



TÉRMINOS DE REFERENCIA

1. OBJETO DE CONTRATACIÓN

SERVICIOS DE PAUTA EN REDES SOCIALES Y MEDIOS TRADICIONALES PARA PROMOCIÓN DE LA UARTES Y SUS ACTIVIDADES.

2. ANTECEDENTES

El artículo 27 de la Constitución de la República del Ecuador, dispone que: “La educación se centrará en el ser humano y garantizará su desarrollo holístico, en el marco del respeto a los derechos humanos, al medio ambiente sustentable y a la democracia; será participativa, obligatoria, intercultural, democrática, incluyente y diversa, de calidad y calidez; impulsará la equidad de género, la justicia, la solidaridad y la paz; estimulará el sentido crítico, el arte y la cultura física, la iniciativa individual y comunitaria, y el desarrollo de competencias y capacidades para crear y trabajar. La educación es indispensable para el conocimiento, el ejercicio de los derechos y la construcción de un país soberano, y constituye un eje estratégico para el desarrollo nacional”.

El artículo 350 ibídem que: “El sistema de educación superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y humanista; la investigación científica y tecnológica; la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y las culturas; la construcción de soluciones para los problemas del país, en relación con los objetivos del régimen de desarrollo”.

Mediante Ley publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 145 de 17 de diciembre de 2013, fue creada la Universidad de las Artes, como institución de educación superior de derecho público, sin fines de lucro, con personería jurídica propia, con autonomía académica, administrativa, financiera y orgánica, acorde a los principios establecidos en la Constitución de Montecristi y la Ley Orgánica de Educación Superior, cuyo objetivo primordial es la construcción de un nuevo modelo de formación y articulación social de profesionales del arte conscientes de las implicaciones de su práctica en los procesos políticos, sociales y económicos del contexto inmediato de su país y el mundo, con el fin de impulsar la producción artística nacional, la elevación y productividad del talento humano para contribuir a la realización del Buen Vivir en el marco de los mandatos populares de la Constitución de la República y el Plan Nacional de Desarrollo.

El 5 de diciembre de 2020 se llevó a cabo el proceso de elecciones de la Universidad de las Artes, declarando como ganadores al Dr. William Herrera Ríos, Rector; el PhD. Bradley Hilgert, Vicerrector Académico y la Dr. Olga López Betancur, Vicerrectora de Posgrado e Investigación en Artes, con el 92% de votos válidos y con la participación del 72,73% de padrón efectivo. Mediante resolución No. TETELETRABAJO-2020-023 de fecha 21 de diciembre de 2020 se resuelve la declaración de ganadores del proceso de elecciones de la Universidad de las Artes para Rector(a), Vicerrector(a) Académico(a) y Vicerrector(a) de Posgrado e Investigación en Artes para el periodo del 1 de enero de 2021 al 31 de diciembre de 2025, y del proceso de elecciones de la Universidad de las Artes como representantes académicos del Órgano Colegiado Superior, para el periodo del 1 de enero de 2021 al 31 de diciembre de 2023. Las primeras autoridades electas y los miembros del Órgano Colegiado iniciarán funciones



desde el 1 de enero de 2021 hasta el 31 de diciembre de 2025, lo cual se encuentra en las actas de declaratorias de ganadores de máximas autoridades de la Universidad de las Artes suscrito por el Presidente del Tribunal Electoral y el Secretario del 2 Tribunal Electoral de la Universidad de las Artes de fecha de 22 de diciembre de 2020, de acuerdo a los resultados del proceso de elecciones para máximas autoridades y miembros del Órgano Colegiado.

Mediante resolución RPC-SE-26-No.178-2020 EL CONSEJO DE EDUCACIÓN SUPERIOR RESUELVE: Artículo Único.- Aprobar la institucionalización de la Universidad de las Artes (UARTES) con base en el informe de pertinencia IG-DGUP-CES-12-43-2020, de 31 de diciembre de 2020, remitido por la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación y en consideración a que la Comisión Gestora, en cumplimiento a lo establecido en la Disposición Transitoria Primera de la Ley de Creación de la referida Universidad, cesa en sus funciones el 31 de diciembre de 2020.

