ESTUDIOS PREVIOS

"PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA DIVULGACIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONALES PROMOVIDAS POR LA ALCALDÍA LOCAL DE FONTIBÓN, MEDIANTE LA PLANEACIÓN, ORDENACIÓN, SEGUIMIENTO Y COMPRA DE ESPACIOS EN DIFERENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS, DIRECTOS, ALTERNATIVOS, COMUNITARIOS Y DIGITALES, SUJETÁNDOSE A LOS LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS QUE SUGIERA LA ENTIDAD"

1. DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD.

1.1. Antecedentes y Necesidad

El Plan de Desarrollo Económico, Social, Ambiental y de Obras Públicas para Bogotá, D.C. 2017-2020 "Bogotá Mejor para Todos" adoptado mediante Acuerdo Distrital N.º 645 de 2016, define los aspectos que guían la articulación de las acciones del Gobierno Distrital, mediante la activa participación ciudadana y de los diversos sectores, para elevar las condiciones de bienestar de la ciudadanía, respetuosa de la dignidad humana, incluyente, eficiente y competitiva que propicia el buen vivir de sus habitantes y visitantes, generando espacios de convivencia que favorezcan la inclusión e integración ciudadana, siendo la principal herramienta de vida, de construcción de ciudadanía y de pertenencia.

El Plan prevé como *"Gobierno Legítimo y Eficiente"*, las acciones para restaurar la confianza institucional y el buen gobierno de la ciudad tanto en el nivel distrital como en el nivel local, de forma que esté orientado al servicio al ciudadano y que incorpore como práctica habitual el evaluar las diferentes alternativas para optimizar los procedimientos y costos de los servicios procurando siempre la mejor relación costo – beneficio. Así mismo, a través de este se promueve la transparencia, la integridad y la lucha contra la corrupción, incentivando la participación ciudadana en el ejercicio de control y vigilancia a la inversión.

Desde el ámbito local, el Plan de Desarrollo Económico, Social, Ambiental y de Obras Públicas, "Fontibón, Territorio Seguro, Moderno y Mejor para Todos", adoptado mediante Acuerdo 16 de 2016, define los objetivos, estrategias, políticas, metas y programas que constituyen el referente de las actuaciones de la Administración Local, tendientes a articular acciones interinstitucionales, integrales y transparentes, para mejorar las condiciones de vida de los ciudadanos, facilitando su acceso a la oferta del Distrito.

Esta visión renovadora de gobierno para la ciudad y para los ciudadanos, aporta criterios orientadores a la gestión de la comunicación pública, responsable de disponer las acciones necesarias para posibilitar la conexión de procesos de relacionamiento e integración gobierno - ciudadanía, a través de la cual se garantice el derecho ciudadano a la información, potenciando el conocimiento ciudadano de las actividades, políticas, planes, programas y de las principales acciones de la gestión pública, promoviendo una transformación en la percepción ciudadana hacia la Administración, estableciendo un activo relacionamiento y afianzando principios de credibilidad y confianza, posibilitando el ejercicio permanente de rendición de cuentas, optimizando el acceso a la oferta institucional, con un consecuente efecto en el incremento de la participación y en la interacción entre ciudadanos y el gobierno local, reflejado en condiciones más óptimas y favorables de gobernabilidad, legitimidad y fortalecimiento institucional.

Desde este marco, se hace imprescindible dirigir especiales esfuerzos para optimizar el impacto de la estrategia, propuesta por la Oficina de Comunicaciones de la Alcaldía Local de Fontibón, que está fundamentada en los criterios de efectividad, claridad y oportunidad de los contenidos, manifestados en todas las campañas, al buscar que los mensajes alcancen al mayor número de ciudadanos en todos los barrios y upz´s, de manera impactante, generando receptividad y adhesión, comunicando de manera sencilla, clara, directa y pedagógica, en dirección al acertado posicionamiento de los mensajes, con una gran capacidad de comunicar en el momento justo, en aras de optimizar efectivamente el acceso de los ciudadanos a la oferta de servicios que brindamos dentro de nuestra oferta institucional, fortaleciendo el alcance de los componentes de difusión de la información, desde un enfoque vinculante con la ciudadanía y con los diferentes públicos que integran la Localidad, a partir de una divulgación estratégica de los mensajes públicos logrando su transmisión por canales que impulsen la visibilización masiva de la gestión de la Entidad, generando mayor presencia institucional y propiciando un activo relacionamiento entre la Administración y la ciudadanía.

Precisamente, la Oficina de Comunicaciones de la Alcaldía Local de Fontibón se encarga de estructurar, articular e implementar estrategias de comunicación pública dirigidas a dar a conocer las principales acciones de la gestión pública de la Administración Local, asegurando un cubrimiento estratégico, diferenciado y formativo que, además de informar, socializar y difundir las políticas, planes, programas, logros, actividades y demás adelantados por iniciativa de la Administración, coadyuve a construir credibilidad y confianza ciudadana y comunitaria hacia lo público e impacte la percepción de los actores individuales y colectivos de manera efectiva, oportuna y positiva.

En este sentido, la Administración Local, en la búsqueda de mecanismos más eficaces, eficientes y efectivos para llegar directamente a la ciudadanía, con pertinencia en los contenidos, con información generada de primera fuente, con alto impacto en su difusión y amplio alcance en su cobertura, sustenta el presente proceso contractual, el cual, mediante la prestación los servicios de divulgación de campañas de comunicación institucionales promovidas por la Alcaldía Local de Fontibón, mediante la planeación, ordenación, seguimiento y compra de espacios en diferentes medios de comunicación masivos, directos, alternativos, comunitarios y digitales, suma al propósito principal de generar procesos de información de fácil acceso alrededor de la gestión pública adelantada por la Alcaldía Local de Fontibón, en dirección a que la ciudadanía esté más y mejor informada sobre su accionar, además de favorecer la gobernabilidad, posicionando, a través de la visibilización, las prácticas de buen gobierno, abierto a la ciudadanía, transparente y dispuesto a ofrecer el mejor servicio al ciudadano, incentivando la participación ciudadana y la capacidad de ser mejores y vivir mejor.

Adicionalmente, el presente proceso contractual, además de aportar significativamente al cumplimiento de las metas propuestas en términos de comunicación al optimizar el alcance de los mensajes a través de acciones de divulgación estratégica, para efectos de motivar a la acción, transformar percepciones, potenciar el acceso a la información y obtener alta visibilidad de la Administración Local, propende igualmente, el razonable propósito de optimizar el recurso público, maximizando los rendimientos en la inversión, procurando significativos ahorros por la compra de espacios en bloque, y permitiendo menciones en franjas de alta audiencia en medios de comunicación tradicionales y/o alternativos, obteniendo mayor visibilidad, mayor eficiencia de la inversión, mayor eficacia con los mensajes que transmite a la ciudadanía y mayor efectividad de las estrategias de comunicación que adelanta la Entidad.

Referentes que son entonces determinantes para la gestión de la Oficina de Comunicaciones de la Alcaldía Local de Fontibón, en lo que respecta a la anunciación de campañas institucionales a través de servicios de divulgación estratégica, mediante la planeación, ordenación, seguimiento y compra de espacios en diferentes medios de comunicación masivos, directos, alternativos, comunitarios y digitales, promoviendo el desarrollo conceptual, creativo, estratégico u operativo de los planes de comunicación de la Entidad.

Realizar una implementación eficiente de esta estrategia de divulgación con enfoque estratégico, implica integrar un componente relevante en la estructura de ejecución de la estrategia comunicacional, los servicios una Central de Medios que opere, gestione y administre planes de medios que asegure la mejor difusión de las campañas, garantizando que los contenidos se publiquen en los espacios indicados para que obtengan el mayor impacto, alcancen al público objetivo y vinculen los medios de comunicación masivos, directos, alternativos, comunitarios y digitales más pertinentes, en aras de lograr efectividad en términos de cubrimiento en barrios y upz´s del territorio local.

La Central de Medios constituye entonces para la comunicación institucional, un esquema novedoso, expedito, confiable y altamente beneficioso para que la Alcaldía Local de Fontibón logre los fines propuestos 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 se traduce en un óptimo posicionamiento de los mensajes institucionales, como la demostrada conveniencia y oportunidad, por el carácter continuo y necesario de comunicar lo público, 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 públicas, la Alcaldía Local de Fontibón a través de su Oficina de Comunicaciones, 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, la Alcaldía Local de Fontibón busca no solo garantizar el objetivo misional de comunicar, sino también cubrir todas las necesidades comunicacionales, la importancia de contar con la Central de Medios para ejecutar las acciones de comunicación descritas, se encuentra alineada a los objetivos, metas y actividades del Plan de Comunicaciones.

De esta manera y teniendo en cuenta la importancia del posicionamiento e identidad de los mensajes institucionales de “Fontibón Mejor para Todos”, se estima pertinente y necesario y desde el punto de vista del cumplimiento de los objetivos y metas esenciales de la Oficina de Comunicaciones, el que la Alcaldía Local de Fontibón garantice el acceso a medios de comunicación masivos, directos, alternativos, comunitarios y digitales idóneos para la divulgación de las campañas de interés público de la Administración Local.

En tan importante acertar en la conceptualización y estructuración de los contenidos como en la planificación y elección de los medios y los espacios donde serán publicados para asegurar la

circulación efectiva de los mensajes y alcanzar los objetivos de comunicación en las audiencias específicas.

En ese sentido, las Centrales de Medios 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 masivos, directos, alternativos, comunitarios y digitales de comunicación.

