción o Capacitación masiva (más de 50 empresas) de la Introducción a la relevancia de la utilización de canales y herramientas digitales.
- Etapa 2: Capacitación del personal de las empresas previamente seleccionadas y aprobadas por PTP (un mínimo de 2 personas por empresa) – Conocimiento específico sobre redes y plataformas digitales
Capacitación – Aspectos relevantes de la empresa/sector que deben ser tenidos en cuenta al momento de utilizar herramientas y canales digitales con el fin de seleccionar el consumidor y los mercados a los que se pretende llegar.
- Etapa 3: Acompañamiento específico para implementar estrategias de marketing digital.
- Etapa 4: Seguimiento y evaluación de impacto de la estrategia.

En cada caso, podrán participar hasta tres (3) personas por empresa y podrán elaborar su estrategia de marketing digital de manera individual o en grupo para la empresa para la cual trabajan. El Proponente deberá proponer la metodología de evaluación y seguimiento de cada uno de los participantes.

La Etapa 1 deberá realizarse en todos los departamentos. El proponente en la metodología de selección de empresas beneficiarias de la etapa 1 deberá indicar los criterios y requisitos mínimos para definir los departamentos en los que se desarrollarán las etapas 2, 3 y 4 según el número de

personas interesadas en la capacitación. En todo caso deberá implementarse en mínimo tres (3) departamentos.

- Para la ejecución de las cuatro etapas mencionadas, el PTP deberá:

1) El PTP coordinará con las autoridades locales el sitio y las ayudas audiovisuales y las fechas para la realización de las jornadas de formación de la Etapa 1.

SEGUNDO. - Se modifica el numeral 2.3 de los Términos de Referencia, con el fin de ajustar el plazo de la capacitación:

2.3. DURACIÓN

La duración del contrato que se suscriba será hasta de nueve (9) meses contados a partir de la firma del contrato.

TERCERO. - Se modifica el numeral 2.4 de los Términos de Referencia, con el fin de precisar el número mínimo de empresas para iniciar el desarrollo de las etapas 2, 3 y 4 y el valor de contrapartida de las empresas beneficiarias y la forma de paga según entregables:

2.4. PRESUPUESTO Y FORMA DE PAGO

PTP cuenta con el presupuesto de hasta **CIEN MILLONES DE PESOS (\$100.000.000)** para atender la presente Invitación, en un porcentaje del 100%, del valor que oferte el consultor incluidos los impuestos y tasas a que haya lugar.

FORMA DE PAGO: Serán pagados directamente al consultor seleccionado así:

PRODUCTOS	PORCENTAJE DE PAGO
Producto 1:	<u>10 %</u>
Producto 2:	<u>5 %</u>
Producto 3	<u>25%</u>
Producto 4	<u>25%</u>
Producto 5	<u>25%</u>
Producto 6	<u>10</u>

NOTA UNO: Los pagos correspondientes a cada Producto serán desembolsados una vez terminada la etapa y previa aprobación de los mismos por parte del supervisor del contrato.

NOTA DOS: *La ejecución de la propuesta es por etapas solamente se desarrollarán contractualmente todas las etapas por parte del consultor si se logra la vinculación efectiva mínimo de treinta (30) empresas al programa en la etapa No. 2, es decir que al no completarse el mínimo requerido únicamente se pagará por parte de PTP al consultor la etapa número uno.*

NOTA TRES: Las empresas beneficiarias de la formación deberán aportar como contrapartida el 5% del valor ofertado por empresa por el consultor seleccionado. El cobro

del porcentaje del precio aportado por la empresa será responsabilidad directa y exclusiva del consultor.

CUARTO. - Se modifica el numeral 3.2.1. de los Términos de Referencia, con el fin de precisar la fecha de validez de las certificaciones y la no simultaneidad de los contratos certificados:

3.2.1. Experiencia específica del proponente

El proponente debe acreditar mínimo tres (3) años de experiencia en **CONSULTORÍA Y CAPACITACIÓN** mediante la presentación de **certificaciones** de contratos ejecutados y/o en ejecución en el sector público, privado o mixto suscritos a partir del 1 de enero de 2010 cuyo objeto esté relacionado con proyectos de formación e implementación de programas de marketing digital.

