ESTUDIOS PREVIOS DEL PROCESO DE CONTRATACIÓN

En cumplimiento con lo dispuesto por el Estatuto General de la Contratación Pública, especialmente lo establecido en los numerales 7 y 12 del artículo 25 de la Ley 80 de 1993, modificado por el artículo 87 de la Ley 1474 de 2011, y conforme con lo dispuesto por literal c) del numeral 4° del artículo 2° de la Ley 1150 de 2007 y el artículo 2.2.1.1.2.1.1., del Decreto 1082 de 2015 se presenta el estudio previo para adelantar un proceso de Contratación Directa.

I. DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD A SATISFACER

Que, el Instituto Distrital para la Protección de la Niñez y la Juventud IDIPRON fue creado por el Concejo de Bogotá mediante Acuerdo 080 de 1967, como un establecimiento público, descentralizado de orden distrital, adscrito al Sector de Integración Social, en el marco del Plan Distrital de Desarrollo 2020 – 2024: Un Nuevo Contrato Social y Ambiental para la Bogotá del Siglo XXI, teniendo en cuenta lo establecido en Ficha de Estadística Básica de Inversión Distrital EBI-D para el IDIPRON, atendiendo al programa Jóvenes con capacidades: Proyecto de vida para la ciudadanía, la innovación y el trabajo del siglo XXI así como a su misionalidad, la cual se define de la siguiente manera: *"IDIPRON es la entidad Distrital que a través de un modelo pedagógico basado en los principios de afecto y libertad, atiende las dinámicas de la calle y trabaja por el goce pleno de los derechos de la Niñez, Adolescencia y Juventud en situación de vida en calle, en riesgo de habitarla o en condiciones de fragilidad social, desarrollando sus capacidades para que se reconozcan como sujetos transformadores y ciudadanos que ejercen sus derechos y deberes para alcanzar una vida digna y feliz."*, para contribuir con la consecución de los objetivos misionales busca fortalecer la gestión, a través del uso de tecnologías de información y comunicaciones, que permiten implementar y/o fortalecer las herramientas adecuadas, para mejorar la eficacia administrativa en observancia de los principios de transparencia, participación y colaboración.

Que, IDIPRON dentro de su estructura organizacional tiene un Área de Trabajo de Comunicaciones adscrita a la Oficina Asesora de Planeación, que, a través de los componentes de comunicación digital, externa e interna, institucional y comunitaria, tiene el encargo de divulgar, fomentar y promover la oferta institucional en la ciudadanía en general, con la finalidad de que conozcan y hagan seguimiento a todas nuestras actividades, las cuales se encuentran concentradas en los siguientes metas:

a. Aumentar el número de las personas que conozcan las estrategias, las convocatorias y las rutas de acceso a los servicios de IDIRPON.

b. Reforzar el alcance y conocimiento de la ciudadanía de nuestras redes propias como son: portal web y redes sociales, para incentivar las visitas a estas herramientas comunicativas dando cumplimento a nuestra política de divulgaciones.

c. Instrumentalizar el objetivo del plan estratégico de comunicaciones aprobados por el comité directivo del instituto, que tiene por objetivo el apoyo a las estrategias de área de convenios de empleabilidad y emprendimiento con el fin de lograr el conocimiento por parte de la ciudadanía, las entidades y empresarios de estas formas de apoyar a nuestros jóvenes beneficiarios para lograr una mejor calidad de vida.

d. Divulgar masivamente los planes y proyectos y estrategias del instituto.

e. Establecer un canal de información en doble vía con la comunidad y otros stakeholders.

Que IDIPRON busca con este proceso contractual, dar a conocer las actividades que realiza en desarrollo de su misionalidad, logrando con ello, un liderazgo y posicionamiento en relación con los diferentes sectores sociales, la comunidad y la opinión pública del distrito de Bogotá y el resto del país. De igual manera, tiene como objeto la sensibilización de la comunidad en general respecto a los niños, niñas, adolescentes y jóvenes en condición de calle o en peligro de habitarla, los cuales son vulnerables a diferentes situaciones como el consumo de drogas, explotación sexual, violencia intrafamiliar, captación de bandas criminales etc. Del mismo modo, busca el fortalecimiento de la oferta institucional con la retroalimentación que la administración distrital y la comunidad en general nos puedan aportar, y con ello, lograr una mayor articulación con las políticas públicas y demás programas señalados en el *"Plan de Desarrollo Distrital 2020-2024, Un Nuevo Contrato Social y Ambiental para la Bogotá del Siglo XXI"*, por lo que, es necesario realizar actividades que conlleven a una divulgación y promoción de las diversas estrategias, programas y proyectos que desarrolla IDIPRON en los NNAJ habitantes del Distrito de Bogotá.

Que acorde con su misión, el IDIPRON destina recursos los cuales los despliega en tres (3) proyectos de inversión, dentro de los cuales se encuentra el proyecto 7727 "*Fortalecimiento de la Infraestructura Física, TIC y de la Gestión Institucional del IDIPRON Bogotá*". Lo anterior se relaciona, al Plan Distrital de Desarrollo el cual tiene como objetivo general *"Hacer un nuevo contrato social con igualdad de oportunidades para la inclusión social, productiva y política"*.

Que el objetivo que enmarca el Proyecto de Inversión 7727, ampara la necesidad de articular una estrategia de comunicación planteada desde del Instituto con el quehacer administrativo al servicio de la ciudadanía, con enfoque de difusión y oportunidad en la información sobre los servicios públicos y beneficios que se brindan y se desarrollan en el ejercicio de sus funciones institucionales, su estado de avance y promoción en cuanto a los derechos, deberes y obligaciones recíprocas entre la Administración y la ciudadanía frente a la gestión pública; lo anterior, bajo criterios de formación, proximidad, participación, corresponsabilidad, oportunidad y veracidad en la información; esta estrategia busca entonces, que los recursos de inversión estén dirigidos al fortalecimiento de una relación más directa y democrática de las familias con el Gobierno, de manera que, las primeras puedan influir con mayor capacidad y participación en la orientación de las Políticas Públicas.

Por lo antes señalado, se encuentra necesario adelantar la presente contratación para generar acciones que promuevan la estructuración estratégica de campañas en medios de comunicación, así como su ejecución y seguimiento, siempre de acuerdo con los lineamientos del Instituto.

Que los recursos disponibles en el proyecto de inversión son entonces un valor agregado, en tanto, que permiten viabilizar la estrategia de comunicaciones institucional con la creación, producción, divulgación, implementación y sensibilización de las acciones comunicativas del Instituto Distrital para la Protección de la Niñez y la Juventud–IDIPRON. A esta consideración, se aproxima el razonable propósito de optimizar el recurso público, lo que implica la búsqueda de ahorro de todo tipo, mayor efectividad de la inversión, como también, eficacia con los mensajes que se transmite a la ciudadanía. Los cuales se exponen así:

a. Fortalecimiento de los Medios Comunitarios y Alternativos

En atención a las directrices de la Alcaldía de Bogotá y el Concejo de Bogotá se tendrán en cuenta las siguientes normas que están vigentes y que guardan relación con la comunicación comunitaria:

- **Acuerdo Distrital 292 de 2007 – Concejo de Bogotá:** Establece los lineamientos de política pública, en materia de comunicación comunitaria en Bogotá y se ordena implementar acciones de fortalecimiento de esta. Señala que el Alcalde Mayor expedirá la política pública dirigida a promover y fortalecer procesos comunitarios, distritales o locales,

de comunicación en la ciudad, y orientada por el propósito de impulsar la equidad en el acceso a los espacios y medios de comunicación y de fomentar la circulación democrática de opiniones e informaciones. Determina las estrategias y líneas de acción que contemplará dicha política, cuya dirección estará en cabeza del alcalde Mayor, quien la ejercerá con el especial apoyo de la Secretaría de Gobierno, la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, y la Secretaría de Educación. El plazo para elaborar y hacer pública la política adoptada, será de 6 meses.

- **Decreto Distrital 149 de 2008 - Alcaldía Mayor de Bogotá:** Establece la conformación y las funciones de la Mesa de Trabajo de la Política Pública Distrital de Comunicación Comunitaria, de que trata el Acuerdo Distrital 292 de 2007, que establece los lineamientos de política pública, en materia de comunicación comunitaria en Bogotá y ordena implementar acciones de fortalecimiento de esta. Precisa los mecanismos de designación de los representantes de los sectores de la sociedad civil y de los colectivos y redes comunitarias de comunicación, con sede en la capital de la república, señala los criterios generales que deberá tener en cuenta la Mesa de Trabajo, al momento de proponer los lineamientos para la adopción de la Política Pública de Comunicación Comunitaria.
- **Decreto Distrital 150 de 2008 – Alcaldía Mayor de Bogotá:** Adopta la Política Pública Distrital de Comunicación Comunitaria 2008-2016, para cuya actualización y modificación, deberá contarse con el concepto previo de la Mesa de Trabajo de la Política Pública. Indica que la formulación, promoción, ejecución, seguimiento y evaluación de la Política Pública Distrital de Comunicación Comunitaria estará a cargo del Instituto Distrital de la Participación y Acción Comunal, a quien también le corresponderá formular el plan de acción distrital y las metas que asume la administración para el desarrollo de la Política Pública adoptada.
- **Proceso de fortalecimiento de medios comunitarios y alternativos – Instituto Distrital de la Participación y Acción Comunal -IDPAC. Antecedentes de contratación:**
    - En atención al propósito de fortalecimiento de los medios comunitarios y alternativos de la ciudad de Bogotá D.C., la Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C., suscribió el Convenio Interadministrativo No. 1100100-704-2016 con el Instituto Distrital de la Participación y Acción Comunal – IDPAC, cuyo objeto fue: "Aunar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros para llevar a cabo un proceso de caracterización y georreferenciación de los medios comunitarios y alternativos a nivel distrital y local en el que se permita también sus coberturas, periodicidad y nivel de impactos informativos y/o comunicacionales."
    - Producto de la ejecución del Convenio Interadministrativo anteriormente enunciado, en donde participaron 261 medios comunitarios y alternativos de la ciudad de Bogotá D.C., el Instituto de la Participación y Acción Comunal – IDPAC, emitió la Resolución 095 de 2018 por medio de la cual "Se adopta el directorio Distrital de comunicación comunitaria y alternativa y se establece el procedimiento para la inscripción y actualización de datos en el directorio distrital de comunicación comunitaria y alternativa y solicitud de certificaciones IDPAC-PCI-PR-01". En este orden de ideas,

b. Fortalecimiento de la estrategia comunicacional - Necesidad Concreta o específica:

La implementación de este proyecto de inversión mediante la línea referida, como es *"Hacer un nuevo contrato social con igualdad de oportunidades para la inclusión social, productiva y política"*, implica generar procesos de información y sensibilización para divulgar las acciones del Instituto Distrital para la

Protección de la Niñez y la Juventud–IDIPRON, los cuales se relacionan directa y transversalmente con actividades y acciones adicionales del proyecto como son:

- Desarrollo integral de piezas de comunicación externa para ser utilizadas en campañas de sensibilización, comunicación y formación ciudadana, y seguimiento al manejo institucional.
- Acompañamiento, diseño y asesoría de piezas comunicacionales a todas las áreas del Instituto en cuanto a los contenidos y el mensaje a divulgar, así como, en la implementación en medios, con el fin de lograr el mayor impacto posible en la recepción y recordación de los mensajes emitidos y, un conocimiento integral de la gestión que hace el IDIPRON.
- Diseño de campañas e instrumentos de divulgación masiva, sobre temas que atañen directamente a los fines misionales del Instituto.

c. Necesidad de la Central de Medios:

Que el Instituto Distrital para la Protección de la Niñez y la Juventud–IDIPRON, requiere contar con una Central de Medios, entendida esta como un servicio relevante en la estructura de ejecución de la estrategia comunicacional de la entidad.

Que la Central de Medios constituye entonces para la comunicación institucional un esquema novedoso, expedito, confiable y altamente beneficioso para el Instituto, con lo cual, se pueda lograr los fines en materia de divulgación y estrategia comunicacional, con la consecuente optimización de los recursos públicos de inversión, con tarifas muy competitivas y descuentos altamente significativos, acceso a las franjas y espacios de mayor cobertura y sintonía, con mayor frecuencia de divulgación de los mensajes, lo que deviene en un óptimo posicionamiento de los mensajes institucionales, como la demostrada conveniencia y oportunidad, por el carácter continuo y necesario de comunicar las acciones adelantadas y sus logros a la comunidad en general, por los precios competitivos el margen de descuento y la menor comisión que se logra en el mercado, sumado a la experiencia en las negociaciones por volumen con los diferentes medios.

Que el desarrollo y la materialización de estos criterios y propósitos en el ámbito de las comunicaciones distritales, el Instituto, gestionará los planes de medios que se estimen indicados para divulgar campañas comunicacionales, bien por necesidad institucional inminente, importancia estratégica o por el alto significado social, cultural, pedagógico, informativo o tradicional que ellas representan. Con ello, el IDIPRON busca no solo garantizar el objetivo misional de comunicar, como también, cubrir todas las necesidades comunicacionales. Por lo anterior, es importante contar con la Central de Medios para ejecutar las acciones de comunicación que se encuentran planificadas en medios ATL, digitales y comunitarios.

Sumado a lo anterior, es importante afirmar que el equipo de trabajo in house del Instituto cuenta con las condiciones para brindar el insumo necesario para que la Central de Medios provea servicios de planeación, ordenación, seguimiento y compra de espacios en los diferentes medios de comunicación ATL, comunitarios y digital, bajo los parámetros de la optimización de recursos, eficiencia y eficacia, y de esta manera se desarrolle la estrategia de comunicaciones del Instituto.

Que las Centrales de Medios desarrolla actividades de acompañamiento a las entidades en el proceso de diseño de Planes de Medios hacia públicos objetivos, determina la pertinencia de instrumentos frente a audiencias, y con ello, obtener mejores resultados de impacto y economía al momento de utilizar medios ATL, comunitarios y digitales.