El Reglamento a La Ley Orgánica De Educación Superior en el Art. 19 determina: Las instituciones de educación superior, en ejercicio de su autonomía administrativa y financiera serán las encargadas de realizar el proceso de admisión para los cupos que se encuentren disponibles en atención a la oferta académica de cada institución.

El acuerdo Nro. SENESCYT-2022-043, Artículo 15.- Difusión de la oferta de cupos. - La oferta de cupos será difundida y/o promocionada por las universidades y escuelas politécnicas públicas. El órgano rector de la política pública en educación superior supervisará que la oferta difundida y/o promocionada por las universidades y escuelas politécnicas públicas sea igual a la reportada por cada institución

3. JUSTIFICACIÓN

La Universidad de las Artes se rige por los principios de autonomía responsable, cogobierno, igualdad de oportunidades, calidad, pertinencia, integralidad y autodeterminación para la producción artística, el pensamiento y conocimiento definidos en la Ley Orgánica de Educación Superior.

Articula sus actividades y programas de enseñanza con los objetivos y metas del Plan Nacional de Desarrollo y las políticas nacionales de cultura y patrimonio, y las políticas, programas y proyectos de ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales.

Dentro de su visión busca ser referente internacional por la calidad, singularidad y pertinencia sociocultural de su oferta en formación artística, su producción y su fuerte vinculación con la comunidad a través de experiencias significativas de servicio-aprendizaje, investigación, creación, producción y difusión, y por ser garante del pleno ejercicio de los derechos culturales y la integración simbólica del Ecuador.

La Dirección de Comunicación de la Universidad de las Artes como parte de sus responsabilidades, atribuciones y como dependencia responsable del manejo de la imagen institucional se ve en la necesidad de contratar servicios de pauta servicios de pauta en redes sociales y medios tradicionales para promoción de la UArtes y sus actividades, para difundir la información y promociones de los programas académicos y actividades generales en medios tradicionales y en las diferentes redes sociales de la institución.



La UArtes ha incorporado nuevas plataformas y canales de comunicación en internet, debido a que las redes sociales se han convertido en un medio clave para la transmisión de información. En este sentido, las redes de la Universidad de las Artes necesitan conseguir un mayor alcance en sus publicaciones.

La Universidad de las Artes en su proceso de consolidación como instituto de educación superior tiene la necesidad de pautar en redes sociales, debido a que se han convertido en un medio clave de comunicación, y además brindan un impulso adicional para atraer interesados en estudiar en la UArtes. Las principales ventajas de usar anuncios en redes sociales son: Con poca inversión es posible un gran impacto en los clientes potenciales. Se tienen más audiencia para segmentar y encontrar un público objetivo, ya que se pueden crear campañas específicas dependiendo de datos demográficos y sociodemográficos, intereses, comportamientos, experiencia empresarial.

Además, las redes sociales ofrecen una mayor flexibilidad de formatos de anuncios. Puede ser visual, escrito, vídeos o anuncios de textos simples y la mayoría de ellos se muestran en los mismos espacios en que interactúan los usuarios, por lo que resulta más integrado y aceptado y mayor seguimiento mediante informes de cómo avanza la campaña publicitaria o las visitas recibidas. Esto ayudará a evaluar resultados y conocer a los seguidores más fieles, para poder hacer ajustes de configuración o mejorar en campañas futuras.

Con el fin de que todas las programaciones e imagen institucional de la UArtes publicadas en las redes tengan mayor efecto en la esfera cultura y social en la ciudad, es necesario difundirlas, mediante una gestión de pauta digital que permita generar una correcta promoción comunicacional, así cumplir con lo determinado en la Ley Orgánica de Educación Superior sobre la responsabilidad de cada institución superior en la responsabilidad de difundir la oferta académica.

Con el fin de lograr llegar a un público más amplio que pueda acceder a las ofertas académicas y culturales que ofrece la Universidad de las Artes, como por ejemplo los cursos de Educación Continua, se requiere la publicación en medios digitales y tradicionales.