Por tanto, contratar los servicios de una Central de Medios optimiza el cumplimiento de los objetivos fijados en la estrategia de comunicación en materia de efectividad e impacto de las acciones de divulgación e información, aportando herramientas que aseguran su rendimiento, adecuada difusión en términos de selección de espacios, ubicación, cobertura, alcance, presupuesto invertido, audiencia, distribución y tiempos de exposición en la que circularán las piezas de acuerdo a su publicación en las categorías impresa, sonora, audiovisual y/o digital, integrando a los medios de comunicación masivos, directos, alternativos, comunitarios y digitales, reconociendo la labor que realizan en dirección al fortalecimiento de la identidad, del sentido de pertenencia y la generación de un relacionamiento más cercano y democrático entre los ciudadanos y el gobierno local, necesario en la construcción de una Fontibón Mejor para Todos.

Se precisa entonces, que la Alcaldía Local de Fontibón cuenta con la disponibilidad presupuestal, a través de los rubros de funcionamiento por concepto de Publicidad e Información, para adelantar el proceso de contratación. Esta necesidad se encuentra descrita de manera precisa en el Plan Anual de Adquisiciones vigente en la entidad.

En tal sentido, la contratación que se precisa adelantar permitirá materializar gran parte de nuestros objetivos en términos de comunicación estratégica, en un escenario de selección objetiva del proponente buscando optimizar la inversión de los recursos, obtener mejora en los beneficios y alta calidad del servicio para la Entidad.

Que para visibilizar las acciones institucionales realizados en el marco de gestión del Plan de Desarrollo Local de Fontibón, denominado “Fontibón, Territorio Seguro, Moderno y Mejor para Todos”, adoptado mediante Acuerdo No. 16 de 2016 y liquidado su presupuesto anual de Ingresos y Gastos para la vigencia fiscal 2018, Decreto Local No. 15 de 2016, el Fondo de Desarrollo Local cuenta con los rubros de funcionamiento «3-1-2-02-17-00-0000-00» por concepto de Información y «3-1-2-02-18-00-0000-00» por concepto de Publicidad, cuyos objetos se relacionan a continuación, de acuerdo a lo establecido en el Manual Operativo Presupuestal del Distrito Capital:

- Información:

Incluye los gastos de generación y divulgación oportuna de información de carácter general, tributaria, fiscal o contractual cuyo fin sea institucional, cívico, cultural o educativo, mediante mecanismos de intranet o internet, así como boletines informativos impresos, periódicos y/o tableros electrónicos institucionales o espacios en radio o televisión, al igual que imágenes que se hagan visibles desde las vías de uso público como vallas pancartas, pendones, pasacalles, carteleras, tableros electrónicos y otros medios orientados a este propósito siempre y cuando este tipo de gasto no esté contemplado como parte integral, accesoria o inherente a los proyectos de inversión.

- Publicidad:

Rubro destinado al pago por la promoción en medios masivos de comunicación, permanentes o temporales, fijos o móvil, destinada a llamar la atención de la ciudadanía a través de leyendas o elementos visuales o auditivos en general, como dibujos, fotografías, letreros o cualquier otra forma de imagen y/o sonido cuyo fin sea institucional, siempre y cuando este tipo de gasto no esté contemplado como parte integral, accesoria o inherente a los proyectos de inversión.

1.2 Conveniencia de la Contratación

Contar con la implementación de una estrategia de divulgación donde se integre a un operador que gestione la difusión de las campañas asegurando que los contenidos se publiquen en los lugares indicados con el mayor impacto llegando al público objetivo y vinculando a los medios de comunicación *masivos, directos, alternativos, comunitarios y digitales*, aporta efectividad en la planificación y ejecución de las acciones de promoción, difusión y divulgación de los logros, planes, programas, políticas, campañas, acciones y actividades promovidos desde la gestión pública del Gobierno Local, garantizando el alcance de las publicaciones a la audiencia objetiva de la Entidad, su cubrimiento en barrios y UPZ del territorio local.

En tan importante acertar en la conceptualización y estructuración de los contenidos como en la planificación y elección de los medios y los espacios donde serán publicados para asegurar la circulación efectiva de los mensajes y alcanzar los objetivos de comunicación en las audiencias específicas.

Contratar los servicios de una Central que gestione el presupuesto destinados a la planeación, ordenación*, seguimiento y compra de espacios en diferentes medios de comunicación masivos, directos, alternativos, comunitarios y digitales,* optimiza el cumplimiento de los objetivos fijados en la estrategia de comunicación en materia de efectividad e impacto de las acciones de divulgación e información, aportando herramientas que aseguran su rendimiento, adecuada difusión en términos de selección de espacios, ubicación, cobertura, alcance, presupuesto invertido, audiencia, distribución y tiempos de exposición en la que circularán las piezas de acuerdo a su publicación, afianzando la legitimidad del gobierno, aproximando más la ciudadanía para que tenga un conocimiento más exacto de los planes, programas, políticas, campañas, logros, acciones y actividades, a la vez, que posibilita su acceso a los bienes y servicios que para su bienestar oferta la Administración fortaleciendo el relacionamiento más cercano y democrático entre los ciudadanos y el gobierno local, necesario en la construcción de una Fontibón Mejor para Todos.

Por lo tanto, la Alcaldía Local de Fontibón encuentra viable llevar a cabo el presente proceso de contratación, adicionalmente, en atención a las siguientes consideraciones:

a. En los planos legal y administrativo: Una Central concentra la actividad contractual evitando la dispersión del gasto y un mayor esfuerzo administrativo, derivando a su vez mayor agilidad y transparencia en la ejecución, un control más eficiente y una gestión más confiable;
b. En el orden económico y financiero: Una Central propicia condiciones competitivas, permitiendo a esta entidad obtener el mayor beneficio posible en materia de precios, lo que por extensión determina la maximización de sus recursos de inversión;

c. En el espacio de las comunicaciones: Una Central funciona como puente de integración para las comunicaciones, que da lugar a que se logre consolidar un mensaje institucional más integrado, pertinente y eficaz;
d. En el ámbito de lo institucional: La gestión de una Central genera acceso a los espacios de comunicación *masivos, directos, alternativos, comunitarios y digitales* de gran impacto, lo que incrementa la visibilización de la imagen institucional, por lo que cabe afirmar que el mecanismo de concentración de las comunicaciones a través de una Central de Medios ha sido contributivo para el propósito del programa contenido en el Art. 57 del Plan de Desarrollo "Bogotá Mejor para todos", el cual ha sido definido como "*Consolidar una gestión pública más transparente, eficiente y dispuesta a ofrecer un mejor servicio al ciudadano*"

Con la presente contratación se espera la ejecución oportuna y eficaz de la estrategia de comunicacional derivada de las diferentes campañas de bien púbico desplegadas por la Alcaldía Local de Fontibón.

2. OBJETO A CONTRATAR, ESPECIFICACIONES E IDENTIFICACIÓN DEL CONTRATO A CELEBRAR.

2.1 OBJETO.

El contrato que se pretende celebrar, tendrá por objeto ***LA "PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA DIVULGACIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONALES PROMOVIDAS POR LA ALCALDÍA LOCAL DE FONTIBÓN, MEDIANTE LA PLANEACIÓN, ORDENACIÓN, SEGUIMIENTO Y COMPRA DE ESPACIOS EN DIFERENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS, DIRECTOS, ALTERNATIVOS, COMUNITARIOS Y DIGITALES, SUJETÁNDOSE A LOS LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS QUE SUGIERA LA ENTIDAD".***

2.1.1 ALCANCE DEL OBJETO:

Para definir el alcance del objeto es necesario tener en cuenta las siguientes definiciones:

1. Entendemos para el caso, por campaña de divulgación, la difusión de un conjunto de mensajes que resultan de una estrategia de comunicación y que responden con un fin específico, dirigido a un público objetivo, con el propósito de sensibilizar a la ciudadanía sobre un tema específico, trasmitidos a través de plataformas y/o canales seleccionados en medios de comunicación masivos, directos, alternativos, comunitarios y digitales, que contribuyan al desarrollo de los objetivos de comunicación de la Alcaldía Local de Fontibón.

2. Entendemos para el caso, por medio masivo, aquel que tiene una amplia cobertura, masivo alcance, alta exposición de los mensajes, fácil acceso y mayor impacto en la audiencia. Caso: Televisión, Radio, Periódicos, Revistas, Internet y Cine.

3. Entendemos para el caso, por medio directo, aquel que llega a un grupo específico de personas con características similares, identificadas a través de una base de datos de contacto, lo que genera selectividad en la audiencia por localización temática y permite personalizar el mensaje. Caso: Mailing masivo, Correos electrónicos, directos, Mensajes de texto a celulares, Insertos a suscriptores de una revista, entre otros.

4. Entendemos para el caso, por medio alternativo, aquel que emplea plataformas innovadoras no convencionales, que expone los mensajes en sitios de alta aglomeración, contando con una amplia visibilidad, capturando así la atención de los ciudadanos en el espacio público, permite segmentar un nicho específico de personas y tiene una alta afinidad con ellas. Caso: Publicidad exterior en el mobiliario urbano como vallas y eucoles.

5. Entendemos para el caso, por medio comunitario, aquel que tiene una competencia local, que surge con el propósito de difundir información en beneficio de la comunidad a la que pertenece. Tiene una audiencia segmentada geográficamente. Caso: Medios locales de comunicación en los sectores impresos, sonoros, audiovisuales y TIC.

   Para efectos de la presente contratación, los planes de divulgación en medios comunitarios estarán sujetos, necesariamente, a la línea que estipule el Distrito en materia de tarifas y de procesos certificados ante IDPAC.

6. Entendemos para el caso, por medios digitales, aquellas estructuras sociales creadas en aplicaciones web, cada una con un objetivo específico, conformadas por personas que se relacionan entre sí para compartir contenidos de manera directa, generar interacciones y crear comunidades sobre intereses similares. Éstas plataformas favorecen el contacto, la participación y el trabajo colaborativo entre usuarios, permiten construir una identidad, facilitando el relacionamiento y restringiendo cualquier tipo de barreras, culturales como físicas. La trasmisión del mensaje es en tiempo real, es posible realizar actualización instantánea y medir su efectividad por visibilidad, crecimiento, interacción y tráfico. Caso: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube y las demás que estén inmersas en el ecosistema digital.