El Instituto Distrital para la Protección de la Niñez y la Juventud IDIPRON entiende la comunicación como un componente fundamental para la consecución de los logros y metas institucionales, su compromiso está

en mantener informados, transparente y oportunamente, a sus beneficiarios, servidores y servidoras públicos y ciudadanía en general en Bogotá donde están la mayoría de sus sedes y usuarios activos y potenciales.

Para el Área de Comunicaciones de IDIPRON es fundamental la focalización de la comunicación en el Distrito Capital para posicionarse como una entidad líder en la atención de niñez y juventud que habitan en calle, están en riesgo de habitarla o viven en condición de vulnerabilidad social.

Por eso se viene implementando el Plan Estratégico de Comunicaciones que concreta su accionar en Bogotá.

Las ciudades tienen sus propias dinámicas por condiciones culturales, geográficas, económicas y antropológicas, entre otras, sin embargo, la vida de calle de cada ciudad es particular por su uso, por las relaciones que allí se tejen, por el lenguaje que se emplea y porque, para algunos, se convierte en su hogar.

Las calles de Bogotá por ser la capital del país tienen matices y dimensiones distintas a otros centros urbanos del país; para hablar de las calles y en las calles de Bogotá el IDIPRON necesita utilizar canales directos y segmentados en el Distrito Capital.

Que existen una variedad de empresas nacionales e internacionales que prestan el servicio de Central de Medios, pero en este momento la mejor oferta del mercado la tiene LA EMPRESA DE TELECOMUNICACIONES DE BOGOTÁ - ETB S.A. ESP. toda vez que, aglutina dentro de sus responsabilidades la mayor cantidad de entidades públicas del Distrito, por lo que, garantiza los mejores precios y descuentos en igualdad de condiciones para las Entidades del Distrito.

Ventajas de Suscribir un Contrato Interadministrativo con ETB S.A. ESP.
los servicios de Central de Medios con La Empresa de Telecomunicaciones de Bogotá S.A. –ETB S.A. ESP. para acceder eficaz y eficientemente a la compra y ordenación de pauta para divulgación de los programas, planes, proyectos de la administración en medios ATL, comunitarios y digitales, por medio de un Contrato Interadministrativo, establece como posibilidades que generan un valor agregado a otro tipo de contratación, las siguientes:

a) Mantener la gestión de tarifas de pauta institucional en medios de comunicación bajo la estrategia de negociación en bloque, lo que revierte en la consecución de tarifas y descuentos más favorables para el Distrito.
b) Disponer de un ente que centralice los esfuerzos institucionales de negociación por parte de la administración y maximice los recursos puestos para ese efecto por las entidades públicas distritales que tengan contratos interadministrativos, permitiendo el acceso a pautar en medios tradicionales de comunicación de mayor cobertura hacia la ciudadanía, frente a los que a la fecha y a partir de esfuerzos individuales de las entidades públicas, incluido IDIPRON, tengan como oportunidad de contratar para la divulgación de los mensajes institucionales;
c) Un tercer valor para suscribir el Contrato Interadministrativo con ETB S.A. ESP. consiste en que no solo se podrá pautar en medios de comunicación tradicionales de más cobertura en cuanto a ciudadanos, sino que los mensajes que se transmitan incluso podrán verse o escucharse en horarios "prime" de la parrilla televisiva o radial, incluso tener una garantía de mayor lectura, por localizarse en mejores espacios de medios escritos;
d) De igual manera en el canal y emisora, y en el horario que se paute, también podrá negociarse por parte de ETB S.A. ESP. los mejores momentos en los que en un bloque de pauta televisiva o radial (bloque o segmento de pauta o de propagandas) pueden ubicarse las pautas institucionales (vgr: en el primer o en último minuto del segmento de pauta).

e) Permitir llegar a públicos específicos de la ciudad a través de los medios comunitarios para dar a conocer los planes y programas de la administración distrital específicamente en las zonas de las personas o comunidades beneficiarias, de acuerdo con lo que defina, solicite y apruebe el Instituto Distrital para la Protección de la Niñez y la Juventud–IDIPRON- a ETB S.A. ESP. específicamente dentro del grupo de medios comunitarios actualmente avalados por la Secretaria General de la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. en su calidad de cabeza del Distrito Capital y que cuentan con un contrato vigente en ETB S.A. ESP.

f) ETB S.A. ESP. tiene previsto en su estructura administrativa una división dedicada a central de medios, lo que impone un valor agregado en cuanto a la eficiencia y eficacia de la labor a contratar; es decir, contamos con una central de medios, exclusiva y con amplia experiencia para la estrategia comunicacional del Distrito Capital.

g) ETB S.A. ESP. realiza procesos de divulgación tradicional de campañas buscando las mejores tarifas y beneficios para el Instituto Distrital para la Protección de la Niñez y la Juventud–IDIPRON-

h) ETB S.A. ESP. realiza una gestión anual de negociación de tarifas, buscando la optimización para las entidades, generando sinergia a partir de:

- Coordinación fluida y constante en el marco de los comités técnico operativo de tráfico, garantizando que el desarrollo de la ejecución de pautas responda ciento por ciento a los criterios de necesidad del Instituto Distrital para la Protección de la Niñez y la Juventud–IDIPRON- como anunciante.
- Construcción armónica de los planes y programas de divulgación y,
- Uniformidad a las campañas de divulgación tradicional y ubicación en las parrillas, generando una novedad beneficiosa para el Instituto Distrital para la Protección de la Niñez y la Juventud–IDIPRON-

i) ETB S.A. ESP. en la ejecución de las actividades contractuales traslada en forma total los descuentos y beneficios obtenidos con vehículos de comunicación que hacen parte tanto de los relacionados en las tarifas de referencia, así como de los adicionales en los que se requiere y aprueba efectuar las diferentes estrategias de divulgación institucional, con lo cual se logra una mayor optimización de los recursos dispuestos para el desarrollo de las acciones de comunicación pública del Instituto Distrital para la Protección de la Niñez y la Juventud–IDIPRON- .En la propuesta presentada por ETB S.A. ESP. a IDIPRON, la cual hace parte integral del presente documento y del contrato interadministrativo a suscribir por las mimas partes, contiene los cuadros con las tarifas que han sido negociadas con los medios de comunicación, las cuales reflejan los descuentos que benefician a la empresa a contratar y que serán de provecho de este Instituto en la ejecución de contrato.

Las anteriores ventajas comparativas frente a una contratación de una central de medios aislada, se generan por el hecho de que las entidades del Distrito que actualmente cuentan con los servicios de Central de Medios de ETB S.A. ESP. no negocian independientemente las tarifas de pautas a contratar, sino, en compra conjunta, tornándose estas negociaciones por volumen con mayores beneficios para los que participen en ella optimizando de esta manera los recursos asignados para cumplir con la obligatoriedad de informar al ciudadano sobre los programas y proyectos que adelante el Instituto Distrital para la Protección de la Niñez y la Juventud–IDIPRON- .

En consideración a todo lo anteriormente, se hace necesario recurrir a la generación de un Contrato Interadministrativo entre ETB S.A. ESP. y el *Instituto Distrital para la Protección de la Niñez y la Juventud–IDIPRON"*, máxime cuando se tienen como garantías adicionales a las de eficacia, eficiencia,

economía y probidad en el desarrollo de la necesidad a contratar interadministrativamente con ETB S.A. ESP. las siguientes:

Este proceso decanta una experiencia exitosa dentro de las relaciones contractuales ya ejecutadas y terminadas durante nueve (9) años de operación de la Central Pública de Medios en cabeza de la Empresa de Telecomunicaciones de Bogotá S.A. –ETB S.A. ESP., experiencia específica que permite evidenciar la idoneidad de la misma en la ejecución de programas y proyectos de comunicación pública, aspecto que resulta fundamental en razón a que ETB S.A. ESP. conoce las necesidades del sector público y por ende, en los planes de medios puede brindar asesoramiento y asistencia técnica eficaz y eficiente que asegure la coherencia y divulgación del mensaje que se pretenda brindar a los ciudadanos en desarrollo del Derecho a la información pública.

La Empresa de Telecomunicaciones de Bogotá S.A. –ETB S.A. ESP., tiene el carácter de pública para los efectos contractuales perseguidos, a la vez, que es más beneficioso para la Administración Distrital contratar con una empresa que obtiene mejores precios para la ejecución del objetivo planteado en los estudios previos estructurados. Así mismo, cabe señalar que las tarifas que presentó ETB S.A. ESP. en la cotización y los señalados en su oferta comercial, son valores de referencia que evidencian la ventaja económica de suscribir un contrato interadministrativo, sin embargo, teniendo en cuenta que las tarifas por medio dependen de diferentes factores como son: a) la negociación de la ETB S.A. ESP. con cada uno de ellos, b) el costo punto rating de los diferentes horarios del día y c) las diferentes épocas y festividades del año, d) el rating para efectos de la compra de pauta en televisión, resulta pertinente aclarar que, dentro de la ejecución del contrato a suscribir, el valor de los gastos reembolsables a reconocer a la ETB S.A. ESP. serán los valores efectivamente cobrados a la misma por cada uno de los medios usados por campaña.

Efectivamente, dentro del objeto social de la Empresa de Telecomunicaciones de Bogotá – ETB S.A. ESP. se desarrollan actividades que materializan el objeto planteado por la Administración Distrital, el cual contempla, entre otras actividades, las siguientes: *"(...) la producción y distribución de contenido propio y de terceros y la prestación del servicio de publicidad interactiva, así como la integración de todos los servicios que impliquen la divulgación de contenidos en los medios de comunicación tradicionales, la prestación de los servicios de publicidad por cuenta propia y/o de un tercero, en aras de la difusión o divulgación de políticas públicas y de mensajes institucionales o comerciales, que implique la producción y distribución de contenidos propios y de terceros (...)"*, es así, que se dan los presupuestos esgrimidos en el a**rtículo 2.2.1.2.1.4.4.** *"Convenios o Contratos Interadministrativos" del Decreto Reglamentario 1082 de 2015* y amparados en principios tales como el de economía, eficacia, objetividad y transparencia, por lo que se considera que están dadas las condiciones establecidas de manera taxativa para que se proceda de manera directa a celebrar un Contrato Interadministrativo.

EL IDIPRON, en el marco del Plan de Desarrollo "*Bogotá Mejor para Todos*", atendiendo al pilar No. 1 "*Igualdad de Calidad de Vida*", así como a su misionalidad, la cual se define de la siguiente manera: "*Desde un proyecto pedagógico de inclusión social, el IDIPRON promueve la garantía del goce efectivo de los derechos de Niños, Niñas, Adolescentes y Jóvenes con dignidad humana, respeto por la pluralidad, la diversidad y la libertad, en un marco de progresividad priorizando las acciones de política pública en aquellos en alto grado de vulnerabilidad social*", destina recursos para desarrollar acciones pedagógicas de prevención, protección y restablecimiento de derechos de niños, niñas, adolescentes y jóvenes (NNAJ), en situación de vida en calle, en riesgo de habitabilidad en calle y en condición de fragilidad. Para realizarla implementa una experiencia pedagógica contextualizada mediante la cual busca que desarrollen sus capacidades y amplíen sus libertades, como expresión de una vida digna.

El Instituto Distrital para la Protección de la Niñez y la Juventud IDIPRON creado por el Concejo de

Bogotá mediante Acuerdo 080 de 1967, como un establecimiento público, descentralizado de orden distrital, adscrito al Sector de Integración Social, en el marco del Plan Distrital de Desarrollo 2020 – 2024: Un Nuevo Contrato Social y Ambiental para la Bogotá del Siglo XXI, teniendo en cuenta lo establecido en Ficha de Estadística Básica de Inversión Distrital EBI-D para el IDIPRON, atendiendo al programa Jóvenes con capacidades: Proyecto de vida para la ciudadanía, la innovación y el trabajo del siglo XXI así como a su misionalidad, la cual se define de la siguiente manera: *"IDIPRON es la entidad Distrital que a través de un modelo pedagógico basado en los principios de afecto y libertad, atiende las dinámicas de la calle y trabaja por el goce pleno de los derechos de la Niñez, Adolescencia y Juventud en situación de vida en calle, en riesgo de habitarla o en condiciones de fragilidad social, desarrollando sus capacidades para que se reconozcan como sujetos transformadores y ciudadanos que ejercen sus derechos y deberes para alcanzar una vida digna y feliz."*, para contribuir con la consecución de los objetivos misionales busca fortalecer la gestión, a través del uso de tecnologías de información y comunicaciones, que permiten implementar y/o fortalecer las herramientas adecuadas, para mejorar la eficacia administrativa en observancia de los principios de transparencia, participación y colaboración.

El Área de Trabajo de Comunicaciones adscrita a la Oficina Asesora de Planeación, a través de los componentes de comunicación digital, externa e interna, institucional y comunitaria, tiene el encargo de divulgar, fomentar y promover la oferta institucional en la ciudadanía en general, con la finalidad de que conozcan y hagan seguimiento a todas nuestras actividades, las cuales se encuentran concentradas en los siguientes metas:

A. Aumentar el número de las personas que conozcan las estrategias, las convocatorias y las rutas de acceso a los servicios de IDIRPON.

B. Reforzar el alcance y conocimiento de la ciudadanía de nuestras redes propias como son: portal web y redes sociales, para incentivar las visitas a estas herramientas comunicativas dando cumplimento a nuestra política de divulgaciones.

C. Instrumentalizar el objetivo del plan estratégico de comunicaciones aprobados por el comité directivo del instituto, que tiene por objetivo el apoyo a las estrategias de área de convenios de empleabilidad y emprendimiento con el fin de lograr el conocimiento por parte de la ciudadanía, las entidades y empresarios de estas formas de apoyar a nuestros jóvenes beneficiarios para lograr una mejor calidad de vida.

