

**AUTORIZA TRATO DIRECTO PARA LA
ADQUISICIÓN DE SERVICIOS
PROMOCIONALES PARA EL PROYECTO
ESPECÍFICO DE DOCENCIA Y DIFUSIÓN
DIGITAL DE LOS PROGRAMAS ACADÉMICOS
DE PRE Y POSTGRADO**

RESOLUCIÓN EXENTA N° 296-C

Santiago, 27 de diciembre de 2021

VISTOS: Lo dispuesto en el D.F.L. N° 3 de 2006, del Ministerio de Educación, que aprueba el Texto refundido, coordinado y sistematizado de los Estatutos de la Universidad de Chile; la Ley 19.886 y el Decreto Supremo N° 250, de 2004, del Ministerio de Hacienda, que establece el Reglamento de Compras Públicas; las Resoluciones 7 y 8, de 2019, de la Contraloría General de la República; Decretos Universitarios SAIPER-TRA 309/1456/2018, 309/1706/2018 y 309/703/2019; y el D.U. N° 666, de 2021; y,

CONSIDERANDO:

1. Que, la Ley de Bases sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios, establece reglas de transparencia y procedimientos para las compras y contrataciones públicas;
2. Que, la unidad de compras, Dirección de Extensión y Vinculación con el Medio, dependiente de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Chile, tiene la necesidad de generar la adquisición denominada **“Adquisición de servicios promocionales para la Difusión Digital de los Programas Académicos de Postgrado, y su subdirección de Educación Continua, la unidad de Educación Profesional, la Escuela de Pregrado y sus tres carreras, y la Escuela Nocturna para Obreros de la Construcción”**;
3. Que, los servicios requeridos consisten en la gestión de publicidad en canales digitales, particularmente en las plataformas de Facebook Ads, Instagram Ads, YouTube, Google Ads, a través de Search (red de búsqueda) y Display (banners en sitios asociados). Uno de los principales activos que buscamos con este tipo de campañas es la captura de leads, o prospectos (potenciales clientes), para construir una base de datos de alta calidad que nos permita exponer nuestra oferta de manera extremadamente precisa, facilitando la venta de programas y el aseguramiento de los respectivos pagos de matrículas;
4. Que, dado que CONVIERTA S.A, RUT. 76.158.055-8, agencia que presta servicios en la actualidad para esta Facultad y que fuese contratada vía Convenio Marco en su oportunidad, crea sitios especiales donde los interesados buscan información, tienen la capacidad de optimizar los canales de venta para gestionar de manera más eficiente los presupuestos asignados, bajando costes por gastos publicitarios para reasignarlos a los programas de estudios que requieran más difusión. Además, gracias a las facilidades que entregan las plataformas de publicidad en línea, pueden llevar un seguimiento preciso de cada visitante, entregándonos datos que podemos cruzar para conocer con precisión la cantidad de matrículas obtenidas por estos medios;
5. Que, si bien existen otras agencias digitales en el mercado, nuestra experiencia con aquéllas no ha sido óptima, principalmente porque no han conseguido entregarnos datos correctamente segmentados, ni reportes detallados de la optimización de campañas, ni tampoco la capacidad de responder con rapidez a consultas o cambios urgentes. Es aquí donde destacamos el trabajo de Convierta S.A., cuya gestión nos ha permitido identificar con claridad el retorno de la inversión con un aumento de ingresos del 23% el año 2020 al 28% para el año 2021, dato que nos permite mirar con optimismo una nueva contratación de estos servicios para el periodo 2022. Y como dato concreto y relevante, es posible determinar que un 20% del total de los ingresos recibidos corresponden a contactos que llegaron a través de Convierta;
6. Que, un punto importante a mencionar es que esta misma empresa, CONVIERTA S.A, RUT. 76.158.055-8, en su cartera de clientes cuenta con otras unidades de la Universidad de Chile, como la Facultad de Economía y Negocios, en la unidad de Diplomas de Postítulo U Negocios, con excelentes resultados. Por

lo tanto, conoce bastante bien la cultura de la Universidad de Chile y su funcionamiento, sumado a la experiencia ganada en marketing para instituciones de educación superior. Además, la agencia presta servicios a otras instituciones destacadas, como Mutual de Seguridad, Invest Chile, entre otros. Asimismo, sus buenos resultados los han convertido en una agencia con la certificación Google Premier Partner, la más alta para agencias socias de Google, quienes ratifican la expertise y rendimientos obtenidos por las agencias de este tipo;