La línea de actividades que enmarca el objeto contractual contempla realizar la planeación, ordenación, compra de espacios y seguimiento de medios. La Alcaldía Local de Fontibón determinará los canales de comunicación de carácter masivos, directos, alternativos, comunitarios y digitales que se requieran en el marco de las campañas de comunicación institucional; pero será la Central de Medios contratada quien determine los medios o vehículos de comunicación específicos acorde al objetivo de cada campaña, haciendo uso de las herramientas de estudios de consumos de medios disponibles de acuerdo con la metodología que defina para los efectos, ofreciendo las mejores tarifas y beneficios en las campañas.

El área encargada de comunicaciones de la Alcaldía Local de Fontibón realizará toda la planeación y definición de la estrategia de comunicación. La Central de Medios contratada no tendrá relación alguna con contenidos.

De este modo, el alcance del objeto contempla:

1. Planificar de manera técnica haciendo uso de las herramientas necesarias y estudios de consumo de medios, la divulgación de las campañas en los planes de comunicación ordenados por la Alcaldía Local de Fontibón.
2. Realizar la planeación, ordenación, compra de espacios y seguimiento de medios para ejecutar campañas de divulgación en medios de comunicación.
3. Ordenar, previo a la implementación de una estrategia de negociación conjunta y coordinada con la Alcaldía Local de Fontibón, la divulgación de las campañas a partir

de la estructuración de un plan de medios de comunicación masivos, directos, alternativos, comunitarios y digitales.

4. Respaldar las estrategias y lineamientos creativos y/o institucionales de los planes de comunicación articulados por el equipo de comunicaciones de la Alcaldía Local de Fontibón para ejecutar campañas de divulgación en el curso del plazo contractual.
5. Verificar permanentemente y con debida sustentación, los alcances, beneficios y logros de las campañas de comunicación ordenadas por la Alcaldía Local de Fontibón. Ello, luego de hacer uso del acceso a espacios de divulgación en medios de comunicación masivos, directos, alternativos, comunitarios y digitales, que contribuyan al desarrollo de la estrategia comunicación de la Alcaldía Local de Fontibón.
6. Realizar medición del impacto obtenido por las acciones de divulgación estratégica con corte a la finalización de cada campaña.
7. Emplear la infraestructura técnica, operativa, logística y de talento humano necesaria para atender en debida forma el desarrollo del objeto contratado.
8. En desarrollo de una estrategia de negociación, óptima y favorable, con cada medio de comunicación, desplegar las acciones necesarias que permitan acceder a espacios, franjas o audiencias que estos tengan dentro de su programación o contenido, optimizando el presupuesto asignado a cada acción comunicacional.
9. Verificar permanentemente la ejecución de las campañas en medios que sean ordenadas por la Alcaldía Local de Fontibón y asegurar las reposiciones, compensaciones o devoluciones a que haya lugar.

2.2 CÓDIGO DE CLASIFICACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS

La clasificación de los bienes y servicios, objeto del presente proceso contractual, se realiza de conformidad con los parámetros establecidos por el programa de Colombia Compra Eficiente, a partir de la Guía para la Codificación de Bienes y Servicios y, en consecuencia, se indican a continuación:

Código	Grupo	Segmento	Familia	Clase
83121700	F. Servicios	83. Servicios públicos y Servicios Relacionados con el Sector Público	12. Servicios de Información	17. Servicios de Comunicación Masiva
82101500	F. Servicios	82. Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	10. Publicidad	15. Publicidad impresa
82101600	F. Servicios	82. Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	10. Publicidad	16. Publicidad difundida
82101700	F. Servicios	82. Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	10. Publicidad	17. Publicidad aérea
82101900	F. Servicios	82. Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	10. Publicidad	19. Colocación y cumplimiento de medios

2.3 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

El objeto contractual se ejecutará teniendo en cuenta la descripción de los siguientes componentes:

2.3.1 COMPONENTE I: PUBLICIDAD MEDIOS MASIVOS Y MEDIOS COMUNITARIOS

2.3.1.1 Medios Masivos

TARIFAS EMISIÓN DE CONTENIDOS EN TELEVISIÓN		
Concepto	**Medio/Canal**	**Cantidad**
Emisión de contenido de 30" en franja DAY	CityTv	1
	Cablenoticias	1
	Canal Capital	1
Emisión de contenido de 30" en franja EARLY	CityTv	1
	Cablenoticias	1
	Canal Capital	1
Emisión de contenido de 30" en franja PRIME	CityTv	1
	Cablenoticias	1
	Canal Capital	1
TARIFAS PUBLICACIÓN DE CONTENIDOS PRENSA		
Concepto	**Medios**	**Cantidad**
Publicación de UNA página completa en Policromía en sección Bogotá o sección destacada entre Lunes y Sabado	Publimetro	1
Publicación de MEDIA página en Policromía en sección Bogotá o sección destacada entre Lunes y Sabado	Publimetro	1
Publicación de CUARTO página en Policromía en sección Bogotá o sección destacada entre Lunes y Sabado	Publimetro	1
	ADN	1
	Q´Hubo	1
TARIFAS EMISIÓN DE CONTENIDOS EN RADIO		
Concepto	**Medio/Emisora**	**Cantidad**
Emisión de contenido de 30" en franja de mayor audiencia en la programación de Lunes a Domingo en cadenas de Amplitud Modulada (AM)	Candela	1
	La Voz de Bogotá	1
	Colmundo Radio	1
	Vía Pública	1
	Radio SantaFe	1
	La Movida	1
Emisión de contenido de 30" en franja de mayor audiencia en la programación de Lunes a Domingo en cadenas de Frecuencia Modulada (FM)	Olímpica ST	1
	La Kalle	1
	RadioAcktiva	1
	Tropicana	1

2.3.1.2 Medios Comunitarios y/o Alternativos

MEDIOS IMPRESOS - TIRAJES DE 10 MIL EJEMPLARES		
TAMAÑO	**VALOR****	**VALOR 2018*****
Una Página	$2.070.000	$ 3.262.368
Media Página	$1.265.000	$ 1.723.838
Un Cuarto de Página	$860.000	$ 1.171.937
EMISORAS COMUNITARIAS		
Anuncio de 15 segundos	$12.000	$ 16.353
Anuncio de 20 segundos	$15.000	$ 20.441
Anuncio de 30 segundos	$20.000	$ 27.254
Mini Reportaje de 3 minutos	$60.000	$ 81.763
MEDIOS BASADOS EN TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES		
TIPO DE PUBLICACIÓN	**VALOR****	**VALOR 2018*****
Banner Lateral 150x150 Px aprox. (Un Mes)	300000,00	$ 408.816
Caja de 300x250 (Un Mes)	$300.000	$ 408.816
Skyscraper sobre cabezote (Un Mes)	$1.000.000	$ 1.362.718
Skyscraper parte baja (Un Mes)	$400.000	$ 545.087
Artículo Texto Sección Interna (Un Mes)	$350.000	$ 476.951
Video 30 Minutos Estático (Un Mes)	$450.000	$ 613.223
Emisión Video 30 Minutos Rotativo Streaming (Un Mes)	$350.000	$ 476.951
** Valores establecidos por criterios en la Mesa de Trabajo de Política Distrital de Comunicación Comunitaria -Acta 34		
***Valores Indexados a 2018 (IPC)		
Valores, Incluyen todos los impuestos		

2.3.2 COMPONENTE II: PUBLICIDAD MOBILIARIO URBANO

TARIFAS EMISIÓN DE CONTENIDOS EN EL MOBILIARIO URBANO		
Concepto	**Medio**	**Cantidad**
Publicidad en Paraderos de Mobiliario Urbano con periodicidad semanal	Paraderos de Mobiliario Urbano ubicados en la localidad de Fontibón. Valor por cara	1

2.3.3 COMPONENTE III: PUBLICIDAD REDES SOCIALES

TARIFAS EMISIÓN DE CONTENIDOS EN MEDIOS DIGITALES Y REDES SOCIALES			
Concepto	**Medio**	**Formato**	**Objetivo**
Social Ads	Facebook Ads	Link Ad	Clics a la web
		Carrusel	Clics a la web
		Promoted Post	Clics a la web
		Promoted Post	Interacción
		Video Ad	Visualización
	Twitter Ads	Tweet Card	Reconocimiento Marca
		Tweet Card	Clics a la web
	Instagram Ads	Instagram Stories	Impresión
	You Tube	In Discovery	Visualización
		In-stream	Visualización

Así mismo, el objeto contractual se ejecutará a partir de las especificaciones técnicas que se establecen a continuación, y, por consiguiente, con las obligaciones generales y específicas descritas en el presente estudio previo:

1. Ejecutar estrategias de divulgación óptimas en medios de comunicación masivos, directos, alternativos, comunitarios y digitales, que se consideren para los programas que adelante el equipo de comunicaciones de la Alcaldía Local de Fontibón.
2. Contratar directamente y ejecutar estrategias de divulgación óptimas en medios de comunicación masivos, directos, alternativos, comunitarios y digitales, que se considere para los programas que adelanta el equipo de comunicaciones de la Alcaldía Local de Fontibón, sujetándose a los lineamientos creativos e institucionales que sugiera la Entidad.
3. Prestar sus servicios apoyando en forma permanente al equipo de comunicaciones de la Alcaldía Local de Fontibón en la generación y posicionamiento de las actividades que desarrolla y en el manejo de la información que pueda y deba suministrarse a los medios de comunicación, generadores de opinión pública.
4. Proveer información periódica sobre el manejo de la divulgación en los medios contratados y desarrollar mediciones de alcance y frecuencia de los mensajes publicitarios emitidos y sobre la gestión de medios desplegada.
5. Establecer junto al equipo de comunicaciones de la Alcaldía Local de Fontibón, la metodología y formatos necesarios requeridos para implementar proceso de solicitud y aprobación de órdenes de servicio en donde necesariamente, mínimo debe incluirse un Brief, un Plan de Medios y un Cuadro de Materiales por cada Campaña.
6. Dar cumplimiento a los lineamientos establecidos en el Manual de Identidad Visual del Distrito en el desarrollo del proceso comunicacional.