D. Divulgar masivamente los planes y proyectos y estrategias del instituto.

E. De igual manera, se establezca un canal de información en doble vía con la comunidad y otrc stakeholders.

El IDIPRON busca con este proceso contractual, dar a conocer las actividades que realiza en desarrollo de su misionalidad, logrando con ello, un liderazgo y posicionamiento en relación con los diferentes sectores sociales, la comunidad y la opinión pública del distrito de Bogotá y el resto del país. De igual manera, tiene como objeto la sensibilización de la comunidad en general respecto a los niños, niñas, adolescentes y jóvenes en condición de calle o en peligro de habitarla, los cuales son vulnerables a diferentes situaciones como el consumo de drogas, explotación sexual, violencia intrafamiliar, captación de bandas criminales etc. Del mismo modo, busca el fortalecimiento de la oferta institucional con la retroalimentación que la administración distrital y la comunidad en general nos puedan aportar, y con ello, lograr una mayor articulación con las políticas públicas y demás programas señalados en el *"Plan de Desarrollo Distrital 2020-2024, Un Nuevo Contrato Social y Ambiental para la Bogotá del Siglo XXI"*, por lo que, es necesario realizar actividades que conlleven a una divulgación y promoción de las diversas estrategias, programas

y proyectos que desarrollan con los NNAJ habitantes del Distrito de Bogotá.

Acorde con su misión el IDIPRON destina recursos y los despliega en tres (3) proyectos de inversión, dentro de los cuales se encuentra el proyecto 7727 "*Fortalecimiento de la Infraestructura Física, TIC y de la Gestión Institucional del IDIPRON Bogotá*", el cual tiene como objetivo general *"Hacer un nuevo contrato social con igualdad de oportunidades para la inclusión social, productiva y política"*.

El objetivo que enmarca el Proyecto de Inversión 7727, ampara la necesidad de articular una estrategia de comunicación planteada desde del Instituto con el quehacer administrativo al servicio de la ciudadanía, con enfoque de difusión y oportunidad en la información sobre los servicios públicos y beneficios que se brindan y se desarrollan en el ejercicio de sus funciones institucionales, su estado de avance y promoción en cuanto a los derechos, deberes y obligaciones recíprocas entre la Administración y la ciudadanía frente a la gestión pública; lo anterior, bajo criterios de formación, proximidad, participación, corresponsabilidad, oportunidad y veracidad en la información; esta estrategia busca entonces, que los recursos de inversión estén dirigidos al fortalecimiento de una relación más directa y democrática de las familias con el Gobierno, de manera que, las primeras puedan influir con mayor capacidad y participación en la orientación de las Políticas Públicas.

Este marco de criterios orientadores que la comunicación pública institucional posibilita procesos de integración gobierno-ciudadanía, legitimación y materialización de las metas y objetivos estratégicos estructurados, cuyo punto de partida inicia con el concepto de promoción institucional dirigidos hacia la divulgación oportuna de los mensajes públicos.
Las anteriores reflexiones son entonces determinantes para que el equipo del Área de Trabajo de Comunicaciones del Instituto Distrital para la Protección de la Niñez y la Juventud–IDIPRON-, se encargue del desarrollo conceptual, creativo, estratégico y operativo de los planes de comunicación del Instituto.

Por lo antes señalado, se encuentra necesaria la presente contratación para adelantar acciones que promuevan la estrategia de comunicaciones institucional, siempre de acuerdo con los lineamientos del Instituto.

Los recursos disponibles en el proyecto de inversión son entonces un valor agregado, en tanto, que permiten viabilizar la estrategia de comunicaciones institucional con la creación, producción, divulgación, implementación y sensibilización de las acciones comunicativas del IDIPRON. A esta consideración, se aproxima el razonable propósito de optimizar el recurso público, lo que implica la búsqueda de ahorro de todo tipo, mayor efectividad de la inversión, como también, eficacia con los mensajes que se transmite a la ciudadanía.

d. Fortalecimiento de los Medios Comunitarios y Alternativos

e. Fortalecimiento de la estrategia comunicacional - Necesidad Concreta o específica:

La implementación de este proyecto de inversión implica generar procesos de información y sensibilización para divulgar las acciones del Instituto Distrital para la Protección de la Niñez y la Juventud–IDIPRON, los cuales se relacionan directa y transversalmente con actividades y acciones adicionales del proyecto como son:

1) Desarrollo integral de piezas de comunicación externa para ser utilizadas en campañas de sensibilización, comunicación y formación ciudadana, y seguimiento al manejo institucional.

2) Acompañamiento, diseño y asesoría de piezas comunicacionales a todas las áreas del Instituto en cuanto a los contenidos y el mensaje a divulgar, así como, en la implementación en medios, con el fin de lograr el mayor impacto posible en la recepción y recordación de los mensajes emitidos y, un conocimiento integral de la gestión que hace el IDIPRON.
3) Diseño de campañas e instrumentos de divulgación masiva, sobre temas que atañen directamente a los fines misionales del Instituto.

f. Necesidad de la Central de Medios:

El Instituto Distrital para la Protección de la Niñez y la Juventud–IDIPRON, requiere contar con una Central de Medios, entendida esta como un servicio relevante en la estructura de ejecución de la estrategia comunicacional de la entidad.

La Central de Medios constituye entonces para la comunicación institucional un esquema novedoso, expedito, confiable y altamente beneficioso para la Entidad, con lo cual, se pueda lograr los fines en materia de divulgación y estrategia comunicacional, con la consecuente optimización de los recursos públicos de inversión, con tarifas muy competitivas y descuentos altamente significativos, acceso a las franjas y espacios de mayor cobertura y sintonía, con mayor frecuencia de divulgación de los mensajes, lo que deviene en un óptimo posicionamiento de los mensajes institucionales, como la demostrada conveniencia y oportunidad, por el carácter continuo y necesario de comunicar las acciones adelantadas y sus logros a la comunidad en general, por los precios competitivos el margen de descuento y la menor comisión que se logra en el mercado, sumado a la experiencia en las negociaciones por volumen con los diferentes medios.

Para el desarrollo y materialización de estos criterios y propósitos en el ámbito de las comunicaciones distritales, la Entidad, gestionará los planes de medios que se estimen indicados para divulgar campañas comunicacionales, bien por necesidad institucional inminente, importancia estratégica o por el alto significado social, cultural, pedagógico, informativo o tradicional que ellas representan.

Con ello, el IDIPRON busca no solo garantizar el objetivo misional de comunicar, sino también, cubrir todas las necesidades comunicacionales, por lo que, es de importancia contar con la Central de Medios para ejecutar las acciones de comunicación que se encuentran planificadas en medios ATL.

Sumado a lo anterior, es importante afirmar que el equipo de trabajo in house de la Entidad cuenta con las condiciones para brindar el insumo necesario para que la Central de Medios provea servicios de planeación, ordenación, seguimiento y compra de espacios en los diferentes medios de comunicación ATL, comunitarios y digital, bajo los parámetros de la optimización de recursos, eficiencia y eficacia, y de esta manera se desarrolle la estrategia de comunicaciones del Instituto.

Las Centrales de Medios en la actualidad permiten acompañar a las entidades en el proceso de diseño de Planes de Medios hacia públicos objetivos, determinar pertinencia de instrumentos frente a audiencias, y obtener mejores resultados de impacto y economía al momento de utilizar medios ATL, comunitarios y digitales.

En este momento la mejor oferta del mercado la tiene LA EMPRESA DE TELECOMUNICACIONES DE BOGOTÁ - ETB S.A. ESP., quien es líder en Central de Medios en Colombia, por lo que, aglutina dentro de sus responsabilidades la mayor cantidad de entidades públicas, en especial, la que conforman la administración distrital, por lo que garantiza los mejores precios para las Entidades del Distrito.

Para acceder eficaz y eficientemente a la compra y ordenación de pauta para divulgación de los programas, planes, proyectos de la administración en medios ATL, comunitarios y digitales, por medio de un Contrato Interadministrativo, establece como posibilidades que generan un valor agregado a otro tipo de contratación, las siguientes:

(i) Mantener la gestión de tarifas de pauta institucional en medios de comunicación bajo la estrategia de negociación en bloque, lo que revierte en la consecución de tarifas y descuentos más favorables para el Distrito.

(ii) Disponer de un ente que centralice los esfuerzos institucionales de negociación por parte de la administración y maximice los recursos puestos para ese efecto por las entidades públicas distritales que tengan contratos interadministrativos, permitiendo el acceso a pautar en medios tradicionales de comunicación de mayor cobertura hacia la ciudadanía, frente a los que a la fecha y a partir de esfuerzos individuales de las entidades públicas, incluida la Secretaría General, tengan como oportunidad de contratar para la divulgación de los mensajes institucionales;

(iii) Un tercer valor para suscribir el Contrato Interadministrativo con ETB S.A. ESP., consiste en que no solo se podrá pautar en medios de comunicación tradicionales de más cobertura en cuanto a ciudadanos, sino que los mensajes que se transmitan incluso podrán verse o escucharse en horarios "prime" de la parrilla televisiva o radial, incluso tener una garantía de mayor lectura, por localizarse en mejores espacios de medios escritos;

(iv) De igual manera en el canal y emisora, y en el horario que se paute, también podrá negociarse por parte de ETB S.A.ESP., los mejores momentos en los que en un bloque de pauta televisiva o radial (bloque o segmento de pauta o de propagandas) pueden ubicarse las pautas institucionales (vgr: en el primer o en último minuto del segmento de pauta).

(v) Permitir llegar a públicos específicos de la ciudad a través de los medios comunitarios para dar a conocer los planes y programas de la administración distrital específicamente en las zonas de las personas o comunidades beneficiarias, de acuerdo con lo que defina, solicite y apruebe el Instituto Distrital para la Protección de la Niñez y la Juventud–IDIPRON- a ETB S.A. ESP.

Las anteriores ventajas comparativas frente a una contratación de una central de medios aislada, se generan por el hecho de que las entidades del Distrito que actualmente cuentan con los servicios de Central de Medios ETB S.A. ESP., no negocian independientemente las tarifas de pautas a contratar, sino, en compra conjunta, tornándose estas negociaciones por volumen con mayores beneficios para los que participen en ella optimizando de esta manera los recursos asignados para cumplir con la estrategia de comunicación- .

En consideración a todo lo anteriormente, se hace necesario recurrir a la generación de un Contrato Interadministrativo entre ETB S.A. ESP. y el *Instituto Distrital para la Protección de la Niñez y la Juventud–IDIPRON"*, máxime cuando se tienen como garantías adicionales a las de eficacia, eficiencia, economía y probidad en el desarrollo de la necesidad a contratar interadministrativamente con ETB S.A. ESP. las siguientes:

(i) ETB S.A. ESP. tiene previsto en su estructura administrativa una división dedicada a central de medios, lo que impone un valor agregado en cuanto a la eficiencia y eficacia de la labor a contratar; es decir, contamos con una central de medios, exclusiva para la estrategia comunicacional del Distrito Capital.

(ii) ETB S.A. ESP. realiza procesos de divulgación tradicional de campañas buscando las mejores tarifas y beneficios para el Instituto Distrital para la Protección de la Niñez y la Juventud–IDIPRON-.

(iii) ETB S.A. ESP. realiza una gestión anual de negociación de tarifas, buscando la optimización para las entidades, generando sinergia a partir de:

a) Coordinación fluida y constante en el marco de los comités técnico operativo de tráfico, garantizando que el desarrollo de la ejecución de pautas responda ciento por ciento a los criterios de necesidad del Instituto Distrital para la Protección de la Niñez y la Juventud–IDIPRON- como anunciante.

b) Construcción armónica de los planes y programas de divulgación y,

c) Uniformidad a las campañas de divulgación tradicional y ubicación en las parrillas, generando una novedad beneficiosa para el Instituto Distrital para la Protección de la Niñez y la Juventud–IDIPRON-

(iv) ETB S.A. ESP. en la ejecución de las actividades contractuales traslada en forma total los descuentos y beneficios obtenidos con vehículos de comunicación que hacen parte tanto de los relacionados en las tarifas de referencia, así como de los adicionales en los que se requiere y aprueba efectuar las diferentes estrategias de divulgación institucional, con lo cual se logra una mayor optimización de los recursos dispuestos para el desarrollo de las acciones de comunicación pública del Instituto Distrital para la Protección de la Niñez y la Juventud–IDIPRON.

Este proceso decanta una experiencia exitosa dentro de las relaciones contractuales ya ejecutadas y terminadas durante ocho (8) años de operación de la Central Pública de Medios en cabeza de la Empresa de Telecomunicaciones de Bogotá S.A. –ETB S.A. ESP., experiencia específica que permite evidenciar la idoneidad de la misma en la ejecución de programas y proyectos de comunicación pública, aspecto que resulta fundamental en razón a que ETB S.A conoce las necesidades del sector público y por ende, en los planes de medios puede brindar asesoramiento y asistencia técnica eficaz y eficiente que asegure la coherencia y divulgación del mensaje que se pretenda brindar a los ciudadanos en desarrollo del Derecho a la información pública.

La Empresa de Telecomunicaciones de Bogotá S.A. –ETB S.A. ESP., tiene el carácter de pública para los efectos contractuales perseguidos, a la vez, que es más beneficioso para la Administración Distrital contratar con una empresa que obtiene mejores precios para la ejecución del objetivo planteado. Así mismo, cabe señalar que las tarifas que presentó ETB S.A. ESP. en la cotización y los señalados en su oferta comercial, son valores de referencia que evidencian la ventaja económica de suscribir un contrato interadministrativo, sin embargo, teniendo en cuenta que las tarifas por medio, dependen de diferentes factores como son: a) la negociación de la ETB S.A. ESP. con cada uno de ellos, b) el costo punto rating de los diferentes horarios del día y c) las diferentes épocas y festividades del año, d) el rating para efectos de la compra de pauta en televisión resulta pertinente aclarar que dentro de la ejecución del contrato a suscribir, el valor de los gastos reembolsables a reconocer a la ETB S.A. ESP. serán los valores efectivamente cobrados a la misma por cada uno de los medios usados por campaña.

Efectivamente, dentro del objeto social de la Empresa de Telecomunicaciones de Bogotá – ETB S.A. ESP. se desarrollan actividades que materializan el objeto planteado por la Administración Distrital, el cual

contempla, entre otras acciones , las siguientes: *"(...) la producción y distribución de contenido propio y de terceros y la prestación del servicio de publicidad interactiva, así como la integración de todos los servicios que impliquen la divulgación de contenidos en los medios de comunicación tradicionales, la prestación de los servicios de publicidad por cuenta propia y/o de un tercero, en aras de la difusión o divulgación de políticas públicas y de mensajes institucionales o comerciales, que implique la producción y distribución de contenidos propios y de terceros (...)"*, es así, que se dan los presupuestos esgrimidos en el a**rtículo 2.2.1.2.1.4.4.** *"Convenios o Contratos Interadministrativos" del Decreto Reglamentario 1082 de 2015*, como también, se cumple los principios de economía, eficacia, objetividad y transparencia, por lo que, se considera que están dadas las condiciones establecidas de manera taxativa para que se proceda de manera directa a celebrar un Contrato Interadministrativo.