7. Que, el área a cargo de contratar los servicios expuestos en el Considerando 2° a inicios del año 2021, cursadas en su oportunidad vía Convenio Marco, órdenes de compra ID 5756-4-CM21 e ID 5756-6-CM21, respectivamente, procedió a revisar el catálogo de bienes y servicios ofrecidos en el Sistema de Información Mercado Público en esta misma modalidad, encontrándose que los servicios ya no se encontraban disponibles;
8. Que, en cumplimiento de la normativa vigente, se deja constancia que, efectuadas las búsquedas respectivas, se ha constatado que el equipamiento requerido efectivamente no se encuentra disponible en los catálogos electrónicos de convenio marco de la plataforma www.mercadopublico.cl de la Dirección de Compras y Contratación Pública, de acuerdo a lo prescrito en el artículo 14 del Reglamento de la Ley N°19.886, contenido en el Decreto Supremo N°250 de 2004, del Ministerio de Hacienda;
9. Que, en cuanto al requisito mencionado en el considerando 2°, la Unidad de Adquisiciones certifica que el servicio no se encuentra disponible en el catálogo electrónico dispuesto por la Dirección de Compras y Contratación Pública www.mercadopublico.cl;
10. Que, para nuestra Facultad, licitar el proceso anteriormente destacado podría implicar el desarmar mecánicas de trabajo que están funcionando de excelente modo en el presente, obligándonos a adaptar nuevas herramientas tecnológicas que actualmente se encuentran resueltas y entregando los resultados esperados, considerando, además, que gran parte de nuestro trabajo ya se realiza con la suite integrada de Google Workspace. Por los resultados ya obtenidos, tiempos comprometidos, y las proyecciones de ingresos que hemos realizado, consideramos del todo necesario seguir contando con los servicios de la agencia de publicidad Convierta S.A., entendiendo esta inversión como un excelente instrumento para publicar nuestros Programas Académicos, asegurándonos de este modo, un excelente retorno de ingresos acorde a lo esperado;
11. Que, en cuanto a los requisitos y especificaciones expuestos ampliamente en los Considerandos anteriores, se estima que el procedimiento de licitación pública pone en riesgo el objeto y la eficacia de esta contratación, ya que concurre una de las circunstancias excepcionales que son listadas en el literal e) del artículo 4 de la Resolución Exenta N°01150, en este caso: "11) Adquisición de bienes o contratación de servicios que, por su complejidad o especificidad, o por sus estándares de calidad o seguridad, hagan ineficiente el mecanismo de licitación pública".
12. Que, es del todo imperante recibir este servicio desde el mes de enero del año 2022, con la totalidad de sus prestaciones; promociones y difusiones que se requieren para los procesos de postulación de sus áreas de Escuela de Postgrado, y su subdirección de Educación Continua, la unidad de Educación Profesional, la Escuela de Pregrado y sus tres carreras, y la Escuela Nocturna para Obreros de la Construcción;
13. Que, debido a lo exiguo de los plazos disponibles para renovar este servicio, con fecha límite el día 30 de diciembre del presente año y, además, siendo de extrema necesidad mantener las atenciones alcanzadas con el proveedor involucrado, asentando un riesgo el no contar con las mismas para la cobertura real obtenida ya en periodos anteriores para la Facultad, y por razones de buen servicio, las obligaciones de esta contratación podrán prestarse con anterioridad a la total tramitación de la resolución respectiva, no obstante que su pago está condicionado a la total tramitación de esta resolución aprobatoria. Lo expuesto, en concordancia a lo dictaminado por la Contraloría General de la República en su dictamen N.º 14.362, de fecha 2 de abril de 2008, que permite estas modalidades;
14. Que, de acuerdo a lo anterior se procedió a solicitar una cotización para la compra en cuestión: "**Adquisición de servicios promocionales para la Difusión Digital de los Programas Académicos de Postgrado, y su subdirección de Educación Continua, la unidad de Educación Profesional, la Escuela de Pregrado y sus tres carreras, y la Escuela Nocturna para Obreros de la Construcción**", recibiendo por parte del

proveedor CONVIERTA S.A, RUT. 76.158.055-8, una propuesta en la que contempla un fee (monto mensual), por servicio de agencia por un monto de \$10.800.000.- (diez millones ochocientos mil pesos), exento de impuestos, y un total por inversión en medios por un monto de \$19.200.000.- (diecinueve millones doscientos mil pesos), impuestos incluidos, por el total del servicio requerido para el año 2022;

15. Que, en virtud de lo expuesto, se ha determinado contratar a la agencia de publicidad **CONVIERTA S.A, RUT. 76.158.055-8**, a través de la modalidad excepcional de contratación directa y/o trato directo, siendo aplicable lo dispuesto en el artículo 38 de la Ley N.º 21.094, sobre Universidades Estatales, en relación con el artículo 10 N.º 7, letra K), del Reglamento de la Ley N.º 19.886, contenido en el Decreto Supremo N.º 250 de 2004, del Ministerio de Hacienda, que permite recurrir a la modalidad de trato directo “(...) cuando se trate de la **compra de bienes o la contratación de servicios**, incluida la contratación de créditos, que se requieran para la **implementación de actividades** o la ejecución de proyectos de **gestión institucional**, de docencia, de investigación, de creación artística, de innovación, de extensión o de vinculación con el medio de dichas instituciones, **en que la utilización del procedimiento de licitación pública ponga en riesgo la oportunidad, la finalidad o la eficacia de la respectiva actividad o proyecto**”;
16. Que, según el artículo 9º, del texto actualizado y refundido de la Ley Orgánica Constitucional de Bases de la Administración del Estado, establece que los contratos administrativos se celebrarán previa propuesta pública, en conformidad a la ley. Agrega, en lo que interesa, que la licitación privada procederá, en su caso, previa Resolución fundada que así lo disponga, salvo que por la naturaleza de la negociación corresponda acudir al trato directo;
17. Que, en virtud del artículo 1º, de la Resolución Exenta N.º 01150, de Rectoría, del 19 de octubre de 2021, las distintas unidades de compra de la Universidad de Chile, a través de sus autoridades competentes, podrán celebrar contratos de suministro y prestación de servicios, previa licitación privada o trato directo, en virtud de las causales señaladas en el artículo 38 de la Ley N.º 21.094, o en el artículo 10, literal k), del Decreto Supremo N.º 250, de 2004, del Ministerio de Hacienda, y previa certificación de la concurrencia de las circunstancias establecidas en el artículo 2º de este reglamento, Podrá acudirse a la licitación privada o trato directo, en el caso contemplado en el artículo 38 de la Ley N.º 21.094, cuando se acredite que concurren las siguientes circunstancias copulativas: a) **“Que se requiera la compra de bienes o servicios**, incluida la contratación de créditos, **para la implementación de actividades** o la ejecución de proyectos para proyectos específicos o singulares”; b) **“Que las actividades o proyectos están relacionados con la gestión institucional**, docencia, investigación, creación artística, innovación, extensión o vinculación con el medio”; c) **“Que los bienes o servicios requeridos no se encuentren en el catálogo de convenios marco vigente que hayan sido adjudicados por la Dirección de Compra y Contratación Pública**”; d) **“Que, en estos casos, el procedimiento de licitación pública pueda poner en riesgo el objeto y la eficacia del proyecto específico de que se trata**”; y e) **“Que concurre cualquiera de las circunstancias excepcionales que son listadas en el literal e) del artículo 3º. “Que, en estos casos, el procedimiento de licitación pública pueda poner en riesgo el objeto y la eficacia del proyecto específico de que se trata”**;
18. Que, de acuerdo al artículo 38 de la Ley N.º 21.094 y a lo dispuesto en la Resolución Exenta N.º 01150, de 19 de octubre de 2021, podrá acudirse a la licitación privada o trato directo cuando se acredite que concurren las siguientes circunstancias copulativas: a) Que se requiera la compra de bienes o servicios, incluida la contratación de créditos, para la implementación de actividades o la ejecución de proyectos para proyectos específicos o singulares; b) Que las actividades o proyectos estén relacionados con la gestión institucional, docencia, investigación, creación artística, innovación, extensión o vinculación con el medio; c) Que los bienes o servicios requeridos no se encuentren en el catálogo de convenios marco vigente que hayan sido adjudicados por la Dirección de Compra y Contratación Pública; d) Que, en estos casos, el procedimiento de licitación pública pueda poner en riesgo el objeto y la eficacia del proyecto específico de que se trata; y e) Que concurre cualquiera de las circunstancias excepcionales que son listadas en el literal e) del artículo 3 de la Resolución Exenta N.º 01150;
19. Que, de acuerdo a lo anteriormente expuesto, el Director de Extensión y Vinculación con el Medio de esta Facultad, Prof. Alberto Texido Zlatar, según carta de fecha 27 de diciembre de 2021, fundamenta que ha estimado imprescindible que la agencia de publicidad CONVIERTA S.A, RUT. 76.158.055-8, sea la responsable de suministrar el servicio indicado, teniendo presente la existencia de pocas empresas del rubro con una propuesta que cuente con la experiencia, capacidad de gestión y disposición para resolver requerimientos de nuestra facultad;
20. Que, según Decreto Exento N.º 0036156, de fecha 30 de noviembre de 2021, artículo 2º, Por razones de buen servicio, el presente acto administrativo surtirá efecto a contar de la fecha de su dictación, sin esperar