4. OBJETIVOS

Objetivo general

Promocionar y difundir la oferta académica, artística y cultural que ofrece la Universidad de las Artes a los respectivos públicos de interés.

Objetivos específicos

- Promocionar la oferta de pregrado y posgrado desde las redes sociales y medios tradicionales.
- Difundir por medio de redes sociales y medios tradicionales los cursos de Educación Continua y más programas institucionales de la Universidad de las Artes.
- Lograr obtener más seguidores en las diferentes redes de la Universidad de las Artes y llegar a nuevos públicos a través de la publicidad en redes.
- Lograr llegar a una mayor audiencia la difusión de las actividades artísticas y culturales de la Universidad de las Artes
- Establecer una base de datos de posibles interesados en nuestra oferta académica.



5. ALCANCE

La presente contratación tiene como objetivo promocionar y difundir las ofertas académicas, artísticas y culturales que ofrece la Universidad de las Artes a los respectivos públicos de interés. En cuanto a la oferta académica: poder llegar a una cantidad mayor de interesados que puedan aplicar al proceso de admisión de pregrado y posgrado y los cursos de Educación Continua. En cuanto a la oferta artística y cultural: llegar a una cantidad mayor de personas sobre las actividades que realiza la UArtes, MZ14 y la Biblioteca de las Artes.

6. MODALIDAD DE CONTRATACIÓN

La modalidad de contratación será por subasta inversa, conforme lo determina el Reglamento a la SERCOP.

7. CPC DE CONTRATACIÓN

El CPC para la presente contratación es 836100011 “SERVICIOS DE PLANIFICACION, CREACION Y EJECUCION DE LA TOTALIDAD O DE PARTE DE LAS CAMPANAS DE PUBLICIDAD, INCLUIDA LA SELECCION DE LOS MEDIOS DE INFORMACION QUE SE VAN A UTILIZAR, EL DISENO DE ANUNCIOS, ILUSTRACIONES, CARTELES, ETC”

8. METODOLOGÍA DE TRABAJO

Posterior a la firma del contrato se realizará una reunión con el proveedor para definir una campaña en redes sociales y medios tradicionales para las diferentes cuentas de la Universidad de las Artes: Posgrado, Admisiones, Educación Continua, Biblioteca de las Artes, MZ14, UArtes y demás redes institucionales acorde al cronograma presentado en los productos y servicios esperados.

Se realizará seguimiento mensual o por cierre de campañas publicitarias, con su respectivo informe que detallará las publicaciones realizadas y la inversión de pauta en los diferentes medios conforme lo indica los productos y servicios esperados.

La comunicación entre el proveedor y contratista será por medios telemáticos o presencial, conforme lo determine la entidad contratante.

El Departamento de Comunicación proveerá con los insumos necesarios para la realización de artes, videos y demás elementos visuales que necesite el proveedor para el correcto desempeño del contrato.

9. INFORMACIÓN QUE DISPONE LA ENTIDAD

La Universidad de las Artes a través del administrador del contrato proporcionará al proveedor lo siguiente:

- El envío, verificación y corrección de los diferentes artes a utilizar.



- Elementos gráficos, tipográficos, fotográficos, audiovisuales, etc. que sean necesarios para la elaboración de materiales para su difusión, para que el proveedor construya las piezas gráficas y las pautas en los diferentes medios digitales y tradicionales.
- Acceso a las diferentes redes sociales que son parte de la UArtes.

10. PRODUCTOS Y SERVICIOS ESPERADOS

Cantidad	Descripción	Especificaciones	ITEM
1000	Diseño de piezas gráficas audiovisuales y gestión/monitoreo de anuncios para pauta digital.	<p>- Diseño de piezas gráficas audiovisuales y gestión/monitoreo de anuncios para pauta digital.</p> <p>-Cuenta UArtes -Cuenta Posgrado -Educación continua - Biblioteca - Radio UArtes - Mz14, y demás cuentas institucionales. Se priorizará los eventos hitos del calendario académico institucional.</p> <p>Nota: De las piezas gráficas se destinará 120 anuncios mínimos para redes sociales en las diferentes cuentas institucionales.</p> <p>Se contará como pieza el arte final aprobado por la entidad contratante mediante medios telemáticos. (No se contará el número de cambios ejercicios en una pieza gráfica). Solo se contará por pieza gráfica el arte final, no las adaptaciones que las redes sociales solicitan.</p> <p>En piezas gráficas el proveedor deberá responder máximo 24 horas desde la solicitud. En piezas audiovisuales serán otorgada por el proveedor hasta 48 horas o</p>	1