Las anteriores actividades se deben desarrollar a partir de las siguientes directrices obligatorias:

a. En cuanto a criterios mínimos para contratar pauta:

- Buscar negociación de tarifas de pauta publicitaria, para tener acceso a mejores tarifas y descuentos en los medios y franjas a utilizar en la divulgación de los mensajes institucionales.
- Buscar y demostrar efectivamente que, a partir de los recursos existentes para cada negociación de pauta, se contrate en medios de comunicación de mayor cobertura hacia la ciudadanía.
- Buscar y demostrar efectivamente que, a partir de los recursos existentes para cada negociación de pauta, los mensajes que se transmitan, se ubiquen en los mejores espacios de los medios.

Los cambios en presupuesto o ajustes en la pauta que se requieran deben ser informados con suficiente tiempo de anticipación de acuerdo a los plazos de cada medio y proveedor para cancelaciones, ordenaciones y reservas entre otros.

b. En cuanto a pagos al contratista y obligaciones que este asume para el cumplimiento idóneo del objeto:

- No se prevé la causación de un costo fijo por la celebración de contratos de la Central de Medios contratada.
- El fee de agenciamiento debe ser facturado sobre los servicios efectivamente ordenado y prestados.

- La Central de Medios contratada debe tener previsto en su estructura comercial, de servicios y administrativa una división dedicada a Central de Medios.
- Central de Medios contratada se obliga a adelantar los procesos de divulgación de campañas buscando las mejores tarifas y beneficios para la Alcaldía Local de Fontibón.
- La Central de Medios contratada se obliga a tener considerar, para de la negociación de pauta, las necesidades comunicacionales indicadas por el equipo de comunicaciones de la Alcaldía Local de Fontibón. Acordará los planes y programas de divulgación necesarios para dar uniformidad a las campañas de divulgación que le sean encomendadas.
- La Central de Medios contratada conformará un Comité Técnico Operativo en conjunto con el equipo de comunicaciones de la Alcaldía Local de Fontibón y adelantar las reuniones de tráfico para garantizar la más óptima ejecución de las actividades contractuales.

c. En cuanto al equipo de trabajo:

- La Central de Medios contratada dispondrá de un equipo de trabajo idóneo para llevar a cabo la ejecución del contrato compuesto por mínimo un Líder Administrativo, un Ejecutivo de Cuenta/Planner y un Ordenador que desempeñe funciones administrativas, estratégicas y de comunicación y enlace entre las partes contratantes.

2.4 IDENTIFICACIÓN DEL CONTRATO A CELEBRAR

El contrato que surja del presente proceso de selección corresponde a un CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS regulado por Ley 80 de 1993, la Ley 1150 de 2007 y demás normas que las modifiquen, adicionen o deroguen y en las materias no reguladas en dichas leyes a las disposiciones civiles y comerciales, de conformidad al Decreto 1082 de 2015.

3. MODALIDAD DE SELECCIÓN DEL CONTRATISTA Y FUNDAMENTOS JURÍDICOS QUE SOPORTAN SU ELECCIÓN.

La modalidad de selección pertinente para contratar la "prestación de servicios para la divulgación de campañas de comunicación institucionales promovidas por la Alcaldía Local de Fontibón, mediante la planeación, ordenación, seguimiento y compra de espacios en diferentes medios de comunicación masivos, directos, alternativos, comunitarios y digitales, sujetándose a los lineamientos estratégicos que sugiera la Entidad", corresponde a la SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA de conformidad con literal (b) del numeral 2 del Artículo 2 de la Ley 1150 de 2007 en concordancia con la Subsección II Articulo 2.2.1.2.1.2.20 del Decreto 1082 de 2015.

De conformidad con lo establecido en la norma referida el presente proceso de contratación se justifica en atención al objeto a contratar y al valor del presupuesto oficial asignado para el mismo.

4. VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO, PRESUPUESTO, VARIABLES UTILIZADAS Y RUBROS QUE LO COMPONEN.

El valor estimado del contrato es de **CIENTO VENTIUN MILLONES SETESCIENTOS OCHO MIL PESOS, MONEDA CORRIENTE ($121.708.000 M/Cte),** incluido IVA.

El presupuesto oficial destinado para el presente proceso de contratación, corresponde a la vigencia fiscal «2018», con cargo a los rubros de funcionamiento, «3-1-2-02-17-00-0000-00» por concepto de Información [$35.000.000] y «3-1-2-02-18-00-0000-00» por concepto de Publicidad [$86.708.000]. El FDLF se reserva el derecho de adjudicar el contrato por el valor del presupuesto oficial.

Para definir el presupuesto del presente proceso de contratación se realizó el respectivo ESTUDIO DE MERCADO, consistente en el análisis comparativo de tarifas del servicio de divulgación de contenidos en medios de comunicación masivos, directos, alternativos, comunitarios y digitales, para lo cual, presentamos el ejercicio adelantado por el Fondo de Desarrollo Local de Fontibón sobre Compañías del sector.

En el documento citamos las conclusiones que se lograron abstraer luego de realizar el comparativo de las tarifas ofrecidas por las Centrales de Medios consultadas, sobre los ítems cotizados IVA y FEE de agenciamiento incluidos, con respecto a los componentes que conforman los servicios a contratar, que son los siguientes:

1. Componente I Publicidad Medios Masivos y Comunitarios
2. Componente II Publicidad Mobiliario Urbano
3. Componente III Publicidad en Medios Digitales y Redes Sociales

Lo anterior, en cumplimiento de lo señalado en la Ley 80 de 1993, 1150 de 2007 y el Decreto 1082 de 2015, por medio de los cuales se establece que todo proceso de selección, independientemente de su modalidad, debe estar precedido de un Estudio de Mercado que le permita a la Entidad contratante, conocer las condiciones de precio y calidad de los bienes y servicios, se adjunta al presente estudio previo, el análisis del mercado para la presente selección. Se adjunta ANEXO 1: Estudio de Mercado.
Adicionalmente y en cumplimiento al Decreto 1082 de 2015 que en su artículo 2.2.1.1.1.6.1, establece que las entidades estatales deben hacer un Análisis del Sector relativo al objeto del proceso, se anexa dicho análisis realizado para el presente proceso de contratación. Se adjunta ANEXO 2: Análisis del Sector.

Los precios unitarios propuestos por el oferente no pueden superar en ningún ítem los propuestos en el estudio de mercado.

NOTA: De acuerdo a las necesidades del Fondo de Desarrollo Local de Fontibón se determinará la cantidad de espacios y medios a contratar, a partir del listado de la referencia, teniendo en cuenta el valor unitario, IVA y FEE incluido. El FDLF se reserva el derecho de adjudicar el contrato por el valor del presupuesto oficial.

5. JUSTIFICACIÓN DE LOS FACTORES DE SELECCIÓN.

De conformidad con el objeto, cuantía y naturaleza del contrato a suscribir, los factores de escogencia del presente proceso de selección, se justifica en la ponderación de los elementos de calidad y precio soportados en puntajes o formulas.

A continuación, se relacionan los siguientes criterios que permiten la escogencia del ofrecimiento más favorable para la Entidad.

Los criterios de verificación – requisitos habilitantes – NO dan puntaje, sólo habilitan las propuestas para la asignación de puntaje.

5.1 CRITERIOS DE VERIFICACIÓN – REQUISITOS HABILITANTES:

CRITERIO DE VERIFICACIÓN	DESCRIPCIÓN – REQUISITOS
CAPACIDAD JURÍDICA.	De acuerdo con lo establecido en Ley 80 de 1993, Ley 1150 de 2007, Ley 1474 de 2011 y el Decreto 1082 de 2015, la Entidad verificará en cada oferta el cumplimiento de los requisitos jurídicos, los cuales tienen por objeto establecer si los proponentes cumplen con las condiciones y requisitos mínimos exigidos por EL FONDO. Esta verificación no da puntaje, solo habilita. Los documentos que se deben anexar a la propuesta son los que se relacionan a continuación: 1. Carta de presentación de la propuesta, en ella además se debe manifestar el conocimiento, aceptación y cumplimiento de los requerimientos técnicos mínimos exigidos. 2. Fotocopia cedula de ciudadanía del proponente persona natural o del representante legal de la persona jurídica y del proponente plural. 3. Fotocopia Libreta Militar (para varones menores de 50 años), para la persona natural y para el representante legal. 4. Certificado de existencia y representación legal de la persona jurídica (cámara de comercio o el que haga sus veces) con una expedición no mayor a treinta (30) días y cuyo objeto social tenga relación con la ejecución del contrato, y cuya vigencia de la sociedad sea como mínimo por el plazo de ejecución del contrato, su liquidación y dos (2) años más. 5. Documento de conformación del Consorcio o Unión Temporal (si aplica). Certificados: 1. Certificado de Responsables Fiscales de la Contraloría General de la República, para la persona natural, persona jurídica, representante legal. 2. Certificado de Antecedentes Disciplinarios expedido por la Procuraduría General de la Nación, para la persona natural, persona jurídica, representante legal. 3. Certificado de Antecedentes Disciplinarios expedido por la Personería de Bogotá D. C, para la persona natural y representante legal. 4. Certificado de Antecedentes Judiciales expedido por la Policía Nacional, para la persona natural y representante legal.