su total tramitación, en conformidad a lo dispuesto por el artículo 28 del D.U. N°448, de 1975, que aprueba el Reglamento Orgánico de la Contraloría de la Universidad de Chile; “Los actos de las autoridades o Jefaturas de Servicios sujetas al control de legalidad en la Contraloría de la Universidad de Chile no podrán ejecutarse, ni producirán efecto alguno, mientras no se cumpla dicho trámite. Sin embargo, los actos que perderían su oportunidad si no se aplicarían inmediatamente podrán ejecutarse antes de ser sometidos al control preventivo de legitimidad, siempre que así se disponga expresamente en la propia acto; quedando la autoridad o Jefatura de Servicio que la haya dictado, responsable de sus efectos ante la Universidad y ante terceros; pero esta disposición no podrá extenderse a otros actos que aquellos exentos del trámite de control de legalidad en la Contraloría General de la República”;

21. Que, según consta en documento adjunto, extraído del Registro Electrónico Oficial de proveedores del Estado, www.chileproveedores.cl, el proveedor se encuentra inscrito y hábil para contratar con el Estado;
22. Que, se cuenta con la Declaración Jurada firmada por el representante legal de CONVIERTA S.A, RUT. 76.158.055-8;
23. Que, en conformidad a lo establecido en el inciso final del artículo 8 de la Ley 19.886, de Compras Públicas, y su Reglamento, no es menester contar con tres cotizaciones para efectuar la contratación descrita en la presente resolución; y,
24. Que, la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Chile cuenta con los fondos necesarios para proceder con la contratación requerida;

RESUELVO:

1. **Apruébense** los siguientes Requerimientos que regulan la referida contratación y que pasan a formar parte integrante de la presente Resolución:

**REQUERIMIENTOS DE BIENES Y/O SERVICIOS
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO DE LA UNIVERSIDAD DE CHILE**

TRATO DIRECTO PARA LA CONTRATACION DEL SERVICIO “ADQUISICIÓN DE SERVICIOS PROMOCIONALES PARA LA DIFUSIÓN DIGITAL DE LOS PROGRAMAS ACADÉMICOS DE POSTGRADO, Y SU SUBDIRECCIÓN DE EDUCACIÓN CONTINUA, LA UNIDAD DE EDUCACIÓN PROFESIONAL, LA ESCUELA DE PREGRADO Y SUS TRES CARRERAS, Y LA ESCUELA NOCTURNA PARA OBREROS DE LA CONSTRUCCIÓN”

Causal de Trato Directo:

La Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Chile requiere contratar el servicio de “Adquisición de servicios promocionales para la Difusión Digital de los Programas Académicos de Postgrado, y su subdirección de Educación Continua, la unidad de Educación Profesional, la Escuela de Pregrado y sus tres carreras, y la Escuela Nocturna para Obreros de la Construcción”, En razón de lo anterior se solicitó al proveedor CONVIERTA S.A, RUT. 76.158.055-8, una cotización por los bienes o servicios requeridos, y una vez recibida la cotización en cuestión quedó de manifiesto que ofrece y mantiene la totalidad de los servicios que esta Facultad requiere, además, permite mantener mecánicas de trabajo que están funcionando de excelente modo en el presente. Por los resultados ya obtenidos, tiempos comprometidos, y las proyecciones de ingresos que hemos realizado, consideramos del todo necesario seguir contando con los servicios de la agencia de publicidad Convierta S.A., entendiendo esta inversión como un excelente instrumento para publicar nuestros Programas Académicos, asegurándonos de este modo, un excelente retorno de ingresos acorde a lo esperado.

El Proveedor con quien se estima efectuar esta contratación es CONVIERTA S.A, RUT. 76.158.055-8, se encuentra hábil para contratar con el Estado según consta en el Registro de Proveedores de la Dirección de Compras y Contratación Pública.

II.- TÉRMINOS DE LA CONTRATACIÓN

1) Proveedor y Servicios.

La Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Chile, en adelante la Facultad, requiere contratar a CONVIERTA S.A, RUT. 76.158.055-8, en adelante el Proveedor, domiciliado en Alfredo Barros Errázuriz 1954, oficina 1304, Providencia, los siguientes servicios y objetivos;

- Objetivo: Maximizar la cantidad de postulaciones online para sus programas de Educación Profesional, Postgrado, Pregrado y ENOC.
- Estrategia en medios digitales:
 - **Google Ads:** Campaña en la red de búsqueda de Google con palabras clave relacionadas a los términos de búsqueda que usan los potenciales clientes para buscar cursos y diplomados relacionados a las áreas de conocimiento disponible.
 - **Facebook:** Campaña de anuncios en Facebook e Instagram con el objetivo de dar a conocer los cursos y diplomados entre potenciales clientes segmentados geográficamente y por intereses. También incluye campaña de captación de leads directamente desde formularios de Facebook.
 - **Landing Page:** Creación de páginas de campaña con formularios de contacto y con contenidos relevantes que permitan comunicar la propuesta de valor de los programas y diferenciarlo de la competencia, maximizando la tasa de conversión de las campañas. *Incluye 8 landing máximo activas al mes (3 Educación Profesional, 3 Postgrado, 1 ENOC y 1 Pregrado).
- Automatización: Se conectará mediante API los contactos generados desde los anuncios de Facebook, sitio web y landing page para que por un lado queden guardados todos juntos en una planilla de Google y por el otro se les envíe automáticamente un correo electrónico de respuesta que dé inicio al proceso comercial de venta. Además de integrar los contactos generados por las campañas con el CRM que use el cliente.
- Analítica Web: Se integra el sitio web con Google Tag Manager para instalar los códigos de seguimiento necesarios para analizar el tráfico del sitio y los objetivos relevantes de las campañas en Google Analytics. Es fundamental tener esto antes de lanzar las campañas para poder tomar decisiones en base a resultados.
- Asesoría en Optimización: Asesoría permanente en la optimización del sitio Web:
 - Reporte online en tiempo real en Google Data Studio con los KPI más relevantes de las campañas activas y del tráfico en el landing page / sitio web.
 - Reuniones mensuales online con equipo de la agencia.
 - Ejecutivo SEM encargado de la cuenta.

El monto o gasto total estimado de la presente adquisición asciende a la suma de \$30.000.000.- (treinta millones de pesos), una propuesta en la que contempla un fee de servicio de agencia por un monto de \$10.800.000.- (diez millones ochocientos mil pesos), exento de impuestos y un total de inversión en medios por un monto de \$19.200.000.- (diecinueve millones doscientos mil pesos), impuestos incluidos.

2) Monto total de la contratación y pago

El monto o gasto total estimado de la presente adquisición asciende a la suma de una propuesta en la que contempla un fee de servicio de agencia por un monto de \$10.800.000.- (diez millones ochocientos mil pesos), exento de impuestos, y un total de inversión en medios por un monto de \$19.200.000.- (diecinueve millones doscientos mil pesos), impuestos incluidos.

El pago del valor de los servicios indicados precedentemente se efectuará de la manera que a continuación se indica, por un total de \$30.000.000.- (treinta millones de pesos), desglosados de la siguiente manera: Fee de servicio de agencia por un monto de \$10.800.000.- (diez millones ochocientos mil pesos), exento de impuestos, y a pagar en 12 mensualidades, y un total de inversión en medios por un monto de \$19.200.000.- (diecinueve millones doscientos mil pesos), impuestos incluidos, y a pagar en 12 mensualidades, al siguiente proveedor: CONVIERTA S.A, RUT. 76.158.055-8, a fin de formalizar la adquisición, conforme con lo dispuesto en el artículo 63 del Decreto Supremo N° 250, de 2004, del Ministerio de Hacienda. En todo caso no se efectuará pago alguno mientras no se encuentre totalmente tramitado el acto administrativo que autorice la presente contratación.

Para los efectos del pago el Proveedor deberá enviar la factura electrónicamente correspondiente al monto a pagar, en formato XML al correo electrónico dte.cl@invoicing.signature-cloud.com, la cual deberá indicar, además de las menciones tributarias, el número de la correspondiente orden de compra y, si corresponde, los datos de lote, partida y fecha de vencimiento.

La Facultad no responderá de modo alguno por solicitud de servicios sin orden de compra, ni por entrega de servicios en otras Unidades o Servicios diferentes a los indicados en los presentes Requerimientos de Bienes y/o Servicios.

En el evento que el Proveedor registre saldos insolutos relativos a remuneraciones o cotizaciones de seguridad social respecto de sus trabajadores, los primeros estados de pago producto la contratación efectuada deberán ser destinados al pago de dichas obligaciones debiendo el Proveedor acreditar que la totalidad de ellas se encuentran liquidadas al cumplirse la mitad del período de ejecución de la contratación, con un máximo de seis meses. Dicha situación será acreditada mediante la documentación prevista en el punto N°11 de los presentes Requerimientos de Bienes y/o Servicios.

3) Procedimiento de solicitud, entrega y recepción de los servicios y otras condiciones.

a) Procedimiento de solicitud:

La Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Chile, cursará al Proveedor la solicitud de entrega de los Bienes y/o Servicios mediante el envío de un correo electrónico enviado por la Contraparte Técnica, solicitando el tipo de servicio requerido conforme a lo indicado en el punto 1 de los presentes Requerimientos de Bienes y/o Servicios. Se realizará la emisión de una única Orden de Compra por el monto total de la contratación a través del portal www.mercadopublico.cl.