		conforme lo determine la entidad contratante.	
120	Servicio de anuncios y pauta en redes sociales	Incluye, estrategia de administración de presupuesto para anuncios en redes, para lo cual deberá destinarse mínimo 30 % del presupuesto del ítem 1.	2
100	Circulación de oferta académica y agenda institucional	Circulación de pauta digital y tradicional en establecimientos relacionados a la educación superior, arte y cultura. Conforme lo determine la entidad contratante. Mínimo 100.	3
2	Medios de publicación en medios escritos	Publicaciones de media página, para medios de circulación masiva para los concursos de méritos y oposición de la Universidad de las Artes. Conforme lo determina el artículo 152 de la Ley Orgánica de Educación superior.	4
40	Menciones mensuales.	Una mención diaria en radio para oferta de grado y posgrado. En radio con programas relacionados al arte y cultura. Previo a cada proceso de admisión. Duración dos meses.	5
24	Cuñas	3 cuñas semanales en radios para oferta de grado y posgrado. En radio con programas relacionados al arte y cultura. Previo a cada	6



		proceso de admisión. Duración dos meses.	
4	Promoción en pantallas Malecón y otras	Publicación tótems leds ubicados en el malecón 200, previo a cada periodo de admisión solicitado por la entidad contratante. En ambas se evidenciará grado y posgrado.	7
1	Publicación de publicidad en pantalla de cine	1 publicación de publicidad en pantalla de cine comercial de toda la oferta académica.	8

11. PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución de la presente contratación será de 300 días contados desde la notificación de disponibilidad del anticipo.

12. PRESUPUESTO REFERENCIAL

Conforme lo establecido en el Art. 130 numeral 5 del Reglamento General será visible de acuerdo lo establecido en el Informe de Determinación de Presupuesto.

13. FORMA Y CONDICIONES DE PAGO

La forma de pago será de la siguiente manera:

Se cancelará el 50% de anticipo del valor del contrato. Posteriormente se realizará un 2do pago contabilizando los productos recibidos previo al cierre del años fiscal del año 2023 el cual será cancelado con informe de satisfacción parcial del contrato, acta de entrega recepción parcial y la factura correspondiente por parte del contratista. El monto restante se cancelará por todos los productos restantes con informe de satisfacción definitiva del contrato y con acta de entrega recepción definitiva y la factura correspondiente por parte del CONTRATISTA.



14. LUGAR DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO O ENTREGA DE LOS BIENES

La prestación de servicios se dará en las instalaciones de Universidad de las Artes: 10 de agosto y Boyacá, se usarán los recursos telemáticos para la ejecución de los servicios.

15. VALOR DE LOS PLIEGOS

Para esta contratación el pliego está disponible, sin ningún costo, en el Portal Institucional, del SERCOP www.compraspublicas.gob.ec; el oferente que resulte adjudicado, una vez recibida la notificación de la adjudicación, no pagará a la Universidad de las Artes ningún valor, de conformidad con lo previsto en el inciso 4 del artículo 31 de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública –LOSNCP.

16. LUGAR DE ENTREGA DE LA OFERTA

El oferente deberá revisar la información establecida en los términos de referencia y condiciones particulares de los pliegos, lo que le servirá para identificar la documentación complementaria que deberá presentar para acreditar los requisitos mínimos solicitados y demás condiciones de participación. En atención a las modificaciones presentadas a los formularios 1.1 PRESENTACIÓN Y COMPROMISO; y 1.3 NÓMINA DE SOCIOS Y ACIONISTAS; en la oferta que arroja el Módulo facilitar MFC de acuerdo a Resolución Externa Nro. RE-SERCOP2020-00000110 de fecha 21 de septiembre de 2020. Se solicita a los oferentes presentar dichos formularios actualizados como anexos a la oferta. De acuerdo a los lineamientos establecidos por el ente rector de las contrataciones públicas SERCOP mediante oficio circular Nro.SERCOP-SERCOP-2020-0022-C de fecha 27 de octubre de 2020, la oferta técnica se receptorá a través del Portal de Compras Públicas SOCE (Obligatorio).