La experiencia deberá presentarse en **UNA TABLA** que contenga la siguiente información por cada uno de los contratos celebrados por el proponente:

- Nombre o razón social del contratante
- Objeto y descripción del servicio o contrato
- Fecha de inicio o suscripción del acta de inicio y/o plazo de ejecución del contrato (día, mes, año)
- Fecha de finalización del contrato (día, mes, año)

LAS CERTIFICACIONES: la experiencia deberá acreditarse con certificaciones de contratos que no sean ejecutados de forma paralela con diferentes clientes y deberán ser expedidas por la persona o entidad contratante con mínimo la siguiente información:

Los contratos relacionados en la tabla deberán soportarse con mínimo cuatro (4) certificaciones emitidas por clientes del sector público, privado o mixto con la siguiente información:

- (i) Nombre o razón social del contratante.
- (ii) Nombre o razón social del Contratista.
- (iii) Objeto del servicio o contrato, definiendo el sector económico.
- (iv) Calificación del servicio (excelente, bueno, regular).
- (v) Valor del contrato.
- (vi) Fecha de inicio o suscripción del acta de inicio y/o plazo de ejecución del contrato (indicar por lo menos el año).
- (vii) Estado de cumplimiento del contrato.
- (viii) En caso de presentar contrato en ejecución la certificación debe indicar la Etapa de consultoría ejecutada a la fecha de presentación de la propuesta. Para este caso solo se tendrán en cuenta las certificaciones que indiquen que se ha concluido la etapa de intervención en las empresas.
- (ix) Datos del contacto: nombre, cargo y teléfono de la persona de contacto.
- (x) Nivel y satisfacción de cumplimiento del contrato

QUINTO. - Se modifica el numeral 3.2.2. de los Términos de Referencia, con el fin de precisar la forma de presentar títulos profesionales obtenidos en el exterior:

3.2.2. Experiencia específica del equipo de trabajo

El Proponente debe presentar con su oferta para ejecutar el contrato como mínimo el siguiente equipo de trabajo:

CARGO	EXPERIENCIA
Un (1) Director del proyecto	Profesional con estudios de posgrados en mercadeo o software y tecnologías de la información o afines.
	Experiencia mínima: cinco (5) años de experiencia profesional en temas de marketing.
	Experiencia específica en dirección de mínimo tres (3) proyectos de elaboración e implementación de estrategias de marketing digital en el sector productivo. Experiencia específica en la ejecución de cinco (5) proyectos de elaboración e implementación de estrategias de marketing digital en el sector productivo.
Dos (2) Profesionales de apoyo	Profesional en mercadeo, administración de empresas y/o tecnologías de la información.
	Experiencia específica en dos (2) proyectos de elaboración e implementación de estrategias de marketing digital en el sector productivo.
	Experiencia mínima de dos (2) años de experiencia profesional.

La experiencia de cada uno de los miembros del equipo deberá relacionarse en una tabla que contenga la siguiente información:

- Nombre o razón social del contratante
- Objeto y descripción del servicio o contrato
- Fecha de inicio o suscripción del acta de inicio y/o plazo de ejecución del contrato (día, mes, año)
- Fecha de finalización del contrato (día, mes, año)
- Estado de cumplimiento del contrato

La experiencia relacionada en el cuadro anterior deberá soportarse con certificaciones con la misma información mencionada en el párrafo anterior y los siguientes ítems adicionales:

- Nombre o razón social del contratante
- Nombre o razón social del Contratista
- Calificación del servicio (excelente, bueno, regular)
- Fecha de inicio o suscripción del acta de inicio y/o plazo de ejecución del contrato (día, mes, año)
- Nombre, cargo de quien expide la certificación
- Dirección y teléfono del contratante
- Datos del contacto: nombre, cargo y teléfono de la persona de contacto.

NOTA UNO: La certificación puede ser remplazada por la copia del contrato, siempre y cuando también se anexe la respectiva acta de recibo y/o acta de liquidación, debidamente suscrita por el interventor y/o la entidad contratante, que en conjunto cumplan con los contenidos y requisitos establecidos en este literal.

NOTA DOS: Para acreditar la calidad de profesionales del equipo de trabajo solicitado, se debe allegar copia del diploma o acta de grado en la respectiva profesión.