Así mismo, se identifica que las centrales de medios existentes en el mercado acuerdan directamente las tarifas con los medios de comunicación, lo que define la existencia de capacidad de negociación cuyos resultados y beneficios no se trasladan en su totalidad o parcialmente a la entidad interesada en la divulgación, tal como si lo hace ETB S.A. ESP. en el desarrollo de las actividades contractuales a su cargo, en virtud de lo cual traslada en forma plena todos aquellos descuentos y beneficios que resultan de sus negociaciones y contrataciones con los diferentes vehículos de comunicación. Es así como se obtiene no sólo una de las mejores opciones económicas que ofrece el mercado de las centrales de medios, sino que, en forma paralela se crean condiciones para asegurar la efectividad del mensaje a partir de los medios y franjas en las que se adelantan las acciones de comunicación pública.

De otra parte, cabe señalar que en la actualidad la ciudad atraviesa por una emergencia social y económica decretada por el gobierno Nacional, en razón de la situación de salubridad vivida por causa del COVID-19 a nivel global, virus respecto del cual los expertos epidemiológicos e infectólogos han señalado que deben efectuarse acciones de autocuidado, autoprotección y distanciamiento social, como las más relevantes para contener la propagación y efectos del virus, que conllevaría a una disminución de la curva de contagios, con lo que, se evitaría el colapso del sistema de salud con que cuenta la ciudad, permitiendo así una debida atención a las personas que contraigan el virus, y se puedan salvar vidas en la ciudad de Bogotá, por lo que, es necesario mantener informada a la ciudadanía sobre hábitos, rutinas y actividades, que conlleven a aplanar la curva epidemiológica.

En atención a los conceptos de expertos en la materia que han señalado diferentes medidas en procura de disminuir la curva de contagios y por ende, los efectos del COVID-19, el Instituto Distrital para la Protección de la Niñez y la Juventud–IDIPRON, requiere en forma prioritaria realizar acciones de comunicación pública en los medios ATL, digitales y comunitarios, para contribuir al manejo de la emergencia de salud pública que vive la ciudad por la pandemia por COVID-19.

Es de anotar que, en la plataforma de la Tienda Virtual del estado colombiano – TVEC, no se encuentran acuerdos marco vigentes suscritos por Colombia Compra Eficiente, para este tipo de servicios de comunicación, por lo que se sugiere continuar con la modalidad de selección descrita en el Plan de Adquisiciones Vigencia 2021.

Así mismo, fue consultada la normatividad distrital (decreto 492 del 2019) relacionada con la austeridad del gasto, en lo referente a los contratos de publicidad o similares, encontrando que la restricción se encuentra en aquellos que van dirigidos a contratar *"publicidad y/o propaganda personalizada (agendas, almanaques, libretas, pocillos, vasos, esferos, regalos corporativos, souvenir o recuerdos, etc.)., que no se encuentren debidamente justificadas en las necesidades del servicio."*. Por lo anterior, es procedente suscribir un contrato interadministrativo para desarrollar el objeto de central de medios con el cual se pretende suplir la necesidad que desde el área de trabajo de comunicaciones se plantea.

II. DESCRIPCIÓN DEL OBJETO A CONTRATAR

Proveer al Instituto Distrital para la Protección de la Niñez y la Juventud–IDIPRON, los servicios de Central de Medios para la divulgación institucional de sus planes, programas, proyectos y políticas, a través de la planeación, ordenación, seguimiento, compra y optimización de espacios en medios de comunicación masivos, alternativos, regionales y comunitarios mediante el desarrollo y ejecución de acciones de pauta digital, tradicional y no tradicional, sujetándose a los lineamientos estratégicos que determine el Instituto.

a. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS – RELACIÓN DE BIENES, PRODUCTOS, SERVICIOS Y/O OBRAS A ADQUIRIR.

DESCRIPCIÓN ITEM	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD
Publicidad en radio	Servicio	1
Publicidad en televisión	Servicio	1
Publicidad en internet	Servicio	1
Publicidad en los cines	Servicio	1
Publicidad en Prensa	Servicio	1
Servicios de Campañas Publicitarias	Servicio	1
Servicios de producción publicitaria	Servicio	1
Inserción en Radio	Servicio	1
Inserción en Televisión	Servicio	1
Inserción en Internet	Servicio	1
Inserción en Cines	Servicio	1
Inserción en Medios Impresos	Servicio	1
Servicios Relacionados con la Televisión	Servicio	1
Servicios Relacionados con la Radio	Servicio	1
Servicios Relacionados con el Internet	Servicio	1

b. CLASIFICACIONES UNSPSC

El objeto contractual se clasifica en los siguientes códigos de bienes y servicios:

SEGMENTO	FAMILIA	CLASE
82 - Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	10 - Publicidad	16 - Publicidad difundida
82 - Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	10 - Publicidad	18 - Servicios de agencia de publicidad
82 - Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	10 - Publicidad	19 - Colocación y cumplimiento de medios
83 - Servicios Públicos y Servicios Relacionados con el Sector Público	12 - Servicios de información	17 - Servicios de comunicación masiva

III. SITIO DE ENTREGA

El servicio de Central de Medios se debe prestar en la ciudad de Bogotá D.C.

IV. PLAZO

El presente contrato tendrá un plazo de ejecución de SEIS (6) MESES, contados a partir de la fecha de suscripción del acta de inicio, previo cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución, es decir, la expedición del Registro Presupuestal.

V. OBLIGACIONES GENERALES

Obligaciones Generales

(1) Cumplir con el objeto del presente contrato y las especificaciones técnicas mínimas descritas en el estudio previo, fichas técnicas y en la propuesta presentada, la cual para todos los efectos forma parte integral del presente contrato.

(2) Obrar con lealtad y buena fe en las distintas etapas contractuales, evitando dilaciones y entrabamientos que puedan presentarse y en general se obliga a cumplir con lo establecido en la Ley 80 de 1993, Ley 1150 de 2007y sus Decretos Reglamentarios.

(3) Suscribir el acta de inicio, acta de liquidación del contrato y las modificaciones a las que hubiera lugar.

(4) Realizar los actos necesarios y tomar las medidas conducentes para el debido y oportuno cumplimiento de las obligaciones contractuales y la ejecución del contrato.

(5) El CONTRATISTA asumirá el pago los impuestos, gravámenes, aportes parafiscales y servicios de cualquier género que establezcan las leyes colombianas.

(6) El CONTRATISTA deberá aportar certificación expedida por el revisor fiscal cuando exista de acuerdo con losrequerimientos de la ley o por el Representante Legal del cumplimiento de sus obligaciones con el Sistema de Seguridad Social Integral (sistemas de salud, pensiones y riesgos profesionales), y aportes a la Cajas de Compensación Familiar, Servicio Nacional de Aprendizaje e ICBF, cuando a ello hubiere lugar, obligación quedeberá adjuntarse al informe del interventor y deberá ser verificada por éste.

(7) Informar oportunamente al supervisor durante la ejecución del contrato las variaciones que se presenten al régimen de imposición por IVA u otras cargas tributarias en atención a los bienes o servicios contratados o al régimen tributario del contratista.

(8) Las demás obligaciones especiales de acuerdo con el objeto contractual.

Obligaciones Específicas

En desarrollo del objeto contractual, ETB S.A. ESP. ejecutará el objeto de conformidad con las especificaciones que se describen a continuación:

Para el servicio de central de medios se debe cumplir

1. Se dé estricto cumplimiento **a:** las obligaciones contractuales contenidas en los estudios previos, **b.** al anexo técnico el cual hace parte integral del contrato, y **c.** a los precios ofertados por el contratista,

2. Presentar al supervisor del contrato, previo requerimiento, a través del brief, los diferentes planes de medios, en los cuales se debe señalar los valores para cada uno de los espacios de forma individual por cada medio y discriminando el valor para cada ítem de manera periódica, de igual manera, el flow chart de la inversión de cada campaña de forma digital.
3. Hacer entrega al supervisor del contrato, en un plazo máximo de cinco (5) días posteriores al envío de la solicitud con el brief de los planes de medios con la inversión o colocación de mensajes de forma digital, la cual debe contener la siguiente información: **a.** valores unitarios y totales de la inversión; **b.** el nombre de los medios; **c.** el número de personas proyectadas a impactar con el mensaje; **d.** el horario de salida; **e.** el valor unitario de la inversión; **f.** el posible tipo de público objetivo o target de cada uno de los contenidos a comunicar en medios masivos, alternativos, tradicionales y no tradicionales; y, **g.** cualquier otra información que considere relevante, y que, le permita a IDIPRON tener una perspectiva clara del resultado en la trasmisión de la información. De igual manera, la propuesta a la que se refiere este ítem será objeto de revisión y aprobación por parte del IDIPRON. El Instituto suministrará toda la información necesaria la cual servirá para la estructuración de la propuesta y el plan de medios.
   Realizar las gestiones necesarias que garanticen a IDIRPON acceder a los espacios, franjas o audiencias en los medios de comunicación masivos, **ATL** (Above the Line), comunitarios y digital bajo las condiciones pactadas o aquellas, que surjan de una renegociación con los medios de comunicación y que sean más favorables que la pactadas inicialmente.
4. Atender las observaciones hechas por IDIPRON a la propuesta de inversión o plan de medios presentada por el contratista si a ello hubiere lugar.
5. Elaborar, presentar y hacer seguimiento a las órdenes entregadas a los medios de manera oportuna garantizando con ello, que se dé cumplimiento en las ubicaciones, cantidad de piezas, tarifas, y en general, que la pauta efectivamente salga al aire y se ejecute como se ha solicitado.
6. Adelantar el seguimiento a la ejecución en medios de los planes de comunicación aprobados y presentados en nombre de IDIPRON, lo cual, nos lleve a confirmar el cumplimiento de la orden, de lo contrario, realizar las gestiones que conlleven a las reposiciones, compensaciones, cambio en cualquiera de los servicios prestados o a las devoluciones que correspondan.
7. Designar un ejecutivo de cuenta con amplia experiencia en Entidades Públicas, el cual deberá actuar como enlace permanente entre IDIRPON y EL CONTRATISTA.
8. Entregar de manera oportuna con cada cuenta de cobro los soportes de publicaciones y/o de la pauta de acuerdo con los requerimientos de cada proceso de la siguiente manera: a. Publicidad Radial, televisiva y otras; factura y certificación del servicio del proveedor, adjuntando, si es el caso, la evidencia gráfica que acredite la inversión hecha. **b.** Publicación en prensa y revistas: un ejemplar digital por cada publicación.
9. Certificar por cada canal o medio la emisión o colocación de mensajes, el cual previamente ha sido aprobado por IDIRPON, según sean los periodos de ejecución de cada plan de medios. Debe ser aportadas con la cuenta de cobro.
10. Presentar un informe real cumplido de cada campaña, cualitativo y cuantitativo del impacto de los mensajes al finalizar la facturación del 100% de los proveedores de medios de cada plan aprobado.
11. Presentar mensualmente un informe financiero en donde plasme el avance de la ejecución del contrato, que indique: **a.** campañas ejecutadas; **b.** valores ordenados y facturados a la entidad; **c.** saldos pendientes por facturar y saldo por ejecutar.
12. Emplear la infraestructura técnica, operativa, logística y de talento humano, con la idoneidad y la experiencia requerida de conformidad con la oferta comercial presentada, necesaria para atender en debida forma el desarrollo del objeto contratado.
13. Asistir a las reuniones que sea convocado por parte del supervisor del contrato.
14. Suministrar al Instituto la información que necesite para dar respuesta a los requerimientos que efectúen los organismos de control con relación a la ejecución y desarrollo del Contrato.

15. Cumplir con los planes de trabajo y/o cronogramas acordados y aprobados por el Supervisor del Contrato o quien sea designado por este.
16. Las demás que sean requeridas por IDIPRON para la correcta ejecución del Contrato.

VII. FORMA DE PAGO

EL IDIPRON pagará a la ETB S.A. ESP. mensualidades vencidas de acuerdo con los servicios prestados. **por la modalidad gastos rembolsables y por remuneración por comisión sobre contratación en medios de comunicación.** Para lo cual, la ETB S.A. ESP. deberá presentar a IDIPRON la respectiva factura de cobro; los documentos que acrediten los gastos a rembolsar; la constancia del medio de comunicación que acredite el servicio (entre otros, certificación del proveedor en caso de publicidad radial, televisiva y otras, evidencia gráfica que acredite la inversión hecha, ejemplar de la edición en caso de prensa y revistas); la certificación que acredite el recibo a satisfacción por parte del supervisor del contrato; y, deberá acreditar el pago de los aportes establecidos en el Artículo 50 de la Ley 789 de 2002, lo cual se hará mediante certificación expedida por el revisor fiscal o el representante legal si no tiene revisor fiscal, y demás normas que lo modifiquen, reglamentan o complementen.

Gastos reembolsables: Se entiende por gastos reembolsables, el valor de la contratación realizada por ETB conforme con lo solicitado y aprobado por el IDIPRON en medios de comunicación masivos, alternativos, digitales y comunitarios de comunicación.

remuneración por comisión sobre contratación en medios de comunicación Los servicios prestados por la ETB S.A. ESP. a IDIPRON, serán reconocidos por este a razón del valor correspondiente al doce punto cinco por ciento (12,5%) más el IVA, sobre la contratación solicitada y aprobada por el IDIPRON en medios masivos, alternativos, digitales y comunitarios de comunicación y efectivamente pautada.

Tramite y condiciones de pago:

Una vez recibida y aprobada la cuenta de cobro con sus anexos, el instituto contará con un plazo de 30 días calendario para proceder con el pago, siempre y cuando los documentos requeridos para el trámite sean entregados en los plazos establecidos por el proceso de gestión financiera del Instituto.