En virtud de lo establecido en el artículo 63 del Reglamento de la Ley 19.886, la contratación a la que dará origen el acto administrativo correspondiente se formalizará mediante la emisión de la orden de compra y la aceptación de esta por parte del Proveedor.

b) Lugar y plazo de ejecución o entrega de los Bienes y/o Servicios:

El Proveedor deberá entregar los Bienes y/o Servicios a la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Chile, cuya dirección es Av. Portugal N° 84, comuna de Santiago, Región Metropolitana, en el plazo de 8 días hábiles, desde la fecha de emisión de la respectiva orden de compra. La entrega quedará determinada en **Acta de Entrega de Bienes y/o Servicios** que para tal efecto levantará la Contraparte Técnica de la Facultad conforme de los presentes Requerimientos de Bienes y/o Servicios y que será suscrita por el Proveedor sólo una vez que se encuentre totalmente tramitada la resolución aprobatoria de la respectiva adquisición.

c) Recepción de los bienes y/o servicios:

Ejecutados los servicios, el Proveedor solicitará a la Contraparte Técnica la recepción de estos. En el acto deberá participar la Contraparte Técnica de la Facultad y el Supervisor por parte del Proveedor.

4) Garantía

No se considera garantía.

III.- Otros Aspectos Administrativos

1) Vigencia de la Contratación

La contratación, comenzará a regir a contar de la fecha de total tramitación del acto administrativo que lo aprueba. Dicha contratación se extenderá por doce meses y hasta la recepción total y conforme de los bienes y/o servicios.

2) Celebración del Contrato.

La contratación se perfeccionará mediante la emisión de una **única** orden de compra y la aceptación de ésta por parte del Proveedor sin perjuicio de lo cual debe entenderse como parte integrante de la respectiva contratación los presentes Requerimientos de Bienes y/o Servicios. Esto de acuerdo con lo establecido en el artículo 63 del Reglamento de la Ley 19.886.

Toda modificación a la contratación deberá ser efectuada mediante acuerdo suscrito a tal efecto y entrará en vigor unavez totalmente tramitado el acto administrativo aprobatorio del mismo.

3) Garantía de Fiel Cumplimiento.

Atendido que el monto de la contratación es inferior a 2000 UTM no se exigirá garantía de fiel cumplimiento.

No obstante, si una vez celebrada la contratación el Proveedor no cumple con sus obligaciones, en particular las referidas a las de garantía, la Facultad, en conformidad a lo establecido en el artº 63 del Reglamento de la ley N°19.886, ejercerá todas las acciones legales que le correspondan en contra del Proveedor por su incumplimiento, sin perjuicio de informar a la Dirección de Compras respecto de su mal comportamiento para los efectos de que ello quede registrado en su ficha histórica cuando se realice la evaluación anual de los proveedores del Estado.

4) Cesión del Contrato y Subcontrataciones

El Proveedor no podrá, en caso alguno, ceder o transferir en forma alguna, total o parcialmente, los derechos y obligaciones generados en virtud de la contratación a que den lugar estos Requerimientos de Bienes y/o Servicios. Lo anterior es sin perjuicio de la transferencia -que se pueda efectuar con arreglo a las normas del derecho común- de los documentos justificativos de los créditos que emanen de la respectiva contratación.

Atendida la naturaleza de los servicios que se contratarán queda prohibida toda subcontratación obligándose el proveedor a ejecutarlos personalmente a su entera responsabilidad.

5) Documentos que se adjuntan y forman parte de la oferta.

1. Cotización enviada por el proveedor
 2. Certificado de Habilidad del Proveedor CONVIERTA S.A, RUT. 76.158.055-8
 3. Requerimientos del Producto y/o Servicio
 4. Memoria de Cálculo
 5. Declaración Jurada
2. **Autorizase** la contratación, a través de trato directo, según la causal contemplada en la parte considerativa de la presente resolución, con el proveedor CONVIERTA S.A, RUT. 76.158.055-8, por un monto total de \$30.000.000.- (treinta millones de pesos), impuestos incluidos
 3. **Emítanse** las correspondientes Órdenes de Compra a través del Portal Mercado Público, www.mercadopublico.cl, por un total de \$30.000.000.- (treinta millones de pesos), desglosados de la siguiente manera: Fee de servicio de agencia por un monto de \$10.800.000.- (diez millones ochocientos mil

pesos), exento de impuestos, y a pagar en 12 mensualidades, y un total de inversión en medios por un monto de \$19.200.000.- (diecinueve millones doscientosmil pesos), impuestos incluidos, y a pagar en 12 mensualidades, al siguiente proveedor: CONVIERTA S.A, RUT. 76.158.055-8, a fin de formalizar la adquisición, conforme con lo dispuesto en el artículo 63 del Decreto Supremo N° 250, de 2004, del Ministerio de Hacienda.

4. **Publíquese**, en el sistema de Información de Compras y Contrataciones Públicas www.mercadopublico.cl, dentro del plazo de 24 horas desde la total tramitación de la presente Resolución.
5. **Impútese** el gasto correspondiente al Título A, Subtítulo 2, Ítem 2.6, del Presupuesto Universitario vigente, centro de costo 120103074201001.

Anótese, comuníquese y regístrese.

CARMEN PAZ CASTRO CORREA
Vicedecana

MANUEL AMAYA DIAZ
Decano

FELIPE A. LAGOS HERRERA
Director Económico y Administrativo

DISTRIBUCIÓN:

- 1.- Contraloría Interna Universidad
- 2.- DEXVM, FAU
- 3.- Archivo DEA FAU
- 4.- Archivo Decanato FAU

CERTIFICADO DE DISPONIBILIDAD PRESUPUESTARIA

De conformidad a lo dispuesto en el Decreto Universitario N°666, de 2021, certifico que, a la fecha del presente documento, esta institución cuenta con el presupuesto para el financiamiento de los bienes y/o servicios.

UNIDAD DE COMPRA	: Dirección de Extensión y Vinculación con el Medio
NOMBRE DE LA ADQUISICIÓN	: Adquisición de servicios promocionales y difusión digital para los programas de la Escuela de Postgrado, y su subdirección de Educación Continua, la unidad de Educación Profesional, Escuela de Pregrado y sus tres carreras, y la Escuela Nocturna para Obreros de la Construcción.
FINANCIAMIENTO Y MONTO	: \$10.800.000.- (diez millones ochocientos mil pesos), exento de impuestos \$19.200.000.- (diecinueve millones doscientos mil pesos), IVA incluido.