En el evento en que algún integrante del equipo de trabajo presente título obtenido en el exterior, se podrá acreditar la formación académica mediante (a) copia del diploma expedido por el centro educativo y la descripción del programa correspondiente que permita conocer el nivel de los estudios y su clasificación en la Clasificación Internacional Normalizada de Educación o (b) mediante la convalidación correspondiente. El PTP verificará la anterior información, así como que el nivel de formación académica es equivalente al nivel exigido en los Documentos del Proceso.

NOTA TRES: Para acreditar la experiencia específica solicitada deberá allegarse las hojas de vida de cada uno de los integrantes del equipo de trabajo con sus respectivos soportes de certificación respecto del tiempo de experiencia solicitado.

SEXTO. - Se modifica el numeral 3.3 de los Términos de Referencia, con el fin de precisar el desarrollo y metodología en la implementación de las capacitaciones:

3.3 METODOLOGÍA:

El Proponente deberá especificar la metodología de trabajo que empleará para el desarrollo del proyecto y el cronograma de tiempos y actividades (En semanas). A su vez, en la propuesta metodológica se debe evidenciar lo siguiente:

- (i) Documento que defina la manera en que se realizará el levantamiento de información, y especifique la metodología que utilizará el Proponente para el desarrollo de sus servicios.
- (ii) Comprensión y análisis de la necesidad: el Proponente debe presentar en detalle su entendimiento de lo que busca esta Invitación.
- (iii) Descripción de las diferentes fases o etapas en que se llevará a cabo la capacitación.
- (iv) Fuentes de información y bases de datos en que se apoyará para la consecución de la información, señalando cuales serán de fuentes primarias y cuáles de fuentes secundarias.
- (v) Propuesta para lograr la formulación de la estrategia de marketing digital de cada unidad productiva, detallando los mecanismos y herramientas para conseguirlo.
- (vi) Herramientas de trabajo y estructuración del proyecto, (por ejemplo: marco lógico, matrices DOFA, procesos de concertación, análisis estratégicos, verificación tecnológica, etc.)
- (vii) Proceso de trabajo detallado.
- (viii) Modelos y procesos de interacción con los actores relevantes nacionales y regionales del proyecto.
- (ix) Resultado detallado de la capacitación
- (x) Cronograma de trabajo detallado
- (xi) Conformación del equipo de trabajo destinado para el desarrollo del objeto de la invitación, especificando las responsabilidades de cada uno de los miembros del equipo, características de su cargo, y la dedicación de tiempo previsto para el desarrollo del objeto contractual, expresadas en horas / hombre / semana (permanente, compartida o exclusiva).

DESARROLLO DE LA METODOLOGIA:

- Se debe desarrollar la metodología según las etapas que se describen a continuación con sus actividades y productos:
- Los Productos deben ser entregados, revisados y corregidos en orden consecutivo. Cada producto será socializado con los diferentes actores y será aprobado por el PTP
- El Programa y el proponente seleccionado definirán de mutuo acuerdo el cronograma de ejecución de las actividades contractuales
- El Proponente favorecido debe estar en disponibilidad de iniciar y ejecutar el objeto del Contrato con base en los cronogramas del proyecto y de entrega de productos que definan las partes, disponibilidad que se presumirá con la sola presentación de la Propuesta

- Etapa 1: Planeación – definición de cronograma, municipios y criterios de selección de beneficiarios. (Producto 1)
Capacitación – Introducción a la relevancia de la utilización de canales y herramientas digitales. (Producto 2)
- Etapa 2: Capacitación – Conocimiento específico sobre redes y plataformas digitales (Producto 3)
Capacitación – Aspectos relevantes de la empresa/sector que deben ser tenidos en cuenta al momento de utilizar herramientas y canales digitales con el fin de seleccionar el consumidor y los mercados a los que se pretende llegar. (Producto 4)
- Etapa 3: Implementación de estrategias de marketing digital. (Producto 5)
- Etapa 4: Seguimiento y evaluación de impacto de la estrategia. (Producto 6)

En el desarrollo de la capacitación, el proponente seleccionado deberá trabajar activa y participativamente con el Programa de Transformación Productiva, los actores del sector turismo en los departamentos establecidos (Chocó, Cauca, Magdalena, Tolima), las entidades de carácter público y privado.