Dichas facturas serán revisadas por la supervisión en los siguientes tres (3) días hábiles, para lo cual se establecerá un cronograma de entrega de facturas durante la ejecución del contrato.

La no presentación oportuna de los documentos requeridos para el pago será responsabilidad del contratista y por ello no tendrá derecho a pagos adicionales o compensación ninguna.

Otras condiciones para el pago:

Primera: El IDIPRON no reconocerá pagos sobre servicios que no hubieren sido previamente requeridos o autorizados por el supervisor del contrato y/o quien ejerza su apoyo. **Segunda:** El CONTRATISTA que esté obligado a declarar y pagar el IVA, deberá tener en cuenta lo establecido en el Parágrafo transitorio 2° del artículo 308 la Ley 1819 de 2016, referente a la implementación de la factura electrónica, que será a partir del 1 de enero de 2019, toda vez que, el pago a partir de esa fecha dependerá de la expedición de la factura en forma electrónica. **Tercera:** El pago estará sujeto al programa anual de caja PAC autorizado, situación que el contratista declarará conocer y aceptar con la presentación de la oferta. **Cuarta:** Las cuentas de cobro o facturas deberán ser acompañadas de la acreditación del pago de aportes al Sistema Integral de Seguridad Social y Parafiscales, de acuerdo con lo señalado en el artículo 23 de la ley 1150 de 2007 y demás normas

que regulan la materia, previa expedición del certificado de recibo a satisfacción de los servicios, suscrito por el supervisor del contrato. **Quinta:** Dentro del término señalado para efectuar el desembolso o pago, el INSTITUTO DISTRITAL PARA LA PROTECCIÓN DE LA NIÑEZ Y LA JUVENTUD–IDIPRON- podrá formular por escrito las observaciones u objeciones que tenga a la factura, que presente para el pago a ETB S.A. ESP. Durante el tiempo que dure la revisión a las observaciones formuladas por el Instituto, se suspenderá el plazo para el desembolso o pago y una vez realizadas las aclaraciones pertinentes por parte de ETB S.A. ESP. se reanudará dicho plazo. **Sexta:** ETB S.A. ESP. con la suscripción del contrato, acepta que en el evento que el valor total a pagar por cada factura tenga centavos, estos deberán ser ajustados o aproximados al peso, ya sea por exceso cuando la suma sea igual o mayor a 0,50 centavos o por defecto cuando la suma sea menor a 0.50 centavos. Lo anterior, sin que sobrepase el valor total establecido en el contrato. **Séptima:** El IVA, las Estampillas, la retención en la fuente a los pagos o abonos en cuenta, se harán de acuerdo con las disposiciones legales sobre la materia. De igual manera, ETB S.A. ESP. deberá tener en cuenta que el contrato que se derive de la presente contratación está sujeto al pago de todos los impuestos y contribuciones locales y nacionales los cuales deben ser asumidos por ETB S.A. ESP. S.A. La retención e impuestos se aplicarán según la normatividad que proceda a la naturaleza jurídica de ETB S.A. ESP. **Octava:** EL INSTITUTO DISTRITAL PARA LA PROTECCIÓN DE LA NIÑEZ Y LA JUVENTUD–IDIPRON- solo adquiere obligaciones contractuales con ETB S.A. ESP. y bajo ningún motivo o circunstancia efectuará pagos a terceros. **Octava:** Los pagos serán realizados por medio de la Tesorería Distrital en pesos colombianos, a través de la consignación en la cuenta corriente o de ahorros que indique ETB S.A. ESP. en su calidad de contratista, acorde con la certificación expedida por la entidad financiera aportada por el contratista en su oferta. **Novena:** Cada uno de los pagos se realizarán de conformidad con lo establecido en el objeto y obligaciones del contrato, además de la certificación del pago al Sistema Integral de Seguridad Social y Parafiscales conforme a la Ley 100 de 1993, Ley 789 de 2002 y Decreto Ley 1607 de 2012, expedida por el Representante Legal o Revisor Fiscal y las fechas señaladas por IDIPRON, teniendo en cuenta los descuentos de Ley, este pago queda sujeto a la aprobación del PAC.

FUNDAMENTOS JURÍDICOS QUE SOPORTAN LA MODALIDAD DE SELECCIÓN

Que la Constitución Política de Colombia de 1991, en su artículo 113 indica lo siguiente *"Ramas del poder público Artículo 113. Son ramas del poder público, la legislativa, la ejecutiva, y la judicial. Además de los órganos que las integran existen otros, autónomos e independientes, para el cumplimiento de las demás funciones del Estado. Los diferentes órganos del Estado tienen funciones separadas, pero colaboran armónicamente para la realización de sus fines."*

Que el artículo 209, Ibidem, menciona que la función administrativa del estado *"está al servicio de los intereses generales y se desarrolla con fundamento en los principios de igualdad, moralidad, eficacia, economía, celeridad, imparcialidad y publicidad, mediante la descentralización, la delegación y la desconcentración de funciones. Las autoridades administrativas deben coordinar sus actuaciones para el adecuado cumplimiento de los fines del Estado. (...)"*

Que la ley 80 de 1993 en su artículo 3, señala que *"Las actuaciones de quienes intervengan en la contratación estatal se desarrollarán con arreglo a los principios de transparencia, economía y responsabilidad y de conformidad con los postulados que rigen la función administrativa. (...)"*.

El artículo 23, Ibidem, establece que las actuaciones de quienes intervengan en la contratación estatal se desarrollarán con arreglo a los principios de transparencia, economía y responsabilidad y de conformidad con los postulados que rigen la función administrativa. De igual manera, el artículo 26, ibidem, en su numeral 5, establece la responsabilidad de los representantes legales de las entidades estatales en la dirección y manejo de la actividad contractual.

Que en el artículo 24, Ibidem, menciona que en el principio de transparencia en su numeral 1, señala los casos en que la administración pública se puede contratar directamente, entre varios, esta, la *"interadministrativa"*

Que la ley 489 de 1998, en su artículo 6 establece lo siguiente, *"Principio de coordinación: En virtud del principio de coordinación y colaboración las autoridades administrativas deben garantizar la armonía en el ejercicio de sus respectivas funciones con el fin de lograr los fines y cometidos estatales, en consecuencia prestarán su colaboración a las demás entidades para facilitar el ejercicio de sus funciones y se abstendrán de impedir o estorbar su cumplimiento por los órganos, dependencias y entidades titulares (...)"*

Que el literal c), numeral 4, artículo 2 de la Ley 1150 de 2007 modificado por el artículo 92 de la Ley 1474 de 2011, en concordancia con el artículo 76 del Decreto 150 del 2013, contemplan como causal de contratación directa, los contratos interadministrativos, preceptuando que: *Las entidades señaladas en el artículo 2° de la Ley 80 de 1993 celebrarán directamente contratos entre ellas, siempre que las obligaciones del mismo tengan relación directa con el objeto de la entidad ejecutora. Cuando fuere del caso y de conformidad con lo dispuesto por las normas orgánicas de presupuesto serán objeto del correspondiente registro presupuestal"*

Que el artículo 149 de Decreto Ley 1421 de 1993, denominado estatuto orgánico de Bogotá D.C. señala que *"(...) El Distrito, sus localidades y las entidades descentralizadas podrán celebrar los contratos y acuerdos previstos en el derecho público y en el derecho privado de resulten necesarios para el cumplimiento de sus funciones, la prestación de los servicios y la construcción de las obras a su cargo. En tales contratos o acuerdos se deberán pactar las cláusulas o estipulaciones que las partes consideren convenientes y necesarias para asegurar su ejecución, siempre que no sean contrarias a la Constitución, la ley, y el orden público"*

Que el Decreto 1082 del 2015, en su artículo 2.2.1.2.1.4.4. señala que, Convenios o contratos interadministrativos. La modalidad de selección para la contratación entre Entidades Estatales es la contratación directa; y, en consecuencia, le es aplicable lo establecido en el artículo 2.2.1.2.1.4.1. del mencionado decreto que prevé, la obligatoriedad de proferir un acto administrativo de Justificación de la Contratación Directa, que contendrá entre otros aspectos: *"(...). 1) La causal que invoca para contratar directamente, 2) El objeto del contrato, 3) El presupuesto para la contratación y las condiciones que exigirá al contratista, 4) El lugar en el cual los interesados pueden consultar los estudios y documentos previos. (...)"*

Que el acuerdo 257 del 2016, en su artículo 10 señala *"**Coordinación.** La Administración Distrital actuará a través de su organización administrativa de manera armónica para la realización de sus fines y para hacer eficiente e integral la gestión pública distrital, mediante la articulación de programas, proyectos y acciones administrativas, a nivel interinstitucional, sectorial, intersectorial y transectorial.*

VIII. ANÁLISIS QUE SOPORTA EL VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO

1. PROPUESTA ECONÓMICA - ASPECTOS COMERCIALES:

Tarifas propuestas por ETB S.A. ESP.

Las tarifas y descuentos ofertados se detallan a continuación y se basan en los ítems y vehículos promedio que habitualmente se usan para los planes de medios de entidades del Distrito:

Tarifas de Televisión Local:

PROGRAMA	VALOR COMERCIAL UNITARIO BRUTO SIN IVA	% DESCUENTO	VALOR NETO	IVA	VALOR NETO CON IVA
Arriba Btá - L-S Comercial de 30 Seg L-V 6 a 9 am S- 6 a 7:30 am	2.812.500	64%	1.012.500	192.375	1.204.875
City Noticias de Medio Dia L-D 12 m Comercial de 30 Seg	2.500.000	64%	900.000	171.000	1.071.000
City Noticias de las 8 L-D 8 pm Comercial d 30 Seg	2.812.500	64%	1.012.500	192.375	1.204.875
Bravisimo S-D 8 am a 1 pm Comercial de 30 Seg	2.500.000	64%	900.000	171.000	1.071.000

- Tarifas vigentes hasta mayo 31 de 2022
- Las tarifas aquí cotizadas en los diferentes canales solo contemplan pauta regular, es decir que para compra de espacios en eventos especiales y notas de merchandising en noticieros y otros programas, o ejecuciones especiales tales como, crawles, cortinillas, congelados, cortes únicos etc. aplican tarifas diferentes.

Tarifas en medios Digitales:

MEDIO	UBICACIÓN	FORMATO	COMPRA	UNIDAD	VALOR BRUTO UNIT SIN IVA	% DESCUENTO	VALOR NETO	IVA 19%	VALOR UNITARIO INCLUIDO
COMPRA PROGRAMATICA	Banners en sitios y aplicaciones de acuerdo a segmentación seleccionada	Rich Media y Banners	CPM	1000 impres	$ 25.000	0%	$ 25.000	$ 4.750	$ 29.750
PAUTA GEOREFERENCIADA	Red especializada en pauta georeferenciada en dispositivos móviles.	Rich Media Display	CPM	1000 impres	$ 49.500	23%	$ 38.254	$ 7.268	$ 45.522
Audio Digital	Pauta de radio por medio del audio digital, garantía de escucha al 100 %	Audio digital	Costo por reproducción al 100 %	1000 IMPRES	$ 150	48%	$ 78	$ 15	$ 93
Facebook Ads Facebook, Instragram y Audiencias	Banner o video de una o varias imágenes enfocado en generar tráfico	Link ad y Carrusel	Costo por acción (CPC)	1000 IMPRES	$ 280	0%	$ 280	$ 53	$ 333
Facebook Ads Facebook, Instragram y Audiencias	Experiencia de pauta completa Mobile. Esta pieza estará compuesta por video, imágenes, texto y formulario de contacto	Video Pantalla completa	Costo por mil impresiones CPM OPTIMIZADA POR ALCANCE	1000 IMPRES	$ 2.240	0%	$ 2.240	$ 426	$ 2.666
Youtube.com	Video Preroll	Video (preroll)	CPC	1000	$ 17	0%	$ 17	$ 3	$ 20
Google Ads	Pauta enfocada en generar Tráfico de calidad y branding	Search	Clics al sitio web (CPC)	1000 IMPRES	$ 280	0%	$ 280	$ 53	$ 333
Google Ads	Pauta enfocada enrealizar branding	GDN HTML5	Costo por mil impresiones CPM	1000 IMPRES	$ 784	0%	$ 784	$ 149	$ 933
Google Ads	Pauta enfocada en conseguir reproducciones de calidad	YouTube In-stream	CPV	1000 IMPRES	$ 17	0%	$ 17	$ 3	$ 20
Google Ads	Anuncio de máximo 15 segundos no saltepble	YouTube no skippable	Costo por mil impresiones CPM	1000 IMPRES	$ 10	0%	$ 10	$ 2	$ 12
Google.com	Search	Palabras Clave	CPC	1000	$ 504	0%	$ 504	$ 96	$ 600
Google.com	Red Display Google	Banner tradicional 120*600 (Esto se toma como Display, pero no solo como una dimensión de un banner sino por lo menos 5 dimensiones)	CPC	1000	$ 280	0%	$ 280	$ 53	$ 333
Google Ads	Mayor cobertura de audiencia con anuncios de video diseñados para móviles (esto con videos fuera del reproductor)	Out-stream	Costo por mil impresiones CPM	1000 IMPRES	$ 8.400	0%	$ 8.400	$ 1.596	$ 9.996

Tarifas de Radio:

CADENA	EMISORA	CIUDAD	PROGRAMA	HORA	TIPO DE EMISION	CANT. (informativas)	VALOR AVISO UNITARIO BRUTO SIN IVA	% DESCUENTO	VALOR NETO UNITARIO SIN IVA	IVA SOBRE VALOR NETO	VALOR TOTAL UNITARIO IVA INCLUIDO
RADIOPOLIS	Candela Estereo (FM)	Bogotá	Musical	10:00 am- 10:00 pm	cuña 30"	1	541.144	88,4%	62.530	11.881	$ 74.411
RADIOPOLIS	Candela Estereo (FM)	Bogotá	Programa Morning	5:30 am- 10:00 am	cuña 30"	1	769.178	46,0%	414.991	78.848	$ 493.840
RADIOPOLIS	Vibra (FM)	Bogotá	Musical	10:00 am- 10:00 pm	cuña 30"	1	515.975	88,0%	62.121	11.803	$ 73.923
RADIOPOLIS	Vibra (FM)	Bogota	Programa Morning	6:00 am-10:00 am	cuña 30"	1	788.574	55,4%	351.699	66.823	$ 418.522
CRC	La W (FM)	Bogota	Noticiero	5:00am a 10:00 am	cuña 30"	1	3.170.649	42,5%	1.824.220	346.602	$ 2.170.822
CRC	Oxigeno 100.4 (F.M)	Bogota	Musical	10: 00 am a 19:00 pm	cuña 30"	1	568.759	87,1%	73.274	13.922	$ 87.197
CRC	Oxigeno 100.4 (F.M)	Bogotá	La pachanga Morning	6:00 am- 10:00 am	cuña 30"	1	647.469	88,7%	73.274	13.922	$ 87.197
CRC	Tropicana Estereo (F.M)	Bogotá	Musical	10: 00 am a 19:00 pm	cuña 30"	1	585.195	89,1%	63.960	12.152	$ 76.112
CRC	Tropicana Estereo (F.M)	Bogotá	Tropashow	6:00 am- 10:00 am	cuña 30"	1	678.519	89,0%	74.524	14.160	$ 88.684
CRC	Caracol Rad FM	Bogotá	Hoy x hoy 6am	4:00 am- 10:00 am	cuña 30"	1	3.682.981	91,0%	331.223	62.932	$ 394.156
CRC	Caracol Rad FM	Bogotá	Noticias medio dia	12:00 am a 2:00 pm	cuña 30"	1	1.407.501	76,8%	326.754	62.083	$ 388.837
CRC	Caracol Rad FM	Bogotá	Pulso del Futbol	2:00 pm a 7: 00pm	cuña 30"	1	1.463.937	92,3%	112.276	21.332	$ 133.609
CRC	Caracol Rad FM	Bogotá	Hora 20	08:00 p.m. a 9:00 pm	cuña 30"	1	1.407.501	92,0%	112.276	21.332	$ 133.609
CRC	Caracol Rad FM	Bogotá	Lucienaga	10:00 am a 12:00 am	cuña 30"	1	3.596.070	96,7%	120.327	22.862	$ 143.189
CRC	Radioactiva	Bogotá	Musical	10:00 am - 19:00	cuña 30"	1	562.303	91,0%	50.715	9.636	$ 60.351
CRC	Radioactiva	Bogotá	El gallo	6:00 am- 10:00 am	cuña 30"	1	737.766	92,2%	57.535	10.932	$ 68.467
Caracol TV	Blu Radio	Bogotá	Mañanas Blu	6:00 am a 12:00am	cuña 30"	1	2.626.000	84,5%	406.542	77.243	$ 483.785
Caracol TV	Blue Radio	Bogotá	Voz Popoli	4:00 pm a 7:00 pm	cuña 30"	1	2.118.000	84,4%	330.316	62.760	$ 393.076
Caracol TV	La Kalle	Bogotá	Musical	10: 00 am a 19:00 pm	cuña 30"	1	462.000	85,4%	67.248	12.777	$ 80.025
Oro	Olímpica	Bogotá	Musical	6:00 am- 19:00 pm	cuña 30"	1	494.000	79,5%	101.394	19.265	$ 120.659
Oro	Olímpica	Bogotá	Temprano es mas bacano	6:00 am- 19:00 pm	cuña 30"	1	626.000	51,1%	306.080	58.155	$ 364.235
RCN	La mega	Bogotá	Musical	pm a 16:00 pm Lunes a Vie	cuña 30"	1	506.000	81,5%	93.756	17.814	$ 111.570
RCN	La mega	Bogotá	El mañanero	00 a 7:00 am lunes a viern	cuña 30"	1	1.264.000	87,0%	164.525	31.260	$ 195.785
RCN	La mega	Bogotá	El megáfono	3 pm a 7:00 pm lunes a vier	cuña 30"	1	863.000	80,9%	164.525	31.260	$ 195.785
RCN	Radio Uno (FM)	Bogotá	Programa Morning	6:00 am- 10:00 am	cuña 30"	1	576.000	85,7%	82.134	15.605	$ 97.739
RCN	Radio Uno (FM)	Bogotá	Musical	10:00 am- 19:00 pm	cuña 30"	1	443.000	81,5%	82.134	15.605	$ 97.739
RCN	La caribeña	Bogotá	Musical	11:00 am - 17:00 am	cuña 30"	1	231.000	81,1%	43.650	8.293	$ 51.943
RCN	La caribeña	Bogotá	Alerta Tarde	12:00 am a 13:30 pm	cuña 30"	1	572.000	81,1%	108.220	20.562	$ 128.782
RCN	La caribeña	Bogotá	Alerta Mañana	5:30 am a 9:00 am	cuña 30"	1	626.000	81,1%	118.035	22.427	$ 140.461
RCN	La FM	Bogotá	Musical	11:00 am a 17:00 pm	cuña 30"	1	402.000	81,9%	72.835	13.839	$ 86.674
RCN	La FM	Bogotá	Los originales	17:00 pm a 20:00 pm	cuña 30"	1	1.271.000	45,1%	697.360	132.498	$ 829.858
RCN	La FM	Bogotá	Noticiero La FM	5:00 am a 10:00 am	cuña 30"	1	1.837.000	45,0%	1.009.587	191.822	$ 1.201.409
RCN	RCN La Radio	Bogotá	Noticias mañana	4:00 am - 10:00 am	cuña 30"	1	2.317.000	80,9%	442.178	84.014	$ 526.192
RCN	RCN La Radio	Bogotá	Noticias medio dia	12:30 a 14:00 pm	cuña 30"	1	961.000	80,9%	183.122	34.793	$ 217.915
RCN	RCN La Radio	Bogotá	En la Jugada	14:00 pm - 16:00 pm	cuña 30"	1	592.000	80,3%	116.485	22.132	$ 138.617
RCN	RCN La Radio	Bogotá	Tren de la Tarde	16:00 pm - 18:00 pm	cuña 30"	1	1.246.000	82,1%	222.768	42.326	$ 265.094
RCN	Antena 2	Bogotá	Planeta Futbol	08:00a.m. a 9:00 am	cuña 30"	1	290.000	81,1%	54.756	10.404	$ 65.159
RCN	Amor st - Ahora es Fantastica	Bogotá	Musical	6:00 am a 19:30 pm	cuña 30"	1	405.000	81,1%	76.451	14.526	$ 90.977
Advanced Media	La X	Bogotá	Mañanas X	06:00 am - 10:00 am	cuña 30"	1	432.700	80,0%	86.540	16.443	$ 102.983
Advanced Media	La X	Bogotá	One 2 five	1:00 am a 05:00 pm	cuña 30"	1	297.800	80,0%	59.560	11.316	$ 70.876

Tarifas vigentes hasta Julio 31 de 2022, con excepción de Blu y La Kalle que van hasta 31 de enero de 2022.

Tarifas de Prensa

ESPECIFICACIONES		MEDIO	CANTIDADES (informativas)	VALOR CM X COL	VALOR AVISO BRUTO SIN IVA	% DESCUENTO	VALOR NETO	IVA 19%	VALOR NETO INCLUIDO IVA
lunes a sabado	Aviso de 1 página . Policromía,Corriente, circulación Bogotá lunes a sabado	El Tiempo	1	$ 187.000	$ 60.588.000	56,0%	26.658.720	5.065.157	31.723.877
		El Espectador	1	$ 145.000	$ 26.825.000	62,0%	10.193.500	1.936.765	12.130.265
		La República	1	$ 153.200	$ 29.337.800	56,0%	12.908.632	2.452.640	15.361.272
		El nuevo Siglo	1	$ 105.000	$ 15.750.000	71,4%	4.500.000	855.000	5.355.000
		ADN	1	$ 116.000	$ 22.272.000	56,0%	9.799.680	1.861.939	11.661.619
		Portafolio	1	$ 54.000	$ 11.016.000	56,0%	4.847.040	920.938	5.767.978
		Publimetro	1	$ 140.320	$ 28.625.280	66,0%	9.732.595	1.849.193	11.581.788
		Q´Hubo	1	$ 51.865	$ 9.335.700	60,2%	3.715.609	705.966	4.421.574
lunes a sabado	Aviso de 1 página blanco y negro corriente circulación Bogotá lunes a sabado	El Tiempo	1	$ 98.000	$ 31.752.000	56,0%	13.970.880	2.654.467	16.625.347
		El Espectador	1	$ 110.000	$ 20.350.000	62,0%	7.733.000	1.469.270	9.202.270
		La República	1	$ 90.784	$ 17.385.136	56,0%	7.649.460	1.453.397	9.102.857
		El nuevo Siglo	1	$ 70.000	$ 10.500.000	71,4%	3.000.000	570.000	3.570.000
		ADN	1	$ 72.000	$ 13.824.000	56,0%	6.082.560	1.155.686	7.238.246
		Portafolio	1	$ 37.000	$ 7.548.000	56,0%	3.321.120	631.013	3.952.133
		Publimetro	1	$ 112.256	$ 22.900.224	66,0%	7.786.076	1.479.354	9.265.431
		Q´Hubo	1	$ 38.428	$ 6.917.040	59,8%	2.778.640	527.942	3.306.582
lunes a sabado	Aviso de 1/2 de página policromía corriente circulación Bogotá lunes a sabado	El Tiempo	1	$ 187.000	$ 30.294.000	56,0%	13.329.360	2.532.578	15.861.938
		El Espectador	1	$ 145.000	$ 13.412.500	62,0%	5.096.750	968.383	6.065.133
		La República	1	$ 153.200	$ 14.668.900	56,0%	6.454.316	1.226.320	7.680.636
		El nuevo Siglo	1	$ 105.000	$ 8.400.000	71,4%	2.400.000	456.000	2.856.000
		ADN	1	$ 116.000	$ 11.136.000	56,0%	4.899.840	930.970	5.830.810
		Portafolio	1	$ 54.000	$ 5.508.000	56,0%	2.423.520	460.469	2.883.989
		Publimetro	1	$ 140.320	$ 14.312.640	66,0%	4.866.298	924.597	5.790.894
		Q´Hubo	1	$ 51.865	$ 4.667.850	60,2%	1.857.804	352.983	2.210.787
domingo	Aviso de 1/2 de página policromía corriente circulación Bogotá domingos	El Tiempo	1	$ 224.400	$ 36.352.800	56,0%	15.995.232	3.039.094	19.034.326
		El Espectador	1	$ 145.000	$ 13.412.500	62,0%	5.096.750	968.383	6.065.133
		La República	1	$ 153.200	$ 14.668.900	56,0%	6.454.316	1.226.320	7.680.636
		El nuevo Siglo	1	$ 105.000	$ 8.400.000	71,4%	2.400.000	456.000	2.856.000
lunes a sabado	Aviso de 1/2 de página blanco y negro corriente circulación Bogotá lunes a sabado	El Tiempo	1	$ 98.000	$ 15.876.000	56,0%	6.985.440	1.327.234	8.312.674
		El Espectador	1	$ 110.000	$ 10.175.000	62,0%	3.866.500	734.635	4.601.135
		La República	1	$ 90.784	$ 8.692.568	56,0%	3.824.730	726.699	4.551.429
		El nuevo Siglo	1	$ 70.000	$ 5.600.000	71,4%	1.600.000	304.000	1.904.000
		ADN	1	$ 72.000	$ 6.912.000	56,0%	3.041.280	577.843	3.619.123
		Portafolio	1	$ 37.000	$ 3.774.000	56,0%	1.660.560	315.506	1.976.066
		Publimetro	1	$ 112.256	$ 11.450.112	66,0%	3.893.038	739.677	4.632.715
		Q´Hubo	1	$ 38.428	$ 3.458.520	59,8%	1.389.320	263.971	1.653.291
domingo	Aviso de 1/2 de página blanco y negro corriente circulación Bogotá domingos	El Tiempo	1	$ 117.600	$ 19.051.200	56,0%	8.382.528	1.592.680	9.975.208
		El Espectador	1	$ 110.000	$ 10.175.000	62,0%	3.866.500	734.635	4.601.135
		La República	1	$ 90.784	$ 8.692.568	56,0%	3.824.730	726.699	4.551.429
		El nuevo Siglo	1	$ 70.000	$ 5.600.000	71,4%	1.600.000	304.000	1.904.000
lunes a sabado	Valor de CM X COL, blanco y negro corriente circulación Bogotá lunes a sabado	El Tiempo	1	$ 98.000	$ 98.000	56,0%	43.120	8.193	51.313
		El Espectador	1	$ 110.000	$ 110.000	62,0%	41.800	7.942	49.742
		La República	1	$ 90.784	$ 90.784	56,0%	39.945	7.590	47.535
		El nuevo Siglo	1	$ 70.000	$ 70.000	71,4%	20.000	3.800	23.800
		ADN	1	$ 72.000	$ 72.000	56,0%	31.680	6.019	37.699
		Portafolio	1	$ 37.000	$ 37.000	56,0%	16.280	3.093	19.373
		Publimetro	1	$ 112.256	$ 112.256	66,0%	38.167	7.252	45.419
		Q´Hubo	1	$ 38.428	$ 38.428	59,8%	15.437	2.933	18.370
lunes a sabado	Valor CM X COL policromía corriente circulación Bogotá lunes y sabado	El Tiempo	1	$ 187.000	$ 187.000	56,0%	82.280	15.633	97.913
		El Espectador	1	$ 145.000	$ 145.000	62,0%	55.100	10.469	65.569
		La República	1	$ 153.200	$ 153.200	56,0%	67.408	12.808	80.216
		El nuevo Siglo	1	$ 105.000	$ 105.000	71,4%	30.000	5.700	35.700
		ADN	1	$ 116.000	$ 116.000	56,0%	51.040	9.698	60.738
		Portafolio	1	$ 54.000	$ 54.000	56,0%	23.760	4.514	28.274
		Publimetro	1	$ 140.320	$ 140.320	66,0%	47.709	9.065	56.773
		Q´Hubo	1	$ 51.865	$ 51.865	60,2%	20.642	3.922	24.564
domingo	Valor CM X COL policromía corriente, circulación Bogotá Domingo	El Tiempo	1	$ 224.400	$ 224.400	56,0%	98.736	18.760	117.496
		El Espectador	1	$ 145.000	$ 145.000	62,0%	55.100	10.469	65.569
		La República	1	$ 153.200	$ 153.200	56,0%	67.408	12.808	80.216
		El nuevo Siglo	1	$ 105.000	$ 105.000	71,4%	30.000	5.700	35.700

domingo	valor CM X COL, blanco y negro corriente, circulación Bogotá o sección destacada	El Tiempo	1	$ 117.600	$ 117.600	56,0%	51.744	9.831	61.575
		El Espectador	1	$ 110.000	$ 110.000	62,0%	41.800	7.942	49.742
		La República	1	$ 90.784	$ 90.784	56,0%	39.945	7.590	47.535
		El nuevo Siglo	1	$ 70.000	$ 70.000	71,4%	20.000	3.800	23.800

Tarifas vigentes hasta Julio 31 de 2022, con excepción de los productos de Casa Editorial El Tiempo (Tiempo, ADN y Portafolio) y Publimetro que tienen vigencia hasta mayo 31 de 2022.