17. VIGENCIA DE LA OFERTA

De acuerdo a lo establecido en el artículo 30 de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública, las ofertas estarán vigentes por 30 días.

18. OBLIGACIONES DE LAS PARTES:

18.1. OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA

- Realización de piezas gráficas y audiovisuales para el pautaje y realización de medios digitales y tradicionales, para la oferta académica de la Universidad de las Artes, grado y posgrado y demás campañas comunicacionales se encuentren establecidos en el apartado de los productos esperados por la Universidad de las Artes.
- Cumplir los plazos establecidos para la ejecución del servicio, estipulado por el administrador del contrato.
- Asistir a las reuniones telemáticas o presenciales, conforme lo determine la entidad contratante.
- Cumplir con la calidad de diseño esperado en las piezas gráficas y audiovisuales, por la entidad contratante.



- Entregar demostraciones y prototipos digitales previo a publicación de las pautas en medios tradicionales y digitales, y publicarlos mediante la confirmación del administrador del contrato.
- Entregar reporte de resultados por campañas promocionales establecidos por los medios digitales.
- La Universidad de las Artes, no asume relaciones u obligaciones laborales con las personas que trabajen en el objeto de esta contratación.

18.2. OBLIGACIONES DEL CONTRATANTE

- Entregar al proveedor los logos y la guía de aplicación rápida de los logos institucionales de la Universidad de las Artes vía correo electrónico en el programa Adobe Illustrator, para que el proveedor pueda realizar los diseños y los artes.
- Realizar el pago una vez que los servicios se hayan recibido a entera satisfacción por parte de el/la Administrador/a del Contrato, y se haya suscrito el acta de entrega recepción parcial y/o definitiva.
- Dar atención o solución a peticiones y/o problemas en hasta 73 días hábiles
- La entidad contratante podrá celebrar contratos complementarios en 15 días término a partir de la decisión de la máxima autoridad.
- Suscribir el acta de entrega recepción definitiva, siempre que se haya cumplido con lo previsto en la ley para la entrega recepción; y, en general, cumplir con las obligaciones derivadas del contrato.

19. ADMINISTRADOR DEL CONTRATO

El administrador del contrato será la Analista 1 de Community Manager de la Universidad.

20. DELEGADO TÉCNICO O COMISIÓN TÉCNICA SEGÚN EL CASO.

El delegado técnico será el Analista 3 Webmaster.

21. GARANTÍAS

El Contratista deberá presentar las garantías prevista en los artículos de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública-Garantía de buen uso de anticipo El proveedor una vez que haya suscrito el Contrato deberá remitir a favor de UNIVERSIDAD DE LAS ARTES - Garantía Técnica Se presentará en la oferta una carta de garantía técnica de calidad por cada uno de los ítems ofertados y garantizará la reposición de los ítems en el caso que alguno presentase fallas, por el lapso de 12 meses.

22. MULTAS

SI el CONTRATISTA incumple con la prestación del servicio en el tiempo establecido en el contrato, la Universidad de las Artes le aplicará una multa equivalente al 1x1000 del valor de cada servicio incumplido y por cada día de retraso de acuerdo a lo requerido y publicado.



Así mismo, se aplicará una multa del 1x1000 por cada incumplimiento a las especificaciones técnicas establecidas en el numeral 10 de este documento.

Cuando el valor de las multas supere el 5% del valor del contrato se entenderá como incumplimiento por parte del CONTRATISTA y se dará por terminado el contrato de manera unilateral de conformidad con lo establecido en la Ley Orgánica del Sistema de Contratación Pública y su Reglamento General.