	5. Registro único tributario RUT y registro de identificación tributaria RIT, para la persona natural y la persona jurídica. 6. Certificado de inscripción en el registro único de proponentes (RUP), de la cámara de comercio. Dicho certificado deberá tener una fecha de expedición no mayor a treinta (30) días calendarios anteriores a la fecha de presentación de la propuesta, para la persona natural, persona jurídica. 7. Certificación sobre el cumplimiento de las obligaciones parafiscales y de seguridad social. a) Cuando el proponente sea una persona jurídica, deberá presentar una certificación en original, expedida por el Revisor Fiscal, cuando éste exista de acuerdo con los requerimientos de la Ley, o por el Representante Legal, bajo la gravedad del juramento, cuando no se requiera Revisor Fiscal, del pago de los aportes de sus empleados a los sistemas de salud, riesgos profesionales, pensiones y aportes a las Cajas de Compensación Familiar, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar y Servicio Nacional de Aprendizaje. Dicho documento debe certificar que, a la fecha de cierre del presente proceso de selección, ha realizado el pago de los aportes correspondientes a la nómina y que se encuentren al día, contados a partir de la citada fecha, en los cuales se haya causado la obligación de efectuar dichos pagos. En el evento en que la sociedad no tenga más de seis (6) meses de constituida, deberá acreditar los pagos a partir de la fecha de su constitución. En caso de presentar acuerdo de pago con las entidades recaudadoras respecto de alguna de las obligaciones mencionadas deberá manifestar que existe el acuerdo y que se encuentra al día en el cumplimiento del mismo. En este evento el proponente deberá anexar copia del acuerdo de pago correspondiente y el comprobante de pago soporte del mes anterior al cierre del proceso de selección. b) Cuando el proponente sea una persona natural, deberá presentar una declaración en original, bajo la gravedad de juramento donde certifique el pago de los aportes de sus empleados a los sistemas de salud, riesgos profesionales, pensiones y aportes a las Cajas de Compensación Familiar, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, Servicio Nacional de Aprendizaje. Dicho documento debe certificar que, a la fecha de cierre del presente proceso de selección, se encuentra al día en el pago de los aportes correspondientes. En caso de presentar acuerdo de pago con las entidades recaudadoras respecto de alguna de las obligaciones mencionadas deberá manifestar que existe el acuerdo y que se encuentra al día en el cumplimiento del mismo. En este evento el proponente deberá anexar copia del acuerdo de pago correspondiente y el comprobante de pago soporte del mes anterior al cierre del proceso de selección. Cuando se trate de Consorcios o Uniones Temporales, cada uno de sus integrantes, deberá aportar la

	declaración aquí exigida. Nota: El FDLF dará prevalencia al principio de buena fe contenido en el artículo 83 de la Constitución Política Nacional, en consecuencia, todas aquellas observaciones que aleguen el presunto incumplimiento en lo descrito en el presente numeral, deberán acompañarse de documentos con los cuales se desvirtué la presunción de buena fe de la que gozan los proponentes. Autorización expresa del órgano social competente (Asamblea, Junta Directiva, etc.), en la que conste que el representante legal está plenamente facultado para presentar la propuesta y para suscribir el contrato hasta por el valor de la propuesta (cuando el representante legal de la persona jurídica tenga restricciones para contraer obligaciones en nombre de la misma). El documento de autorización deberá presentarse debidamente suscrito y expedido con anterioridad a la presentación de la propuesta. Para el caso de consorcios o uniones temporales, dicho documento es exigible a cada uno de los integrantes, si sus estatutos individuales contienen la limitante. Garantía de Seriedad de la Propuesta: El PROPONENTE deberá constituir una Garantía de Seriedad, (Debidamente especificado el objeto del presente proceso de selección, el beneficiario, con base en el presupuesto total), por cualquiera de los siguientes mecanismos de conformidad con el Decreto 1082 de 2015: 1. Contrato de Seguro contenido en una póliza. 2. Patrimonio Autónomo. 3. Garantía bancaria y con las condiciones dadas BENEFICIARIO, MONTO Y VIGENCIA: ALCALDÍA LOCAL DE FONTIBÓN – FONDO DE DESARROLLO LOCAL DE FONTIBÓN con RUT No. 899.999.061-9, por un valor equivalente al diez por ciento (10%) del valor total de la oferta, con una vigencia de por lo menos noventa (90) días calendario, contados a partir de la fecha de cierre del presente proceso. AMPAROS: LA GARANTÍA DEBE ESPECIFICAR CADA UNO DE LOS SIGUIENTES RIESGOS: 1. La no ampliación de la vigencia de la garantía de seriedad de la oferta cuando el plazo para la Adjudicación o para suscribir el contrato es prorrogado, siempre que tal prórroga sea inferior a tres (3) meses. 2. El retiro de la oferta después de vencido el plazo fijado para la presentación de las ofertas. 3. La no suscripción del contrato sin justa causa por parte del adjudicatario. 4. La falta de otorgamiento por parte del proponente seleccionado de la garantía de cumplimiento del contrato. Cuando la PROPUESTA sea presentada por un Consorcio o Unión Temporal, la garantía debe ser tomada a nombre del consorcio o unión temporal y debe incluir el nombre de sus integrantes y porcentaje de participación, tal como aparecen en el documento que acredita la existencia y representación legal o documento de conformación. El PROPONENTE, por el acto de Propuesta, acepta que el FDLF le solicite ampliar el término de vigencia de la póliza.

<table>
<tr>
<td>CONDICIONES DE EXPERIENCIA.</td>
<td>El proponente deberá demostrar experiencia directamente relacionada con el objeto del presente proceso, con Un (1) contrato igual o superior al valor del presupuesto oficial, en el que se acredite la prestación de servicios relacionados directamente con el objeto del presente proceso.

Este contrato deberá estar inscrito en el Registro Único de Proponentes, en el cual se verificará que el contrato se encuentre clasificado en, al menos, 3 de los códigos se relacionan a continuación.

<table>
<tr><th>Código</th><th>Grupo</th><th>Segmento</th><th>Familia</th><th>Clase</th></tr>
<tr><td>83121700</td><td>F. Servicios</td><td>83. Servicios públicos y Servicios Relacionados con el Sector Público</td><td>12. Servicios de Información</td><td>17. Servicios de Comunicación Masiva</td></tr>
<tr><td>82101500</td><td>F. Servicios</td><td>82. Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes</td><td>10. Publicidad</td><td>15. Publicidad impresa</td></tr>
<tr><td>82101600</td><td>F. Servicios</td><td>82. Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes</td><td>10. Publicidad</td><td>16. Publicidad difundida</td></tr>
<tr><td>82101700</td><td>F. Servicios</td><td>82. Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes</td><td>10. Publicidad</td><td>17. Publicidad aérea</td></tr>
<tr><td>82101900</td><td>F. Servicios</td><td>82. Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes</td><td>10. Publicidad</td><td>19. Colocación y cumplimiento de medios</td></tr>
</table>
</td>
</tr>
<tr>
<td>CAPACIDAD FINANCIERA.</td>
<td>Certificado del RUP del Proponente singular o de cada uno de los miembros del consorcio, unión temporal o promesa de sociedad futura, si el Proponente es plural.

EL FONDO con el fin de medir la fortaleza financiera del interesado y conforme a lo dispuesto en el numeral 3 del artículo 2.2.1.1.1.5.3. del Decreto 1082 de 2015 y en ejercicio de la facultad para solicitar indicadores adicionales de capacidad financiera prevista en el Manual para determinar y verificar los requisitos habilitantes en los Procesos de Contratación Versión M-DVRHPC-04 que aparece publicado en la página web del Portal de Colombia Compra Eficiente www.colombiacompra.gov.co verificará la capacidad financiera del proponente con fundamento en la información financiera con corte a 31 de diciembre de 2016 que aparece registrada en el Registro Único de Proponentes (RUP) expedido por la Cámara de Comercio que se encuentre debidamente actualizada y en firme y; anexo mediante los estados financieros auditados, completos, del proponente con corte a 31 de diciembre de 2016 (Balance General, Estado De Resultados, Estado De Pérdidas y Declaración De Renta) debidamente suscritos por el representante legal o por el revisor fiscal o auditor o por el contador según sea el caso, de conformidad con lo establecido en los artículos 37 y 38 de la Ley 222 de 1995, Ley 1116 de 2006, Ley</td>
</tr>
</table>

<table>
<tr>
<td></td>
<td>1429 de 2010, el Decreto 2649 de 1993, el Decreto 1536 de 2007, el Decreto 1878 de 2008, el Decreto 1925 de 2009 y demás normas legales que las adicionen, complementen o modifiquen, mediante los siguientes indicadores de capacidad financiera relacionados a continuación:

<table>
<tr><td>INDICE DE LIQUIDEZ</td><td>≥ 2</td></tr>
<tr><td>NIVEL DE ENDEUDAMIENTO</td><td>≤ 60%</td></tr>
<tr><td>COBERTURA DE INTERES</td><td>≥ 3.0</td></tr>
</table>

En relación con el indicador de cobertura de intereses es importante tener en cuenta que una compañía puede encontrarse en dificultades financieras y operacionales y mantener el giro ordinario de sus negocios por un buen tiempo, en la medida en que sea capaz de pagar sus intereses de deuda, por lo que la entidad considera que cero (0) no es un indicador que respalde dicha situación.

Si el Proponente es un consorcio, unión temporal o promesa de sociedad futura debe cumplir su capacidad financiera de acuerdo con la suma de los componentes de los indicadores establecida como opción 2 en el Manual para determinar y verificar los requisitos habilitantes en los Procesos de Contratación Versión M-DVRHPC-04 que aparece publicado en la página web del Portal de Colombia Compra Eficiente www.colombiacompra.gov.co.