Tarifas en medios Digitales:

MEDIO	UBICACIÓN	FORMATO	COMPRA	UNIDAD	VALOR BRUTO UNIT SIN IVA	% DESCUENTO	VALOR NETO	IVA 19%	VALOR UNITARIO INCLUIDO
COMPRA PROGRAMATICA	Banners en sitios y aplicaciones de acuerdo a segmentación seleccionada	Rich Media y Banners	CPM	1000 impres	$ 25.000	0%	$ 25.000	$ 4.750	$ 29.750
PAUTA GEOREFERENCIADA	Red especializada en pauta georeferenciada en dispositivos móviles.	Rich Media Display	CPM	1000 impres	$ 49.500	23%	$ 38.254	$ 7.268	$ 45.522
Audio Digital	Pauta de radio por medio del audio digital, garantía de escucha al 100 %	Audio digital	Costo por reproducción al 100 %	1000 IMPRES	$ 150	48%	$ 78	$ 15	$ 93
Facebook Ads Facebook, Instragram y Audiencias	Banner o video de una o varias imágenes enfocado en generar tráfico	Link ad y Carrusel	Costo por acción (CPC)	1000 IMPRES	$ 280	0%	$ 280	$ 53	$ 333
Facebook Ads Facebook, Instragram y Audiencias	Experiencia de pauta completa Mobile. Esta pieza estará compuesta por video, imágenes, texto y formulario de contacto	Video Pantalla completa	Costo por mil impresiones CPM OPTIMIZADA POR ALCANCE	1000 IMPRES	$ 2.240	0%	$ 2.240	$ 426	$ 2.666
Youtube.com	Video Preroll	Video (preroll)	CPC	1000	$ 17	0%	$ 17	$ 3	$ 20
Google Ads	Pauta enfocada en generar Tráfico de calidad y branding	Search	Clics al sitio web (CPC)	1000 IMPRES	$ 280	0%	$ 280	$ 53	$ 333
Google Ads	Pauta enfocada enrealizar branding	GDN HTML5	Costo por mil impresiones CPM	1000 IMPRES	$ 784	0%	$ 784	$ 149	$ 933
Google Ads	Pauta enfocada en conseguir reproducciones de calidad	YouTube In-stream	CPV	1000 IMPRES	$ 17	0%	$ 17	$ 3	$ 20
Google Ads	Anuncio de máximo 15 segundos no salteable	YouTube no skippable	Costo por mil impresiones CPM	1000 IMPRES	$ 10	0%	$ 10	$ 2	$ 12
Google.com	Search	Palabras Clave	CPC	1000	$ 504	0%	$ 504	$ 96	$ 600
Google.com	Red Display Google	Banner tradicional 120*600 (Esto se toma como Display, pero no solo como una dimensión de un banner sino por lo menos 5 dimensiones)	CPC	1000	$ 280	0%	$ 280	$ 53	$ 333
Google Ads	Mayor cobertura de audiencia con anuncios de video diseñados para móviles (esto con videos fuera del reproductor)	Out-stream	Costo por mil impresiones CPM	1000 IMPRES	$ 8.400	0%	$ 8.400	$ 1.596	$ 9.996

* Tarifas vigentes hasta Julio 31 de 2022

* Para la pauta en redes es importante tener en cuenta que las tarifas de CPM, CPV, CPC, CPL, CPA y CPMA son estimadas sobre una segmentación abierta a Bogotá, en 18+; y pueden variar para cada campaña específica dependiendo de la segmentación, creatividad, fechas de vigencia de la pauta, etc.; especialmente en los medios que funcionan por puja como Google, Facebook, Twitter, Instagram y YouTube.

Tarifas en medios Comunitarios

Tipología	Medios	Valor por unidad IVA incluido
Aviso 1 página policromía sección destacada del periódico	Periódico Proclama	$ 2.134.688
	Periódico Siglo XXI **(REVISTA)**	$ 2.050.000
	Periódico Reminiscencias	$ 2.695.000
	Periódico Golpe de Opinión	$ 1.820.000
	Periódico El Peletero	$ 2.455.650
	Periódico Agenda Sur	$ 1.890.000
	Periódico Ciudad Salitre Asosalitre	$ 2.790.000
	Periódico El Hormiguero	$ 1.928.619
	Periódico Sector H (Hayuelos)	$ 2.480.000
	Revista LGBT	$ 2.025.000
	Revista El Retiro	$ 2.552.000

Medios	FORMATO	Valor por unidad IVA incluido
24 HORAS	RADIO	$ 16.200
PSI EL CONSULTANTE	RADIO	$ 20.000
El Periodico de las Mujeres	PRENSA	$ 1.820.000
Block juvenil	RADIO	$ 20.000
MCB Red de Medios	PRENSA	$ 2.640.000
Golpe de Opinión	PRENSA	$ 1.820.000
Galardon Deportes	RADIO	$ 9.000
Suba Alternativa	RADIO	$ 30.000
Revista pagina 13	REVISTA	$ 2.100.000
Encuentro Latino Radio	RADIO	$ 24.000
El quijote	PRENSA	$ 4.530.600
OJA RADIO	RADIO	$ 19.980
Periodico el Sol	PRENSA	$ 2.070.000
ONDA AMBIENTAL STEREO	RADIO	$ 19.980
Periodico Fontibon Real	PRENSA	$ 2.170.000
Urdimbre-santafe	RADIO	$ 25.781
La Diez	RADIO	$ 20.000
La Oferta Radio	RADIO	$ 20.000
Periodico Mio	PRENSA	$ 2.070.000
RecreandoAndo	RADIO	$ 25.000
Revista Bogotá Nocturna	PRENSA	$ 1.879.828
El Hormiguero	PRENSA	$ 1.928.619
Suba al Aire	RADIO	$ 28.560
Historias Ejemplares	PRENSA	$ 2.550.000
PERIODICO REMINICENCIAS	PRENSA	$ 2.695.000
EL USUARIO DE LA SALUD	PRENSA	$ 2.695.000
Digital Stereo	RADIO	$ 27.370
Radio Alternativa	RADIO	$ 25.000
Emisora Boyacense	RADIO	$ 18.400
5-4 Musik	RADIO	$ 23.800
El Peletero	PRENSA	$ 2.455.650
RevistaLGBTI	REVISTA	$ 2.025.000
Bici Activa	RADIO	$ 23.562
Campeones de Vida	RADIO	$ 38.080
ASINCO	PRENSA	$ 2.430.000

VII. PRESUPUESTO ESTIMADO:

El presupuesto oficial para el presente proceso es por valor de **CIENTO CINCUENTA MILLONES DE PESOS M/CTE ($ 150.000.000),** Incluido IVA, impuestos, tasas, contribuciones y costos de comisión. Respaldado con el Certificado de Disponibilidad Presupuestal 3619 del treinta (30) de septiembre del 2021 del rubro presupuestal 133011601030000007727, proyecto de Inversión 7727- Fortalecimiento de la infraestructura física, TIC y de la gestión institucional del IDIPRON Bogotá..

Lo anterior de conformidad con la oferta económica presentada por la Empresa de Teleconunicaciones de Bogotá E.S.P – ETB S.A. ESP. el día 25 de octubre del 2021y teniedo en cuenta que el servicio será por seis (6) meses los caules seran calcelados por IDIPRON en la modalidad de gastos rembolsables y remuneración por comisión sobre contratación en medios de comunicación, ambos descritas en el acapite de "valor y forma de pago".

1. IMPUTACIÓN PRESUPUESTAL:

CÓDIGO RUBRO PRESUPUESTAL	133011601030000007727
NOMBRE DEL PROYECTO DE INVERSIÓN	*"Fortalecimiento de la Infraestructura Física, TIC y de la Gestión Institucional del IDIPRON Bogotá"*,
NUMERO Y NOMBRE DEL CONCEPTO DE GASTO	01 Otros Distrito
META DE PROYECTO QUE DERIVA EL PROCESO DE CONTRATACIÓN.	Proveer el cien por ciento (100%) de los servicios de apoyo para el fortalecimiento de la gestión institucional del IDIPRON
NUMERO CERTIFICADO DE DIPONIBILIDAD PRESUPUESTAL - CDP	3619
FECHA CDP	SEPTIEMBRE 30 DE 2021
VALOR CDP EN LETRAS Y NUMEROS	**CIENTO CINCUENTA MILLONES DE PESOS ($150.000.000,00) M/CTE** incluido el IVA y demás impuestos, tasas y contribuciones de ley y todos los costos directos e indirectos necesarios para la ejecución del contrato.

VIII. JUSTIFICACIÓN DE LOS FACTORES DE SELECCIÓN

De acuerdo con lo establecido en el literal c) numeral 4- Contratación Directa del artículo 2 de la ley 1150 de 2007,modificado por el artículo 92 de la ley 1474 de 2011, el cual establece:

...

*"c) **Contratos interadministrativos**, siempre que las obligaciones derivadas del mismo tengan relación directa con elobjeto de la entidad ejecutora señalado en la ley o en sus reglamentos".*

Así mismo, en el Artículo 2.2.1.2.1.4.4 del Capítulo 2 Sección 1 Subsección 4 – Contratación Directa Decreto 1082 de2015, el cual dice lo siguiente:

*"Convenios o contratos interadministrativos. La modalidad de selección para la contratación **entre Entidades Estatales es la contratación directa;** y en consecuencia, le es aplicable lo establecido en el artículo 2.2.1.2.1.4.1 del presente decreto."*

Lo anterior, teniendo en cuenta que la Empresa de Telecomunicaciones de Bogotá S.A. ESP -ETB S.A. ESP. , es una sociedad de servicios públicos, por tener el Distrito Capital una participación del 88.396% , lo cual es considerada por la ley 80 de 1993 una entidad estatal, además por ser una empresa dedicada a la prestación y organización de servicios de telecomunicaciones, central de medios, así como, la creación, la generación, la implantación y explotación comercial de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) dentro del territorio nacional y en el exterior. Su objeto social tiene relacióndirecta con el objeto contractual del presente proceso. "*incluye también la producción y*

distribución de contenido propio y de terceros y las prestación del servicio de publicidad interactiva, así como la integración de todos los servicios que impliquen la divulgación de contenidos en los medios de comunicación, la prestación de los servicios de publicidad por cuenta propia y/o de un tercero , en aras de la difusión o divulgación de políticas públicas y de mensajes institucionales o comerciales, que implique la producción y distribución de contenidos propios y de terceros". Así las cosas, según lo establecido en la Ley 80 de 1993, la ley 1150 de 2007 y el Decreto 1082 de 2015, el tipo de modalidad de contratación es **CONTRATACIÓN DIRECTA.**

IX. CRITERIOS PARA SELECCIONAR DEL CONTRATISTA.

DOCUMENTOS PARA ACREDITAR CAPACIDAD JURÍDICA:

a. Carta de presentación de la propuesta

El proponente deberá presentar la carta de presentación de la propuesta, según el modelo suministrado por el IDIPRONen el FORMATO CARTA DE PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA y los requisitos establecidos en los presentes pliegos de condiciones, fichas y anexo técnicos.

La carta de presentación de la propuesta deberá ser firmada por el representante legal o por el apoderado.

b. Compromiso de Anticorrupción:

El proponente deberá aportar con su propuesta, (Compromiso de Anticorrupción). En caso de consorcio o unión temporal esta declaración deberá ser, además, suscrita por cada uno de los integrantes que lo conforman.

c. Inhabilidades e incompatibilidades:

El oferente no deberá estar incurso en inhabilidades o incompatibilidades para contratar con la Entidad, de conformidad con la Ley 80 de 1993, el estatuto Orgánico del Sistema Financiero y demás normas concordantes, niestar registrados en el boletín expedido por la Contraloría General de la República como responsables fiscales, so pena de RECHAZO de la oferta.

Deberá aportar en los documentos de la propuesta una DECLARACIÓN JURAMENTADA EXPEDIDA POR EL REPRESENTANTE LEGAL O PERSONA NATURAL DONDE CONSTE LO ANTERIOR.

d. Copia del Registro Único Tributario - RUT:

El proponente deberá presentar la copia del Registro Único Tributario – RUT expedido por la DIAN.

e. Copia del Registro de Información Tributaria – RIT:

El Proponente deberá presentar la copia del Registro de Información Tributaria – RIT, REQUISITO OBLIGATORIO PARA CONTRATAR CON EL DISTRITO.

f. Documento de identidad:

Se deberá anexar copia de la cédula de ciudadanía del representante legal y en caso de consorcio o unión temporal cadauno de sus integrantes anexará copia de su respectiva cédula de ciudadanía.

g. Pacto de Integridad:

El proponente deberá presentar debidamente diligenciado el Formato de Pacto de Integridad adjunto por la entidad enlos documentos anexos del proceso.

h. Antecedentes (Personería, Procuraduría, Contraloría) y Judiciales (Policía):

- ✓ Certificación de Antecedentes Disciplinarios (Persona Jurídica y Representante Legal). Expedido por la Procuraduría General de la Nación. Con fecha de expedición inferior a treinta (30) días contados a partir de la fecha establecida para la presentación de la propuesta.