Felipe A. Lagos Herrera
Director Económico y Administrativo
Facultad de Arquitectura y Urbanismo
Universidad de Chile

Santiago, 27 de diciembre de 2021.

Santiago, 27 diciembre 2021

Sr. Felipe Lagos

Director Económico y Administrativo Facultad de Arquitectura y Urbanismo Universidad de Chile
Presente.

De mi consideración:

Con relación a la solicitud de compra de servicios promocionales para nuestro **Proyecto Específico de Docencia y Difusión Digital de los Programas Académicos de Pre y Postgrado**, el cual contempla la difusión digital para los programas de la Escuela de Postgrado, y su subdirección de Educación Continua y sus cursos a distancia, la Unidad de Educación Profesional, Escuela de Pregrado y sus tres Carreras, y la Escuela para Obreros de la Construcción, cabe mencionar que la agencia de publicidad **Convierta S.A.**, cuenta con la experiencia, capacidad de gestión y disposición para resolver requerimientos de nuestra facultad.

Hace algunos años nuestro plan de medios consistía en tener presencia en soportes publicitarios tradicionales, como estaciones del Metro de Santiago e impresión de afiches, incluyendo publicaciones en medios tradicionales impresos (El Mercurio, principalmente). Sin embargo, resultaba difícil medir la efectividad de nuestro alcance al no contar con estadísticas certeras del retorno de inversión. Posteriormente, comenzamos a transitar a la gestión de medios digitales, apareciendo en algunos portales web especializados y masivos. Sin embargo, a pesar de la digitalización de nuestra publicidad, seguíamos sin contar con datos precisos, debido a que la venta de estos servicios seguía anclada a la estadística de impresiones y número de visitas, sin poder hacer un cruce de datos entre visitantes y matriculados.

Dada la conocida efectividad del marketing digital, orientado en gran medida a la performance del gasto con relación a conversiones, es que se solicitaron los servicios de una agencia especializada en la gestión de plataformas de publicidad online. Es así como se contrató a la agencia **Convierta S.A.**

VENTAJAS SIGNIFICATIVAS AL CONTAR CON LOS SERVICIOS DE **CONVIERTA S.A.**:

1. Los servicios que nos entrega esta empresa consisten en la gestión de publicidad en canales digitales, particularmente en las plataformas de Facebook Ads, Instagram Ads, YouTube, Google Ads, a través de Search (red de búsqueda) y Display (banners en sitios asociados). Uno de los principales activos que buscamos con este tipo de campañas es la captura de leads, o prospectos, (potenciales clientes) para construir una base de datos de alta calidad que nos permita exponer nuestra oferta de manera extremadamente precisa, facilitando la venta de matrículas.

2. Dado que la agencia además crea sitios especiales donde los interesados buscan información, tienen la capacidad de optimizar los canales de venta para gestionar de manera más eficiente los presupuestos asignados, bajando costes por gastos publicitarios para reasignarlos a los programas de estudios que requieran más difusión. Además, gracias a las facilidades que entregan las plataformas de publicidad en línea, pueden llevar un seguimiento preciso de cada visitante, entregándonos datos que podemos cruzar para conocer con precisión la cantidad de matrículas obtenidas por estos medios.
3. Si bien existen otras agencias digitales en el mercado, nuestra experiencia con ellas no ha sido óptima, principalmente porque no han conseguido entregarnos datos correctamente segmentados, ni reportes detallados de la optimización de campañas, ni tampoco la capacidad de responder con rapidez a consultas o cambios urgentes. Es aquí donde destacamos el trabajo de **Convierta S.A.**, cuya gestión nos ha permitido identificar con claridad el retorno de la inversión que con un aumento de ingresos del 23% al 28%, dato que nos permite mirar con optimismo una nueva contratación de estos servicios para el periodo 2022. Y como dato concreto y relevante, es posible determinar que un 20% del total de los ingresos recibidos corresponden a contactos que llegaron a través de **Convierta S.A.**¹.
4. Un punto importante a mencionar es que esta misma empresa en su cartera de clientes cuenta con otras unidades de la Universidad de Chile, como la Facultad de Economía y Negocios en la unidad de Diplomas de Postítulo U Negocios, con excelentes resultados. Por lo tanto, conoce bastante bien la cultura de la universidad y su funcionamiento, sumado a la experiencia ganada en marketing para instituciones de educación superior. Además, la agencia presta servicios a otras instituciones destacadas, como Mutual de Seguridad, Invest Chile, entre otros. Asimismo, sus buenos resultados los han convertido en una agencia con la certificación Google Premier Partner, la más alta para agencias socias de Google, quienes ratifican la expertise y rendimientos obtenidos por las agencias de este tipo.

SITUACIÓN SIN CONTRATACIÓN DE **CONVIERTA S.A.**:

1. Para nuestra facultad, licitar el proceso anteriormente destacado implicaría desarmar mecánicas de trabajo que están funcionando de excelente modo en la actualidad, obligándonos a adaptar nuevas herramientas tecnológicas que actualmente se encuentran resueltas, considerando, además, que gran parte de nuestro trabajo ya se realiza con la suite integrada de Google Workspace. Por los resultados ya obtenidos, tiempos comprometidos, y las proyecciones de ingresos que hemos realizado, consideramos del todo necesario seguir contando con los servicios de la agencia de publicidad **Convierta S.A.**, entendiendo este gasto como un excelente instrumento para publicar nuestros Programas Académicos asegurándonos un excelente retorno acorde a lo esperado.

Sin otro particular,




Alberto Texidó Zlatar
Director de Extensión y Vinculación con el Medio.