Todos los indicadores exigidos para verificar la capacidad financiera, deben ser cumplidos sin excepción por todos los proponentes so pena de rechazo.</td>
</tr>
<tr>
<td>CAPACIDAD DE ORGANIZACIÓN</td>
<td>El Fondo de Desarrollo Local de Fontibón con el fin de medir el rendimiento de las inversiones y la eficiencia en el uso de activos del interesado y conforme a lo dispuesto en el numeral 4º del artículo 2.2.1.1.1.5.3. del Decreto 1082 de2015 y en ejercicio de la facultad para solicitar indicadores adicionales de capacidad organizacional prevista en el Manual para determinar y verificar los requisitos habilitantes en los Procesos de Contratación Versión M-DVRHPC-04 que aparece publicado en la página web del Portal de Colombia Compra Eficiente www.colombiacompra.gov.co, verificará la capacidad organizacional del proponente con fundamento en la información financiera con corte a 31 de diciembre de 2016 que aparece registrada en el Registro Único de Proponentes (RUP) expedido por la Cámara de Comercio y que se encuentre debidamente actualizada y en firme y; anexo mediante los estados financieros auditados, completos del proponente con corte a 31 de diciembre de 2016 (Balance General, Estado De Resultados, Declaración De Renta) debidamente suscritos por el</td>
</tr>
</table>

<table>
<tr>
<td></td>
<td>representante legal o por el revisor fiscal o auditor o por el contador según sea el caso, mediante los siguientes indicadores de capacidad organizacional relacionados a continuación:

<table>
<tr><td>Capacidad Organizacional</td><td>Índice</td></tr>
<tr><td>Rentabilidad del patrimonio</td><td>≥ 0.06</td></tr>
<tr><td>Rentabilidad del activo</td><td>≥ 0.04</td></tr>
</table>

Si el Proponente es un consorcio, unión temporal o promesa de sociedad futura debe cumplir su capacidad organizacional de acuerdo con la suma de los componentes de los indicadores establecida como opción 2 en el Manual para determinar y verificar los requisitos habilitantes en los Procesos de Contratación Versión M-DVRHPC-04 que aparece publicado en la página web del Portal de Colombia Compra Eficiente www.colombiacompra.gov.co.

Todos los indicadores exigidos para verificar la capacidad organizacional, deben ser cumplidos sin excepción por todos los proponentes so pena de rechazo.</td>
</tr>
<tr>
<td>REGISTRO ÚNICO DE PROPONENTES.</td>
<td>El proponente nacional o extranjero con domicilio o sucursal en Colombia y cada uno de sus integrantes si el mismo es un consorcio o una unión temporal, deberán acompañar sus ofertas con la certificación de su inscripción y clasificación en el Registro Único de proponentes de la Cámara de Comercio de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 6º de la Ley 1150 de 2007, modificado por el artículo 221 del Decreto 19 de 2012. Este certificado debe haber sido expedido dentro de los 30 días calendario anteriores a la fecha definitiva de cierre del presente proceso de selección.

La inscripción en el RUP por parte del proponente y cada uno de sus integrantes en el caso de consorcios y uniones temporales, de conformidad con lo señalado en los artículos 2.2.1.1.1.5.1 y 2.2.1.1.1.5.4 del Decreto 1082 de 2015.

Aunado a ello la información contenida en el RUP deberá estar a corte del 31 de diciembre de 2016 y en firme a la fecha de cierre.</td>
</tr>
</table>

5.2 CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y PONDERACIÓN

Criterios o factores de calificación de las propuestas que previamente cumplan con los requisitos y condiciones de participación y sean jurídica y técnicamente evaluables.

De conformidad al artículo 2.2.1.1.2.2.2 del decreto 1082 de 2015, la adjudicación recaerá en el proponente que haya presentado la oferta más favorable teniendo en cuenta la ponderación de los elementos de calidad y precio, soportados en puntajes así.

CRITERIO DE CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN
Factor Económico	400 puntos
Factor Técnico	500 puntos
Apoyo a la Industria Nacional	100 puntos
TOTAL:	1000 puntos

5.2.1 FACTOR ECONÓMICO.

El valor de la propuesta no debe superar el valor del presupuesto oficial, so pena del Rechazo de la misma. En el valor de la propuesta se entienden incluidos en su totalidad, los costos directos e indirectos que genere la ejecución del proyecto, impuestos nacionales y distritales y demás gastos que origine el mismo, los cuales estarán a cargo del contratista.

Los costos y gastos en que incurran los oferentes para la elaboración y presentación de las propuestas, serán de su propia cuenta y riesgo. El FONDO no reconocerá ni reembolsará ningún valor por este concepto.

Si el proponente no discrimina el impuesto al valor agregado (IVA), y el servicio objeto del presente proceso causan dicho impuesto, el FONDO lo considerará INCLUIDO en el valor ofertado y así lo aceptará el proponente.

Si el proponente no discrimina el valor correspondiente al porcentaje de agenciamiento (FEE), y el servicio objeto del presente proceso causa dicho porcentaje, el FONDO lo considerará INCLUIDO en el valor ofertado y así lo aceptará el proponente.

El proponente deberá presentar, diligenciar y firmar el formato denominado "PROPUESTA ECONÓMICA", certificando bajo la gravedad del juramento que toda la información que registra en el formato es veraz.

La propuesta económica, deberá presentarse en pesos colombianos en valores enteros, incluidos todos los costos directos e indirectos a que haya lugar, y deberá estar firmada por el Representante Legal.

Cualquier error de cálculo del proponente al momento de determinar el valor económico de cada ítem de la propuesta correrá a su cargo. EL FONDO procederá a su corrección y éste será el valor que se tendrá en cuenta para la evaluación, adjudicación y suscripción del contrato, el cual será notificado al oferente en la evaluación.

Las correcciones efectuadas a las ofertas de los proponentes, según el procedimiento anterior, serán de forzosa aceptación para éstos. Si el proponente, en caso de que se le adjudique el contrato, rehúsa aceptar dichas correcciones, se hará efectiva la garantía de seriedad de la propuesta.

Todos los gastos no previstos en la propuesta, serán a cargo del contratista.

Para efectos de evaluación y calificación los proponentes, deberán relacionar la información solicitada por EL FONDO en el formato “PROPUESTA ECONÓMICA”.

En el formato “PROPUESTA ECONÓMICA”, se brinda la información de las características del servicio y bienes que requiere el FONDO para el presente proceso.

Para evaluar este criterio es necesario que, desde el momento de presentación de la propuesta, el proponente allegue la oferta económica que deberá incluir los costos de la oferta. Serán objeto de evaluación económica solamente las propuestas que hayan sido verificadas como CUMPLE (Hábil) en los aspectos jurídicos, financiero y de técnicos habilitantes.

Con las propuestas hábiles, que son aquellas que cumplen con todos los requisitos exigidos en el pliego de condiciones, se aplicara la formula indicada más adelante.

La oferta más favorable será la calificada mediante los siguientes criterios Se calculará la media aritmética “X”, con las propuestas hábiles.

Se calculará el promedio “PM”, mediante la siguiente Fórmula.

PM = (X + Pof*N/3) / ((N/3)+1); en donde:
PM = Promedio

X = Media aritmética de las propuestas hábiles.
Pof = Presupuesto Oficial
N = Número de Proponentes hábiles.

Para la asignación del puntaje se utiliza la siguiente fórmula:

Pt = Pa – ABS(n*(1 – (Pi/PM))); donde:
n = Número entero inmediatamente superior a la raíz cuadrada de N
Pi = Valor de la propuesta en consideración
Pa = Puntaje máximo a obtener.
PM = Promedio.
ABS = Valor absoluto.

NOTA. Para efectos de asignación de puntaje se tomará el número resultante y los dos primeros decimales de este.

LOS PROPONENTES SOLO Y ÚNICAMENTE DEBEN PRESENTAR LA PROPUESTA ECONÓMICA EN EL FORMATO ANEXO AL PROCESO (SIN VARIACIONES Y SIN DECIMALES).

Las propuestas que excedan el 100% del presupuesto oficial a nivel ítem, para este proceso de selección serán rechazadas.

5.2.2 FACTOR TÉCNICO (500 PUNTOS):

Ítem	Criterio	Puntaje
Bonificados	Al proponente que dentro de su propuesta técnica ofrezca un paquete de bonificados en medios *masivos, directos, alternativos, comunitarios y digitales* equivalentes al 10% del valor del contrato a disposición exclusiva del FDLF para impulsar las campañas, obtendrá el puntaje máximo. Para lo anterior, deberá diligenciar su propio (anexo) formato adjunto a la propuesta al momento del cierre del proceso, denominado bonificados, en el cual deberá manifestar y dejar por escrito de manera específica el ofrecimiento correspondiente, el puntaje por el cual opta, personal al cual va dirigido, manifestación de que dicha reacción se llevara a cabo de acuerdo al anexo técnico y la manifestación de que dicho ofrecimiento es sin costo adicional para la entidad contratante. El proponente que no ofrezca el paquete de bonificados, obtendrá Cero (0) puntos.	250 puntos
Activación BTL	Al proponente que dentro de su propuesta técnica ofrezca la producción y realización de una Activación BTL sobre una campaña determinada por el FDLF, obtendrá el puntaje máximo. Para lo anterior, deberá adjuntar a su propuesta, los documentos necesarios para acreditar la activación de BTL. Para lo anterior, deberá diligenciar su propio (anexo) formato adjunto a la propuesta al momento del cierre del proceso, denominado activación BTL, en el cual deberá manifestar y dejar por escrito de manera específica el ofrecimiento correspondiente, el puntaje por el cual opta, personal al cual va dirigido, manifestación de que dicha reacción se llevara a cabo de acuerdo al anexo técnico y la manifestación de que dicho ofrecimiento es sin costo adicional para la entidad contratante. El proponente que no ofrezca activación de BTL, obtendrá Cero (0) puntos.	250 puntos

Nota 1. El proponente que no allegue documento soporte adjunto para optar al puntaje, o lo haga de manera confusa y/o errada, obtendrá cero (0) puntos.