ETAPA 1

Planeación – definición de cronograma, municipios y criterios de selección de beneficiarios. (Producto 1)

Capacitación – Introducción a la relevancia de la utilización de canales y herramientas digitales. (Producto 2)

La firma seleccionada para la ejecución de la capacitación, en esta etapa deberá:

- i) Presentar al Programa la metodología, plan de trabajo y cronograma para el desarrollo del objeto de la convocatoria: desarrollar competencias de marketing digital en las empresas seleccionadas.
- ii) Presentar para aprobación del PTP un modelo de selección con los criterios y requisitos que permita identificar las empresas que se seleccionarán como beneficiarias del Programa.
- iii) Realizar el taller de sensibilización e inducción a los temas de marketing digital que permita identificar el grupo de empresas con las cuales se trabajará el Programa. Deberá realizarse por lo menos uno de estos talleres por departamento con una participación total en los cuatro departamentos de mínimo 50 empresas.
- iv) Presentar al Programa lista definitiva de beneficiarios para aprobación.

Con esta lista definitiva se organizarán los grupos de formación en los que se trabajará desde la siguiente fase.

Producto 1: i) Documento con la metodología, plan de trabajo y cronograma para el desarrollo del objeto de la convocatoria ii) Documento con el modelo de selección con los criterios y requisitos que permita identificar las empresas que se seleccionarán como beneficiarias del Programa.

Producto 2: iii) Listado de asistencia y registro fotográfico del taller de sensibilización, contenido de los temas impartidos en el taller. iv) base de datos de las empresas seleccionadas como beneficiarias del programa.

ETAPA 2

Capacitación – Conocimiento específico sobre redes y plataformas digitales (Producto 3)

Capacitación – Aspectos relevantes de la empresa/sector que deben ser tenidos en cuenta al momento de utilizar herramientas y canales digitales con el fin de

seleccionar el consumidor y los mercados a los que se pretende llegar. (Producto 4)

En esta etapa se impartirán las capacitaciones en temas específicos: redes y plataformas digitales y aspectos relevantes de la empresa/sector que deben ser tenidos en cuenta al momento de utilizar herramientas y canales digitales con el fin de seleccionar al consumidor y los mercados objetivo. El consultor podrá proponer la metodología que mas se adecue al cumplimiento de los objetivos y a las características de las empresas participantes, así como contenidos adicionales que considere relevantes.

Producto 4: i). Listado de asistencia y mecanismos de registro y verificación de las capacitaciones
(ii) Contenido de los temas impartidos en cada capacitación.

ETAPA 3

Implementación de estrategias de marketing digital. (Producto 5)

El propósito de este producto es acompañar a cada una de las empresas beneficiarias en la construcción individual de sus estrategias de marketing digital. Para esto, el consultor debe considerar al menos el 40% de las horas de trabajo presencial individual por empresa. El consultor podrá proponer las horas de trabajo restantes con diferentes mecanismos (virtuales, presenciales, semi presencial) que permitan concluir con la construcción y puesta en marcha de la estrategia de marketing digital para cada empresa beneficiaria.

El consultor deberá incluir en la formulación de la estrategia un plan de **acción conducente a su implementación el cual deberá seguir de manera individual a cada Unidad Productiva.**

El plan de acción deberá contemplar horizontes de tiempo de corto y mediano plazo.

Producto 5: i). Documento de Estrategia de marketing digital para cada empresa beneficiaria con Plan de Acción

ETAPA 4

Seguimiento y evaluación de impacto de la estrategia. (Producto 6)

El consultor deberá proponer los mecanismos de seguimiento y evaluación del impacto inicial de la implementación de la estrategia el cual deberá ejecutar a los dos meses de haber aprobado el producto 5.

Producto 6: i) Documento con indicadores de medición de impacto y recomendaciones por empresa beneficiaria ii) documento final.

El consultor deberá entregar un documento final que contenga la siguiente información agregada:

- Indicadores de Impacto formulados.
- Diagnóstico agregado de las empresas beneficiarias por cada departamento.
- Agregado de recomendaciones e implementación propuesta por departamento.

Deberá realizar una presentación a los funcionarios del Programa de Transformación Productiva de no más de tres (3) horas de duración en la ciudad de Bogotá. Los costos eventuales de esta presentación serán cubiertos por el proponente.

NOTA UNO: Los Productos deben ser entregados, revisados y corregidos en orden consecutivo cada producto será socializado con los diferentes actores y será aprobado por el PTP.