¹ Datos obtenidos por comparación de BBDD entre Leads y Matrículas de la unidad de Educación profesional en los años 2020 y 2021

Certificado de Habilidad Registro de Proveedores

Se certifica que el proveedor indicado a continuación posee el siguiente estado de habilidad para ser contratado por el Estado de Chile, de acuerdo a la fecha y hora de la consulta especificada.

Proveedor	RUT/ID	Estado
CONVIERTA SA	76.158.055-8	 HÁBIL

Observaciones:

-  **HÁBIL** Cumple con los requisitos para contratar con el Estado de acuerdo a las siete causales estipuladas en el Reglamento de la Ley 19.886.
-  **INHÁBIL** No cumple con uno o más de los requisitos para contratar con el Estado.
-  **EN REVISIÓN** Proveedor se encuentra en proceso de validación con fuentes oficiales para Ingreso al sistema. Su estado de habilidad aparecerá a contar del día hábil siguiente.
-  **SIN INFORMACIÓN** Proveedor no tiene contrato vigente con el Registro de Proveedores o es una persona jurídica constituida fuera de Chile. En consecuencia, en virtud de los principios de libre concurrencia y de igualdad ante las bases, debe considerarse que los proveedores extranjeros cumplen con la habilidad en el Registro de Proveedores, cuando aquélla haya sido exigida como requisito para contratar, a la luz del artículo 16 de la ley N° 19.886.

Se emite el presente certificado conforme a lo especificado en la Ley de Compras Públicas y su respectivo Reglamento en el Artículo 92 del Reglamento de la Ley de Compras Públicas N° 19.886 para uso exclusivo de los Organismos Compradores del Estado de Chile.

FAU - Propuesta Económica 2022
(Enero a Diciembre)



 **CONVIERTA**
performance digital

Somos



Agencia digital de performance especializada en medios y estrategia online, integrada por profesionales con gran experiencia en campañas de marketing en internet.

Somos Premier Google Partner cumpliendo con todos los requisitos respecto a conocimiento, servicio y desempeño, además de contar con las mejores prácticas de la industria.



Objetivo

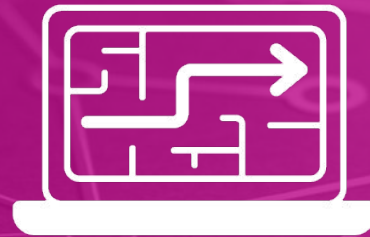
Maximizar la cantidad de postulaciones online para sus programas de educación profesional, postgrado, pregrado y enoc.



Servicio

PREMIER
Google
Partner

Estrategia
en medios digitales

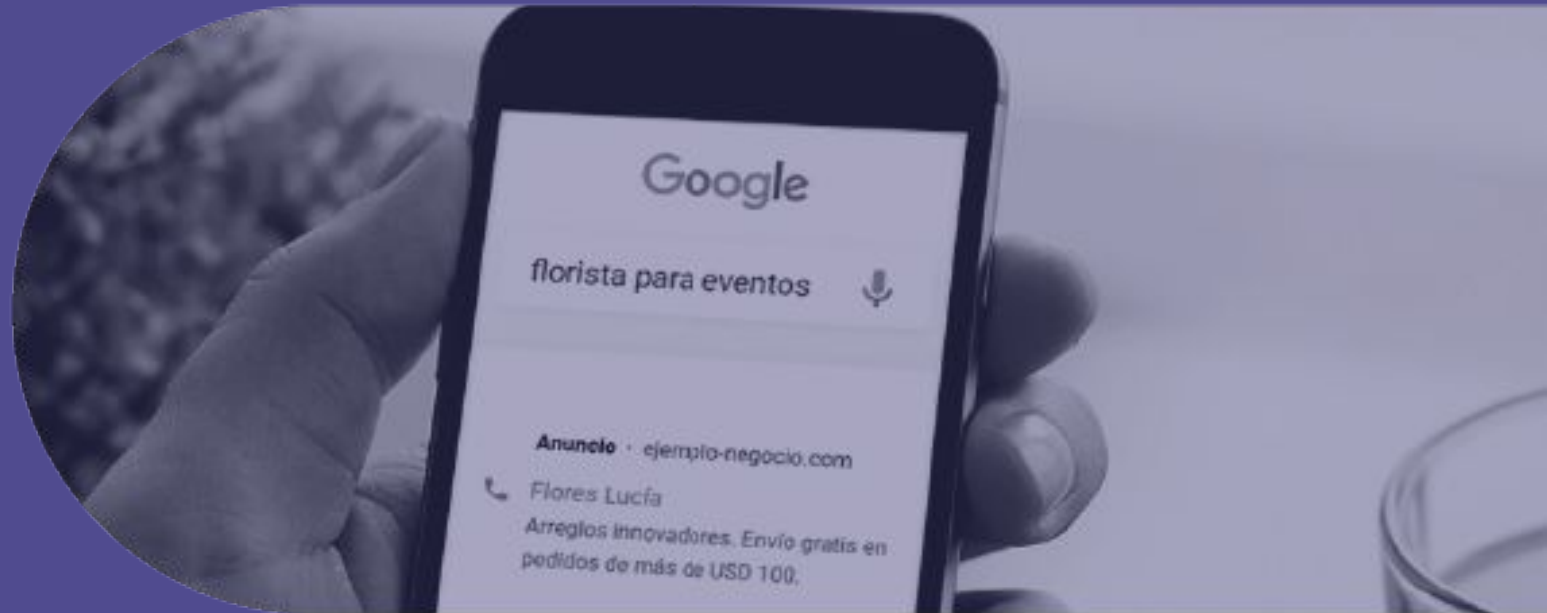


 **CONVIERTA**

performance digital

Google Ads

Campaña en la **red de búsqueda** de Google con **palabras clave** relacionadas a los términos de búsqueda que usan los potenciales clientes para buscar cursos y diplomados relacionados a las áreas de conocimiento disponible.



Facebook

Campaña de anuncios en Facebook e Instagram con el objetivo de dar a conocer los cursos y diplomados entre potenciales clientes segmentados geográficamente y por intereses. También incluye campaña de captación de leads directamente desde formularios de Facebook.