Nota 2. Los estímulos y ofrecimientos adicionales son importantes, teniendo en cuenta el ofrecimiento favorable que busca la entidad licitante por parte de los proponentes, los cuales a su vez obedecen a los fines e interés de la entidad, de conformidad con lo señalado en el Decreto 1082 de 2015.

Los estímulos y ofrecimientos adicionales son importantes, teniendo en cuenta el ofrecimiento favorable que busca la entidad licitante por parte de los proponentes, los cuales a su vez obedecen a los fines e interés de la entidad, de conformidad con lo señalado en el Decreto 1082 de 2015, por esta razón se requiere que los proponentes ofrezcan estos aspectos adicionales, que permitan así llegar al objetivo establecido por la entidad contratante. El proponente para acreditar su ofrecimiento de manera correcta, además de allegar los anexos en mención, deberá allegar de manera separada carta de compromiso que incluya Descripción de los ofrecimientos adjuntos, cantidad, especificaciones generales del ofrecimiento y puntaje por el cual pretende optar, de tal manera que la entidad pueda llevar a cabo una evaluación de manera objetiva (artículo 5 Ley 1150 de 2007).

5.2.3 APOYO A LA INDUSTRIA NACIONAL (100 PUNTOS).

En cumplimiento de lo dispuesto por la Ley 816 de 2003, los puntajes que se asignarán en cada uno de los casos serán: Protección a la Industria Nacional.	**Puntaje máximo**
El oferente cuya empresa se haya constituido por personas naturales de Colombia o por residentes en Colombia de acuerdo con la legislación nacional o aplica principio de reciprocidad.	**100**
El oferente cuya empresa se haya constituido por personas naturales de Colombia o por residentes en Colombia y personas extranjeras de acuerdo con la legislación nacional sin aplicación principio de reciprocidad.	**60**
El oferente cuya empresa se haya constituido por personas extranjeras de acuerdo con la legislación nacional.	**40**

Se evaluará y asignará el respectivo puntaje a los proponentes que acrediten mediante certificación de cámara de comercio vigente, el cual acredite que la prestación del servicio se efectuará por empresas constituidas de acuerdo con la legislación nacional, por personas naturales colombianas o por residentes en Colombia, de conformidad con lo consagrado por la ley 816 de 2003 en concordancia con la ley 1150 de 2007, artículo 2, parágrafo segundo, numeral 3.

De igual manera, conforme con lo establecido en el parágrafo del artículo 1 de la Ley 816 de 2003, modificado por el artículo 51 del Decreto Ley 0019 de 2012, se otorgará tratamiento de bienes y servicios nacionales a aquellos bienes y servicios originarios de los países con los que Colombia ha negociado trato nacional en materia de compras estatales y de aquellos países en los cuales a las ofertas de bienes y servicios colombianos se les conceda el mismo tratamiento otorgado a sus bienes y servicios nacionales.

Para la asignación del puntaje de que trata este numeral el proponente debe presentar con la propuesta una certificación de cámara de comercio vigente del oferente el cual acredite que la prestación del servicio se efectuará por empresas constituidas de acuerdo con la legislación nacional, por personas naturales colombianas o por residentes en Colombia o aplica principio de reciprocidad.

5.3 CRITERIOS PARA SELECCIONAR LA OFERTA MÁS FAVORABLE

De conformidad con el numeral 3, Artículo 5, Ley 1150 de 2007, para el objeto, cuantía y naturaleza del contrato a suscribir, los factores de escogencia de la oferta más favorable en el presente proceso de selección serán:

La oferta que cumpliendo con los requisitos habilitantes obtenga el mayor puntaje de los criterios de evaluación y ponderación.

5.4 REGLAS DE DESEMPATE DE OFERTAS.

Si se presenta un empate entre ofertas, la entidad, lo resolverá con base en las siguientes reglas (artículo 2.2.1.1.2.2.9 Decreto 1082 de 2015):

En caso de empate en el puntaje total de dos o más ofertas, la Entidad Estatal escogerá el oferente que tenga el mayor puntaje en el primero de los factores de escogencia y calificación establecidos en los pliegos de condiciones del Proceso de Contratación.

Si persiste el empate, escogerá al oferente que tenga el mayor puntaje en el segundo de los factores de escogencia y calificación establecidos en los pliegos de condiciones del Proceso de Contratación y así sucesivamente hasta agotar la totalidad de los factores de escogencia y calificación establecidos en los pliegos de condiciones.

Si persiste el empate, la Entidad Estatal debe utilizar las siguientes reglas de forma sucesiva y excluyente para seleccionar el oferente favorecido, respetando los compromisos adquiridos por Acuerdos Comerciales:

1. Preferir la oferta de bienes o servicios nacionales frente a la oferta de bienes o servicios extranjeros.
2. Preferir las ofertas presentada por una Mipyme nacional.
3. Preferir la oferta presentada por un Consorcio, Unión Temporal o promesa de sociedad futura siempre que: (a) esté conformado por al menos una Mipyme nacional que tenga una participación de por lo menos el veinticinco por ciento (25%); (b) la Mipyme aporte mínimo el veinticinco por ciento (25%) de la experiencia acreditada en la oferta; y (c) ni la Mipyme, ni sus accionistas, socios o representantes legales sean empleados, socios o accionistas de los miembros del Consorcio, Unión Temporal o promesa de sociedad futura.
4. Preferir la propuesta presentada por el oferente que acredite en las condiciones establecidas en la ley que por lo menos el diez por ciento (10%) de su nómina está en condición de discapacidad a la que se refiere la Ley 361 de 1997. Si la oferta es presentada por un Consorcio, Unión Temporal o promesa de sociedad futura, el integrante del oferente que acredite que el diez por ciento (10%) de su nómina está en

condición de discapacidad en los términos del presente numeral, debe tener una participación de por lo menos el veinticinco por ciento (25%) en el Consorcio, Unión Temporal o promesa de sociedad futura y aportar mínimo el veinticinco por ciento (25%) de la experiencia acreditada en la oferta.

5. Utilizar un método aleatorio (balotas) para seleccionar el oferente.

6. SOPORTE QUE PERMITA LA TIPIFICACIÓN, ESTIMACIÓN Y ASIGNACIÓN DE LOS RIESGOS PREVISIBLES QUE PUEDAN AFECTAR EL EQUILIBRIO ECONÓMICO DEL CONTRATO.

El FDLF, de acuerdo con las disposiciones del artículo 4 de la ley 1150 de 2007 y de los artículos 2.2.1.1.1.3.1, 2.21.1.1.61, 2.2.1.1.1.6.3 y el numeral 2 del artículo 2.2.1.2.5.2 del Decreto 1082 de 2015 y con base en la Metodología para identificar y clasificar los riesgos elaborados por Colombia Compra Eficiente, se procede a tipificar, estimar y asignar los riesgos de la presente contratación. Ver ANEXO 3 Matriz de Riesgos.

7. ANALISIS QUE SUSTENTA LA EXIGENCIA DE GARANTÍAS.

De acuerdo a lo establecido en el artículo 2.2.1.2.1.4.5 del Decreto Nacional 1082 de 2015, en la contratación directa la exigencia de garantías establecidas en la Sección 3, del Capítulo 2, Título 1, Parte 2 del Libro 2 del citado Decreto, no es obligatoria y la justificación para exigirlas o no debe estar en los estudios y documentos previos. En caso de requerirse, le corresponde a la Entidad determinar la necesidad de exigirla, atendiendo a la naturaleza del objeto del contrato y a la forma de pago, así como en los demás que señale el reglamento.

Para la presente contratación SI requiere garantías a fin de garantizar el cumplimiento de las obligaciones que se adquieren en virtud del contrato a suscribirse; en consecuencia de ello, el Contratista se obliga a constituir a favor del Fondo de Desarrollo Local de Fontibón - FDLF, NIT: 899.999.061-9,una Garantía Única, expedida por un Banco o Compañía de Seguros legalmente establecida en Colombia, cuya póliza matriz se encuentre aprobada por la Superintendencia Financiera de Colombia, que ampare los siguientes riesgos por medio de contrato de seguro contenido en una póliza:

- **Cumplimiento:** Para asegurar el pago de los perjuicios que se generen con ocasión del incumplimiento de las obligaciones del contratista, para lo cual éste deberá constituir el amparo por el **veinte por ciento (20%) del valor total del contrato**, vigente desde la suscripción del contrato, el **término de ejecución del mismo y seis (6) meses más.**

- **Calidad del servicio**: Para cubrir los perjuicios derivados de la prestación deficiente del servicio contratado que surjan con posterioridad a la terminación del contrato y que se deriven de los siguientes eventos: mala calidad o la insuficiencia de los productos entregados con ocasión de un contrato de servicios y mala calidad del servicio prestado, teniendo en cuenta las condiciones pactadas en el contrato. Para asegurar en cuantía equivalente al **diez por ciento (10%) del valor total del Contrato**, vigente desde la suscripción del contrato, el **término de ejecución del mismo y seis (6) meses más.**

- **Pago de salarios, prestaciones sociales e indemnizaciones laborales:** Se exige para proteger a la Entidad cuando quiera que el contratista emplea a terceros para la ejecución del contrato, pues en el evento que incumpla el pago de salarios o prestaciones sociales de sus empleados, la Entidad puede ser demandada por ellos, para lo cual éste deberá constituir el amparo por **el cinco por ciento (5%)** del valor total del contrato, vigente desde la suscripción del contrato, el **término de ejecución del mismo y tres años más.**

De acuerdo con el análisis anterior la garantía debe cubrir los siguientes amparos:

Modalidad	Porcentaje	Vigencia de Amparos
Cumplimiento de las obligaciones surgidas del contrato interadministrativo	20%	Vigente desde la fecha de suscripción del contrato, el término de ejecución del contrato, más seis (6) meses.
Calidad del servicio de los perjuicios derivados de la prestación deficiente del servicio	10%	Vigente desde la suscripción del contrato, el término de ejecución del mismo y seis (6) meses más.
Pago de salarios, prestaciones sociales e indemnizaciones laborales	5%	Vigente desde la fecha de suscripción del contrato, y tres (3) años más.