- ✓ Certificación de Antecedentes en el Boletín de Responsables Fiscales (Persona Jurídica y RepresentanteLegal). Expedido por la Contraloría General de la República. Con fecha de expedición inferior a treinta (30) días contados a partir de la fecha establecida para la presentación de la propuesta.

- ✓ Certificación de Antecedentes Judiciales (Representante Legal). Expedido por la Policía Nacional. Con fechade expedición inferior a treinta (30) días contados a partir de la fecha establecida para la presentación de la propuesta.

- ✓ Certificado de antecedentes disciplinarios (Persona Jurídica y Representante Legal) de la Personería de Bogotá

  D.C. Con fecha de expedición inferior a treinta (30) días contados a partir de la fecha establecida para lapresentación de la propuesta.

i. Constancia expedida por la Policía Nacional (Representante Legal y personas naturales):

Expedida por el portal de atención al ciudadano – Consulta de Medidas Correctivas, donde se indique que la personano se encuentra vinculada en el sistema de Registro Nacional de Medidas Correctivas (RNMC) de la Policía Nacional de Colombia, como infractor de la Ley 1801 de 2016, Código Nacional de Policía y Convivencia, vigente y con fecha de expedición inferior a treinta (30) días contados a partir de la fecha establecida para la presentación de la propuesta.

j. Certificación bancaria:

El proponente deberá presentar fotocopia de la certificación bancaria en la que acredite que posee cuenta corriente o de ahorros, en alguna entidad financiera afiliada al sistema automático de pago SAP; dicho documento deberá indicar el nombre del titular, el número y tipo de cuenta y el nombre la entidad financiera.

k. Certificado de Existencia y Representación Legal

El proponente deberá aportar certificado de existencia y representación legal con fecha de expedición no mayor a sesenta (60) días a la fecha de presentación de oferta.

X. OFERTA ECONÓMICA.

El proponente deberá presentar su oferta en pesos colombianos, indicando el valor del servicio solicitado sin centavos, incluido IVA (Si hay lugar a ello), teniendo en cuenta las exenciones que aplique.

El valor total ofertado por parte del proponente debe incluir todos los gastos, costos, derechos, impuestos, tasas, transporte y demás contribuciones que se causen con ocasión de la presentación de la oferta, de la suscripción y ejecución del contrato, de acuerdo con las normas legales vigentes, ya que los mismos se entienden por cuenta del contratista.

Estarán a cargo del proponente todos los costos asociados a la preparación, elaboración y presentación de la oferta. Por lo tanto, el IDIPRON, no reconocerá ningún rembolso por este concepto.

La tarifa del IVA (Si hay lugar a ello) y el valor correspondiente a dicha tarifa deben sujetarse a lo dispuesto en el Estatuto Tributario; en caso de no ser así, la Entidad verificará el cálculo del valor correspondiente a la tarifa del IVA y efectuará la corrección necesaria y el valor corregido será el tenido en cuenta para la elaboración del contrato que se genere como resultado del presente proceso.

Todos los valores de la propuesta económica, tales como costo básico, IVA (Si hay lugar a ello) y costo total de la propuesta deben ajustarse al peso, bien sea por exceso o por defecto.

Lo anterior, deberá ser diligenciado en la plataforma SECOP II – Cuestionario – donde contiene el valor de la oferta económica.

DOCUMENTOS PARA ACREDITAR CAPACIDAD TÉCNICA:

a) El proponente debe presentar su oferta técnica atendiendo la totalidad de las especificaciones técnicas y condiciones Ley Estatutaria 1757 de 2015 generales, garantía y demás requerimientos establecidos.

XI. ANÁLISIS QUE SUSTENTA LA EXIGENCIA DE GARANTÍAS

De conformidad con el artículo 2.2.1.2.1.4.5 del decreto 1082 de 2015." *En la contratación directa la exigencia de garantías establecidas en la Sección 3, que comprende los artículos 2.2.1.2.3.1.1 al 2.2.1.2.3.5.1. del presente decreto no es obligatoria y la justificación para exigirlas o no debe estar en los estudios y documentos previos*". Lo anterior, teniendo en cuenta la naturaleza jurídica de las partes (entidades estatales), la forma de pago mensual por servicios prestados, la experiencia del contratista y al existir una relación comercial de tantos años entre el IDIPRON y ETB S.A. ESP., se abstiene de solicitar la garantía única de cumplimiento.

XII. INDICACIÓN DE SI EL PROCESO DE CONTRATACIÓN ESTÁ COBIJADO POR UN ACUERDOCOMERCIAL.

Sometimiento a un acuerdocomercial vigente.	*Sí No _X*
Acuerdos comercialesvigentes.	De acuerdo a los parámetros establecidos en la guía que para el efecto publicó la Agencia Nacional de Contratación Pública – Colombia Compra Eficiente en el link: http://www.colombiacompra.gov.co/sites/default/files/manuales/cce_manual_acuer dos_comerciales_web.pdf, Así mismo, pese a que el IDIPRON es un instituto que aplica a Acuerdos Comerciales, en el literal C del manual establece: (…) ***"Las Entidades Estatales no deben hacer este análisis para los Procesos de Contratación adelantados por las modalidades de selección de contratación directa y de mínima cuantía" (…).*** Por lo tanto, para la presente contratación, no se establece este análisis.

XIII. MATRIZ DE RIESGO

Se anexa la matriz de riesgo en formato Excel.

XIV. REQUERIMIENTO AMBIENTAL

N/A

XV. SUPERVISIÓN DEL CONTRATO

La supervisión y control en la ejecución del contrato, la ejercerá el Jefe de la Oficina Asesora de Planeación de IDIPRON, quien podrá designar apoyo a la supervisión de acuerdo con lo establecido en los artículos 83 y 84 de la Ley 1474 de 2011. Para estos efectos, la supervisión estará sujeta a lo dispuesto en el numeral 1° del artículo 26 de la Ley 80 de 1993, el manual de supervisión del Instituto y las demás normas que regulen la materia.

En el ejercicio de sus funciones el (la) Supervisor(a) del Contrato o el Apoyo a la Supervisión deberá dar cumplimientoa las obligaciones como supervisor, que se encuentran establecidas en el Manual de Supervisión e Interventoría de la Entidad, así mismo deberá atender las funciones señaladas en la Constitución, la Ley y los reglamentos tanto legales como internos del IDIPRON.

Además, estarán a cargo del supervisor las funciones que específicamente se estipulan a continuación:

- Apoyar el logro de los objetivos contractuales.

- Verificar antes de iniciar la ejecución del contrato y suscribir acta de inicio si a ello hubiere lugar si el contratocuenta con el registro presupuestal, así como a la constitución de las pólizas, y el acta de aprobación de la misma.
- Velar por el cumplimiento del contrato en términos de plazos, calidades, cantidades y adecuada ejecución de losrecursos del contrato.
- Mantener en contacto a las partes del contrato.
- Evitar la generación de controversias y propender por su rápida solución.
- Solicitar informes, llevar a cabo reuniones, integrar comités y desarrollar otras herramientas encaminadas averificar la adecuada ejecución del contrato.
- Llevar a cabo las labores de monitoreo y control de riesgos que se le asignen, en coordinación con el área responsable de cada riesgo incluido en el mapa correspondiente, así como la identificación y tratamiento de los riesgos que puedan surgir durante las diversas etapas del contrato.
- Aprobar o rechazar por escrito, de forma oportuna y motivada la entrega de los bienes o servicios, cuando éstos no se ajustan a lo requerido en el contrato, especificaciones técnicas, condiciones y/o calidades acordadas.
- Suscribir las actas que se generen durante la ejecución del contrato para dejar documentadas diversas situaciones y entre las que se encuentran: actas de actas parciales de avance, actas parciales de recibo y actas de recibo final.
- Informar a la Entidad Estatal de hechos o circunstancias que puedan constituir actos de corrupción tipificados como conductas punibles, o que pongan en riesgo el cumplimiento del contrato; así como entregar los soportes necesarios para que la Entidad Estatal desarrolle las actividades correspondientes.
- Informar a la Entidad Estatal cuando se presente incumplimiento contractual; así como entregar los soportes necesarios para que la Entidad Estatal desarrolle las actividades correspondientes.
- Verificar que el personal que preste el servicio entrega los bienes objeto del presente contrato se encuentre afiliado al sistema de seguridad social integral salud, pensión y riesgos laborales con el fin de dar Cumplir con la políticaen salud y seguridad en el trabajo de acuerdo al sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo (Decreto 1443de 2014).
- Verificar antes de expedir la certificación del recibo a satisfacción de las obligaciones recibidas por parte del CONTRATISTA, si el contrato cuenta con la constitución de las pólizas, y el acta de aprobación de esta.
- De existir adiciones y/o prorrogas al contrato, verificar la constitución del certificado modificatorio de la garantía ysu auto de aprobación, así mismo que cuente con el registro presupuestal si a ello hubiere lugar.
- Vigilar el cumplimiento del objeto del presente contrato de conformidad con lo establecido por IDIPRON y expedir las certificaciones de cumplimiento a satisfacción del mismo para efectos del pago correspondiente.
- Vigilar la correcta ejecución de las asignaciones presupuestales comprometidas. Para ello, se debe verificar que se expidan los respectivos Registros Presupuestales del contrato y para el caso de las adiciones en valor y modificaciones. Para los casos de contratos que se ejecutan en más de una vigencia, se debe verificar que el primer día hábil de cada vigencia se expida el respectivo Registro Presupuestal para garantizar que el contrato no se encuentre desamparado presupuestalmente.
- Informar al Comité de Supervisión e Interventoría los aspectos relacionados con la ejecución del contrato, sin perjuicio de los que deban rendirse de manera extraordinaria cuando las circunstancias lo ameriten.
- Ejercer la supervisión, técnica, financiera, administrativa, contable y jurídica del contrato, indicando si ésta se ajusta al plan de trabajo o en caso contrario analizar las causas y problemas

surgidos para que se tomen las medidaspertinentes, señalando las recomendaciones especiales y comentarios que crea convenientes (artículo 83 de la Ley 1474 de 2011).

- El supervisor no podrá exonerar a EL CONTRATISTA de ninguna de las obligaciones o deberes contractuales; tampoco podrá sin autorización escrita, ordenar cambio alguno que traiga consigo variaciones en el plazo o en el valor del contrato, ni efectuar ninguna modificación en la concepción del servicio bienes contratados.
- Proyectar el acta de liquidación del contrato y suscribirla juntamente con el CONTRATISTA y posterior firma del competente contractual.
- Realizar el cierre del expediente cuando hayan vencido las vigencias de las garantías si a ello hubiere lugar.
- Informar al Comité de Supervisión e Interventoría el incumplimiento o mora de las obligaciones adquiridas por EL CONTRATISTA para que se adopten las medidas legales pertinentes.
- Requerir a EL CONTRATISTA el cumplimiento del pago de sus obligaciones a los sistemas de Salud, Pensión, Riesgos Laborales y aportes a las Cajas de Compensación Familiar, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar ICBF y Servicio Nacional de Aprendizaje SENA.
- Comunicar a la Oficina Asesora Jurídica con la debida sustentación técnica, la elaboración de prórrogas, adiciones,otrosí y/o cualquier cambio en el desarrollo del contrato, con fin de evitar cualquier obstáculo en la ejecución del contrato.
- Avalar los documentos soporte para los pagos.
- Mantener actualizado el expediente contractual de manera oportuna físico y virtual es decir el físico que reposa en el archivo de la Oficina Jurídica y virtual en la plataforma del SECOP II tales como: Actas de Inicio, Actas de Liquidación, Órdenes de pago, Certificaciones de Cumplimiento, Facturas, informe de actividades sobre la ejecución del contrato y demás que surjan como consecuencia de la ejecución del presente contrato.
- En el evento en que se produzca un remplazo, el supervisor saliente deberá entregar un informe de ejecución del contrato al nuevo supervisor e incluirlo al expediente virtual en la plataforma del SECOP II.
- Verificar que el contratista constituya y mantenga vigente la garantía única por el tiempo pactado en el contrato, asícomo de las modificaciones que se presenten en la ejecución de este.
- Las demás inherentes a su calidad de supervisor, que surjan durante el contrato y que tengan como justificación la ejecución de este.

El supervisor que falte a su responsabilidad e incumpla cualquiera de las obligaciones aquí pactadas así como las obligaciones de vigilancia y control permanente a la correcta ejecución contractual, responderá disciplinaria, civil y penalmente por sus acciones y omisiones en desarrollo de la supervisión que le fue asignada, según lo establecido en laConstitución, la Ley 1474 de 2011 - Estatuto Anticorrupción, Arts. 83 y 84 y demás normas concordantes vigentes, asícomo lo establecido en el Manual de Contratación del IDIPRON.

De igual forma se recuerda a los supervisores de contratos estatales que, según el Artículo 2.2.1.1.1.7.1 del Decreto 1082 de 2015, el plazo para publicación en el SECOP II de los documentos expedidos en el Proceso de Contratación es dentro de los 3 días siguientes a la expedición de estos.

En los términos de la Ley 80 de 1993 y el Estatuto Anticorrupción, las Entidades Estatales, los servidores públicos, contratistas e interventores que intervienen en la celebración, ejecución y liquidación del contrato estatal son responsables por sus actuaciones y omisiones y en consecuencia responden civil, fiscal, penal y disciplinariamente por las faltas que cometan en el ejercicio de sus funciones.

FIRMA DE QUIEN ELABORÓ	**FIRMA:** _____ **ANA MARIA FORERO** Estructurador Técnico - Área de Trabajo de Comunicaciones
	FIRMA: _____ **ANDREA LORENA MACA OROZCO** Apoyo Estructurador Técnico Área de Adquisiciones
	FIRMA: _____ **LUIS FERNANDO JIMENEZ A.** Estructurador Jurídico - Área Oficina Asesora Jurídica
	FIRMA: _____ **IVAN FELIPE VARGAS ALDANA** Estructurador financiero– Subdirección administrativa y financiera.

En sesión del 26 de octubre del 2021, el comité de contratación aprobó la necesidad, conveniencia y pertinencia de adelantar el proceso de contratación, y se avaló la modalidad a través de Contratación Directa.

Los estudios previos son firmados el 28 de octubre de 2021