Landing Page

Creación de páginas de campaña con formularios de contacto y con contenidos relevantes que permitan comunicar la propuesta de valor de los programas y diferenciarlo de la competencia, maximizando la tasa de conversión de las campañas.

*Incluye 8 landing máximo activas al mes (3 Educación profesional, 3 postgrado, 1 enoc y 1 pregrado) .



Automatización



Automatización

Se conectará mediante API los contactos generados desde los anuncios de Facebook, sitio web y landing page para que por un lado queden guardados todos juntos en una planilla de Google y por el otro se les envíe automáticamente un correo electrónico de respuesta que dé inicio al proceso comercial de venta.

Además de integrar los contactos generados por las campañas con el CRM que use el cliente.



Servicio

PREMIER
Google
Partner

Analítica Web



 **CONVIERTA**

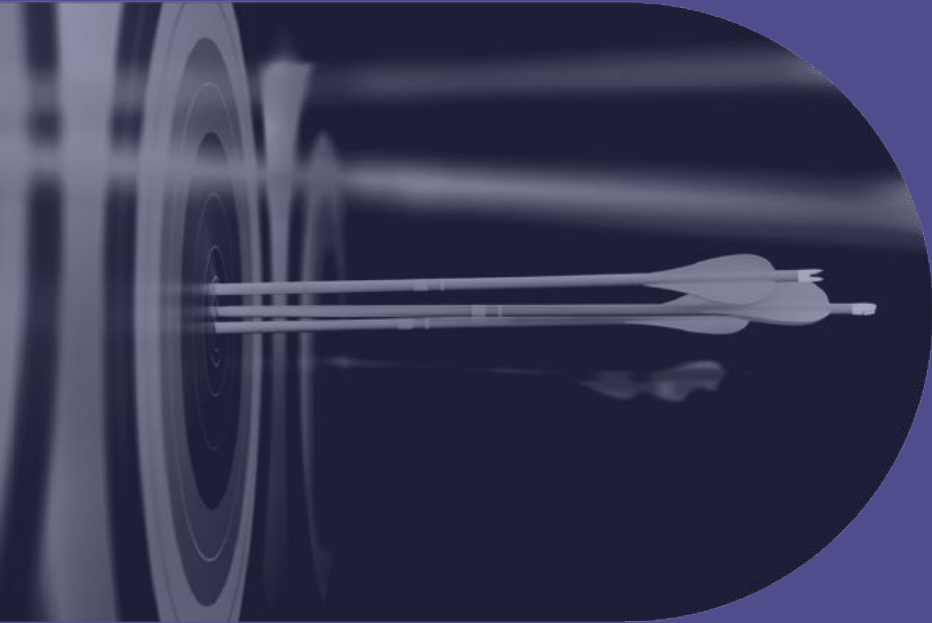
performance digital

Se integra el sitio web con Google Tag Manager para instalar los códigos de seguimiento necesarios para analizar el tráfico del sitio y los objetivos relevantes de las campañas en Google Analytics.

Es fundamental tener esto antes de lanzar las campañas para poder tomar decisiones en base a resultados.

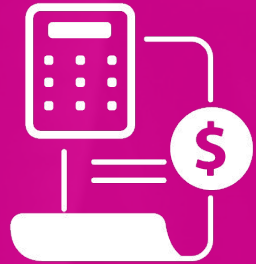


**Asesoría en
Optimización**



Asesoría permanente en la optimización del sitio Web:

- Reporte online en tiempo real en Google Data Studio con los KPI más relevantes de las campañas activas y del tráfico en el landing page / sitio web.
- Reuniones mensuales online con equipo de la agencia.
- Ejecutivo SEM encargado de la cuenta.



Propuesta económica

Fee mensual agencia

Ejecutivo asignado a la cuenta + Optimización de Estrategia de Medios	
Arriendo Landing Page	
Automatización	
Análítica Web y Reportería Online	
Total	\$900.000 + IVA

Nota:

*Fee de agencia puede ser facturado como asesoría mensual para ser exentos de IVA.

Facturación al inicio de la campaña con pago a 30 días.

**Fee no contempla acciones en Redes Sociales.

Plan de medios (Enero a Diciembre 2021)

	Fee Servicio Agencia (Exento)	Inversión en Medios Mensual Neta	Total Inversión en Medios Mensual Bruto	Total Presupuesto (Fee + Inversión)
Enero	\$900.000	\$1.344.538	\$1.600.000	\$2.500.000
Febrero	\$900.000	\$1.344.538	\$1.600.000	\$2.500.000
Marzo	\$900.000	\$1.344.538	\$1.600.000	\$2.500.000
Abril	\$900.000	\$1.344.538	\$1.600.000	\$2.500.000
Mayo	\$900.000	\$1.344.538	\$1.600.000	\$2.500.000
Junio	\$900.000	\$1.344.538	\$1.600.000	\$2.500.000
Julio	\$900.000	\$1.344.538	\$1.600.000	\$2.500.000
Agosto	\$900.000	\$1.344.538	\$1.600.000	\$2.500.000
Septiembre	\$900.000	\$1.344.538	\$1.600.000	\$2.500.000
Octubre	\$900.000	\$1.344.538	\$1.600.000	\$2.500.000
Noviembre	\$900.000	\$1.344.538	\$1.600.000	\$2.500.000
Diciembre	\$900.000	\$1.344.536	\$1.599.998	\$2.499.998
Total	\$10.800.000	\$16.134.454	\$19.200.000	\$30.000.000

- Fee de agencia se contempla mensualmente en un período de 12 meses (Enero a Diciembre 2022).
- Factura exenta de IVA por concepto de asesoría en Servicio de Agencia.
- Factura afecta para Inversiones en medios.
- Las inversiones se pueden ir aumentando o disminuyendo en tiempo real, según las estacionalidad del negocio y no sobrepasando el presupuesto anual.



 **CONVIERTA**
performance digital