NOTA DOS: El proponente seleccionado debe realizar entregas parciales en medio físico y a través de correo electrónico a jaime.polanco@ptp.com.co de acuerdo con el objeto del Contrato, y participar en reuniones para discusión y revisión de las mismas, con la persona designada como supervisora del contrato. Adicionalmente, deberá realizar los ajustes necesarios a cada Producto a satisfacción del Programa de Transformación Productiva y entregarlos nuevamente.

NOTA TRES: El Programa de Transformación Productiva podrá solicitar aclaraciones, adiciones, ajustes y en general cualquier tipo de modificación a cualquiera de los Productos. En el evento que el Programa de Transformación Productiva solicite aclaraciones, adiciones, ajustes o en general cualquier tipo de modificación a cualquiera de los Productos, el proponente seleccionado deberá hacer entrega del respectivo Producto aclarado, adicionado, ajustado o modificado dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la respectiva solicitud por parte del Programa de Transformación Productiva.

SEPTIMO. - Se modifica el numeral 3.5.1 de los Términos de Referencia, con el fin de precisar con nota aclaratoria la necesidad de incluir la contrapartida en la propuesta económica:

3.5.1. El proponente deberá presentar la oferta económica teniendo en cuenta:

- La Propuesta económica deberá cubrir todos los gastos en los que incurra el Proponente, incluyendo traslados, gastos de viajes, tiquetes aéreos, IVA y demás impuestos, tasas, contribuciones, costos directos e indirectos cualquier otro para el cumplimiento del objeto de la invitación.
- El valor ofertado por la etapa 1, no podrá superar el 15% del total de la oferta económica.

ETAPA	Actividad	Producto a entregar	Número de empresas a atender	Valor de la Etapa 1 (antes de IVA)	Tiempo de ejecución de la ETAPA 1	Valor total incluido IVA
ETAPAS 1						

ETAPAS	Actividad	Producto a entregar	Número de empresas a atender	Valor etapa No. 2 por una empresa atendida (antes de IVA)	Valor total (incluido IVA) y demás impuestos a que haya lugar por empresa	Valor total de todas las empresas
ETAPAS 2						

ETAPAS	Actividad	Producto a entregar	Valor etapa por una empresa atendida (antes de IVA)	Número de horas de capacitación por empresa	Valor total por empresa (antes de IVA) y demás impuestos a que haya lugar por empresa	Valor total (incluido IVA) y demás impuestos a que haya lugar por empresa

ETAPAS 3						
ETAPAS 4						
TOTAL INCLUIDO IVA						\$

TOTAL INCLUIDO IVA	\$
Etapa 1	
Etapa 2	
Etapa 3	
Etapa 4	

- Debe indicarse cuál será el monto equivalente al 5% que pagarán las empresas beneficiarias como contrapartida.

La oferta económica para el cumplimiento del objeto contractual se mantendrá vigente durante el término de duración del contrato que se suscriba producto del presente proceso de selección. Los precios de cada casilla deben ser presentados en pesos colombianos, sin anotar centavos.

PTP revisará las operaciones aritméticas de la propuesta económica y en caso de error serán corregidas de la siguiente manera:

- Si existe diferencia entre la suma de los valores unitarios y el valor total, prevalecerá la suma de los valores unitarios presentados por el proponente y el valor total será corregido por **PTP**.
- Los valores corregidos se tendrán en cuenta en la evaluación de las propuestas, en la adjudicación y suscripción del contrato, por lo que los errores u omisiones en que se incurra en la propuesta económica serán de la exclusiva responsabilidad del proponente, debiendo asumir los mayores costos y/o pérdidas que se deriven de dichos errores u omisiones.

En el momento de la evaluación de la propuesta económica **PTP** revisará y determinará si existen errores aritméticos. En caso de presentarse alguna inconsistencia, el proponente acepta que **PTP** proceda a su corrección y que para efectos de la adjudicación se tenga en cuenta el valor corregido. En caso de contradicción entre el valor “antes de IVA” y el de “IVA incluido”, se tomará el valor “antes de IVA”.