23. PARÁMETROS Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

Integridad de la oferta: La integridad de las ofertas se evaluará considerando la presentación de los Formularios de la oferta y requisitos mínimos previstos en el pliego. Para la verificación del cumplimiento de los requisitos mínimos se utilizará la metodología “CUMPLE O NO CUMPLE”.

Evaluación de las ofertas (cumple/no cumple): Los parámetros de calificación propuestos a continuación, son las condiciones mínimas que deberá cumplir la oferta.

24. REQUISITOS MÍNIMOS:

24.1. EQUIPO MÍNIMO

El oferente deberá presentar factura de compra, compromiso de alquiler o cualquier documento que demuestre la disponibilidad de los equipos detallados.

No.	Equipos y/o instrumentos	Cantidad	Características
1	Computadora y software de diseño gráfico	1	Que cumpla los estándares de la industria para el diseño gráfico y software de composición tipográfica
2	Teléfono celular	1	De uso exclusivo para contactar al agente de cuenta, fuera de los horarios de oficina.

24.2. PERSONAL TÉCNICO MÍNIMO

No.	Función	Nivel de estudio	Titulación académica	Cantidad
1	Ejecutivo (a) de cuenta	TERCER NIVEL TERMINADO	Ingeniero, Tecnólogo o Licenciado en Administración, Comercial, Negocios, Marketing, humanidades, Comunicación o afines	1



2	Diseñador (a) gráfica	TERCER NIVEL TERMINADO	Tecnólogo o Licenciado en Diseño gráfico, Marketing, humanidades, Comunicación o afines	1
---	-----------------------	------------------------	---	---

EXPERIENCIA MÍNIMA DEL PERSONAL TÉCNICO

Función	Descripción de la experiencia	Tiempo	Número de proyectos	Montos de Proyectos
Ejecutivo (a) de cuenta	Experiencia en atención al cliente en publicidad. Deberá presentar certificados, y/o contrato, y/o facturas o actas de entrega recepción definitiva, que demuestre su participación en al menos un proyecto para empresas públicas y/o privadas, en los últimos tres años, en los que haya participado por montos que sumados den USD \$ 1.498,00	3 años	1	\$ 1.498,00
Diseñador (a) gráfica	Experiencia en diseño digital. Deberá presentar certificados, y/o contrato, y/o facturas o actas de entrega recepción definitiva, que demuestre su participación en al menos un proyecto para empresas públicas y/o privadas, en los últimos tres años, en los que haya participado por montos que sumados den USD \$ 1.498,00	3 años	1	\$ 1.498,00

25. FORMA DE CALIFICACIÓN.

Para acreditar las experiencias obtenidas con entidades del Sector Público se deberá presentar copias legible (no documentos escaneados, fotos o imágenes) de contratos o actas de entrega recepción provisional o definitiva que indiquen el tiempo de ejecución y monto contratado; para acreditar la experiencia con el sector privado se deberá presentar copia legible (no documentos escaneados, fotos o imágenes) de contrato de los trabajos realizados, en caso de no tener contrato se deberá presentar un certificado firmado y sellado que indiquen el tiempo de ejecución y monto contratado con número de contacto y correo de quien lo emite para su verificación; la experiencia será acreditable y aceptada, siempre que se haya ejecutado legalmente dentro del límite de cualquier jurisdicción ecuatoriana.

Estas condiciones no estarán sujetas al número de contratos o instrumentos presentados por el oferente para acreditar la experiencia mínima general o específica requerida, sino, al cumplimiento de estas condiciones en relación a los montos mínimos requeridos para cada tipo de experiencia.



26. INDICES FINANCIEROS

Índice de solvencia, endeudamiento, otro índice resuelto por la entidad.

ÍNDICE	INDICADOR SOLICITADO	OBSERVACIONES
SOLVENCIA	Mayor o igual a 1,00	
ENDEUDAMIENTO	Menor a 1,50	

Los factores para el cálculo de los índices financieros estarán respaldados con la Declaración de Impuesto a la Renta del ejercicio fiscal correspondiente y/o los balances presentados al órgano de control respectivo.

Guayaquil, 13 de julio de 2023

Elaborado y aprobado por:

Susan Romero
Directora de Comunicación.