- Los proponentes responderán legal y jurídicamente cuando formulen propuestas en las cuales se fijen condiciones económicas y de contratación artificialmente bajas con el propósito de obtener la adjudicación del contrato.
- El proponente debe asumir todos los costos y los gastos resultantes de la preparación y presentación de la propuesta y en ningún caso, cualquiera sea el resultado, estos serán reembolsados por **PTP**.
- Serán de exclusiva responsabilidad del proponente los errores u omisiones en que incurra al indicar los precios unitarios y/o totales en su propuesta, debiendo asumir los mayores costos y/o pérdidas que se deriven de dichos errores u omisiones.
- Los precios ofertados no serán objeto de reajustes durante la vigencia del contrato.
- Será de cuenta del proponente el pago de los salarios de los empleados que necesite para prestar el servicio a contratar, incluidos el pago de impuestos, tasas y contribuciones de carácter nacional o municipal, los sueldos, prestaciones sociales, parafiscales, etc. de sus empleados, las primas de pólizas de seguros y costos de las pólizas; del impuesto de timbre y de todos los gastos que implique el perfeccionamiento del contrato.
- Todos los gastos que demanden la preparación y ejecución de los servicios a que se refiere el contrato, serán por cuenta del proponente.

El proponente declara que para la fijación de los precios de la propuesta tuvo en cuenta todos los requisitos estipulados en los Términos de Referencia y sus Adendas, discriminando el impuesto de valor agregado IVA, que consideró también todos los gastos en que incurrirá para cumplir con el objeto y alcance de esta Invitación. En caso de ser autorretenedores, deberá indicarlo y anexar copia del documento que acredite tal condición.

Todos los gastos que demanden la preparación y ejecución de los servicios a que se refiere el contrato, serán por cuenta del proponente.

El proponente responderá por los errores u omisiones en que incurra al indicar el valor de su propuesta, debiendo asumir los mayores costos o pérdidas que se deriven de dichos errores u omisiones. Cuando se presente divergencias entre el valor expresado en números y en letras, prevalecerá la cantidad expresada en letras.

OCTAVO. Se modifica el numeral 4.2. de los Términos de Referencia, con el fin de precisar con nota aclaratoria los valores mínimos en la evaluación de la metodología para que una propuesta sea tenida en cuenta:

4.2. FACTORES Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y PONDERACIÓN DE PROPUESTAS

Las propuestas que hayan sido declaradas hábiles por el cumplimiento de los requisitos jurídicos y técnicos previstos como habilitadores en estos Términos de Referencia, pueden ser evaluadas teniendo en cuenta lo siguiente:

Criterio	Descripción	Puntos
Experiencia específica del proponente	El proponente que presente mayor número de experiencia a la mínima solicitada como requisito habilitante se otorgará el mayor puntaje (Las demás propuestas obtendrán el puntaje de manera proporcional mediante una regla de tres)	10
Experiencia específica del equipo de trabajo	El equipo que presente mayor número de experiencia a la mínima solicitada como requisito habilitante se otorgará el mayor puntaje Las demás propuestas obtendrán el puntaje de manera proporcional mediante una regla de tres).	30
Director del proyecto	Experiencia específica en la ejecución de proyectos de elaboración e implementación de estrategias de marketing digital en el sector productivo.	10
Profesional de apoyo 1	Experiencia específica en proyectos de elaboración e implementación de estrategias de marketing digital en el sector productivo.	10
Profesional de apoyo 2	Experiencia específica en proyectos de elaboración e implementación de estrategias de marketing digital en el sector productivo.	10
Metodología		40

Problemática a resolver	Comprensión y análisis de la necesidad	10
Metodología	Detalle de la metodología y actividades que permitirá en cada etapa lograr las actividades y el involucramiento de las Unidades Productivas Rurales.	10
Cronograma	Cronograma de trabajo: precisión y articulación con la metodología y los objetivos	10
Estructura	Detalle de la estructura y la organización del personal del que dispondrá para cumplir las metas de la intervención.	10
Oferta económica	Obtendrá mayor puntaje la oferta que ofrezca un menor precio. Las demás propuestas obtendrán el puntaje de manera proporcional mediante una regla de tres).	20
TOTAL		100

- **La calificación de la Metodología debe tener por lo menos 28 puntos para ser seleccionada, toda aquella propuesta que tenga menor puntaje será descartada.**

La presente se publica el **25 de enero de 2018** en la página web <https://www.ptp.com>, www.fiducoldex.com en cumplimiento de las condiciones indicadas en los términos de referencia.

FIDUCOLDEX- PROGRAMA DE TRANSFORMACION PRODUCTIVA