Nota 1: La Central de Medios contratada deberá reponer las garantías antes mencionadas, cuando en razón de las sanciones impuestas, o por la suscripción del acta de inicio, o de prórrogas, o adiciones o suspensiones al contrato, o de otros hechos, se disminuyere o agotare, o cuando el valor de la misma se vea afectado por razón de siniestros, durante el tiempo de ejecución del contrato, según sea el caso.

Nota 2: Sí la Compañía de Seguros establece en las pólizas algún porcentaje como deducible y lo hace efectivo en caso de siniestro, el mismo será asumido por la Central de Medios contratada, para lo cual éste autoriza al Fondo de Desarrollo Local de Fontibón, a descontarlo del valor de los pagos que se le efectúen.

Indemnidad

La Central de Medios contratada mantendrá indemne a la ALCALDÍA LOCAL DE FONTIBÓN contra todo reclamo, demanda, acción legal y costos que pueda causarse o surgir daños o lesiones a personas o propiedades de terceros, ocasionados por la Central de Medios contratada en ejecución del objeto y de las obligaciones contractuales.

En caso de que se entable un reclamo, demanda o acción legal contra la ALCALDÍA LOCAL DE FONTIBÓN, por asuntos que según el contrato sean de responsabilidad de la Central de Medios contratada, ésta será notificada lo más pronto posible para que por su cuenta adopte oportunamente las medidas previstas por la Ley para mantener indemne a la ALCALDÍA LOCAL DE FONTIBÓN.

La Central de Medios contratada será responsable de todos los daños causados a la ALCALDÍA LOCAL DE FONTIBÓN, ocasionados por su culpa y le reconocerá y pagará el valor de tales daños o procederá a repararlos debidamente a satisfacción de la Entidad.

8. INDICACIÓN DE SI LA CONTRATACIÓN ESTÁ COBIJADA POR UN ACUERDO INTERNACIONAL O UN TRATADO DE LIBRE COMERCIO VIGENTE PARA COLOMBIA.

La presente contratación **NO** esta cobijada por un acuerdo internacional o un tratado de libre comercio vigente para Colombia.

9.CONDICIONES GENERALES DEL CONTRATO

9.1 PLAZO

El plazo del contrato es de **SIETE (7) MESES y/o hasta agotar el presupuesto** contados a partir de la fecha de suscripción del Acta de Iniciación.

No obstante, lo anterior, podrá prorrogarse por mutuo acuerdo entre las partes previo análisis de los resultados obtenidos, mediante documento escrito y suscrito por ambas partes.

El Contrato tendrá una vigencia igual al plazo de ejecución del mismo y seis (6) meses más. El término adicional al de ejecución, será solo con fines de liquidación del contrato y/o sancionar al contratista en el evento que esto sea procedente.

9.2 VALOR

El valor del contrato será de **CIENTO VENTIUN MILLONES SETESCIENTOS OCHO MIL PESOS, MONEDA CORRIENTE ($121.708.000 M/Cte),** incluido IVA (sí aplica).

El presupuesto oficial destinado para el presente proceso de contratación, corresponde a la vigencia fiscal «2018», con cargo a los rubros de funcionamiento, «3-1-2-02-17-00-0000-00» por concepto de Información [$35.000.000] y «3-1-2-02-18-00-0000-00» por concepto de Publicidad [$86.708.000]. El FDLF se reserva el derecho de adjudicar el contrato por el valor del presupuesto oficial.
Los precios unitarios propuestos por el oferente no pueden superar en ningún ítem los propuestos en el estudio de mercado.

NOTA: De acuerdo a las necesidades del Fondo de Desarrollo Local de Fontibón se determinará la cantidad de espacios y medios a contratar, a partir del listado de la referencia, teniendo en cuenta el valor unitario, IVA y FEE incluido. El FDLF se reserva el derecho de adjudicar el contrato por el valor del presupuesto oficial.

9.3 FORMA DE PAGO

El 90% del valor del contrato se pagará de acuerdo a los servicios prestados y facturados de acuerdo a los servicios realmente solicitados por el equivalente al valor de los elementos y/o servicios prestados, en concordancia a la solicitud que realice EL FDLF y recibo a satisfacción

del supervisor del contrato; conforme a programación de PAC. El último pago del contrato, que equivale al 10% restante, se cancelará al vencimiento del plazo o al agotamiento de los recursos, lo que primero ocurra, contra acta de liquidación. Los pagos se realizarán previa programación del PAC y previa presentación de los siguientes documentos:

Los documentos que soportan la factura del Contratista para el pago son:

1. Factura de venta o documento equivalente del Contratista sin decimales
2. Informe de actividades debidamente firmado por el supervisor de contrato y/o el apoyo a la supervisión y el Contratista
3. Certificado de cumplimiento o acta de recibo a satisfacción expedido por el supervisor de contrato y/o el apoyo a la supervisión.
4. Acta de ingreso de los bienes al almacén. (cuando aplique)
6. Copia de la planilla de pago de los aportes al régimen de seguridad social, para el periodo cobrado, en proporción al valor mensual del contrato, cuando se trate de personas naturales
7. Certificación suscrita por el representante legal o revisor fiscal, que acredite el cumplimiento del pago de aportes al sistema de seguridad social integral, parafiscales, ICBF, SENA y cajas de compensación familiar de los últimos seis (6) meses, de conformidad con el artículo 50 de la Ley 789 de 2002 o aquella que lo modifique, adicione o complemente, cuando se trate de personas jurídicas.

NOTA: (Sólo aplica para régimen común) De conformidad con el Numeral 7° Parágrafo 1° del artículo 499 del Estatuto Tributario, "Para la celebración de contratos de venta de bienes o de prestación de servicios gravados por cuantía individual y superior a 3300 UVT, el responsable del Régimen Simplificado deberá inscribirse previamente en el Régimen Común". Por lo anterior los contratistas que para el presente año superen el monto establecido o quienes ya estuvieren inscritos en el Régimen Común, deberán presentar factura de venta, con los requisitos del artículo 617 del Estatuto Tributarlo, incluyendo el Impuesto al Valor Agregado (IVA), para cada pago.

9.4 OBLIGACIONES GENERALES DEL CONTRATISTA

1. Suscribir oportunamente el acta de inicio y el acta de liquidación del contrato, conjuntamente con el/la supervisor/a del mismo, cuando corresponda
2. Entregar al supervisor los documentos elaborados en cumplimiento de las obligaciones contractuales, así como los informes y archivos a su cargo, requeridos sobre las actividades realizadas durante la ejecución del mismo (Cuando aplique).
3. Dar aplicación a los subsistemas que componen el Sistema Integrado de Gestión adoptados por la Secretaría Distrital de Gobierno.
4. Mantener estricta reserva y confidencialidad sobre la información que conozca por causa o con ocasión del contrato, así como, respetar la titularidad de los derechos de autor, en relación con los documentos, obras, creaciones que se desarrollen en ejecución del contrato.
5. Dar estricto cumplimiento al Ideario Ético del Distrito expedido por la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C., así como a todas las normas que en materia de ética y valores expedida la Secretaria Distrital de Gobierno en la ejecución del contrato.
6. Utilizar de manera racional los recursos energéticos e hídricos de las instalaciones donde ejecuta sus actividades, así mismo realizar uso eficiente de los materiales e insumos;

efectuar el manejo y disposición adecuada de los residuos sólidos ordinarios, peligrosos, especiales, igualmente realizar control y tratamiento de vertimientos y emisiones atmosféricas que se generen en ejercicio de las actividades derivadas de la ejecución del contrato.

7. Facilitar al supervisor todas las evidencias que soporten el cumplimiento normativo ambiental y la aplicación de criterios ambientales, según lo establecido en la guía verde de contratación de la entidad y las fichas ambientales del manual de compras públicas del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible.
8. Entregar para cada pago, la certificación suscrita por el representante legal o revisor fiscal, que acredite el cumplimiento del pago de aportes al sistema de seguridad social integral, parafiscales, ICBF, SENA y cajas de compensación familiar de los últimos seis (6) meses, de conformidad con el artículo 50 de la Ley 789 de 2002 o aquella que lo modifique, adicione o complemente.

9.5 OBLIGACIONES ESPECÍFICAS.

1. Una vez se suscriba el acta de inicio, constituir, en conjunto con el equipo de comunicaciones de la Alcaldía Local de Fontibón, el Comité Técnico Operativo encargado de realizar las reuniones de tráfico necesarias para garantizar la más óptima ejecución de las actividades contractuales y cumplir con las condiciones de prestación del servicio de acuerdo con las especificaciones contenidas en la propuesta económica, presentada por Central de Medios contratada y en los estudios previos que hacen parte integral del presente Contrato.

2. Acordar con la Alcaldía Local de Fontibón los procesos de solicitud, ordenación y verificación de la publicación de contenidos y los tiempos para las diferentes actividades que se ejecutarán en el desarrollo del contrato, los cuales deberán ser cumplidos oportunamente por ambas partes con el fin de garantizar la salida al aire de las campañas en las fechas acordadas. Por cada campaña se definirá un cronograma de trabajo.

3. Estructurar, contratar y ejecutar planes de medios óptimos con base en los objetivos de comunicación fijados de acuerdo al público objetivo al que se dirigirá cada campaña, establecidos en el Brief de necesidades generado por la Alcaldía Local de Fontibón, conforme con la metodología definida aprobada.

4. Elaborar y presentar los planes de medios, por cada campaña, máximo, durante los siguientes cinco días a la entrega del Brief, estructurando la propuesta de acuerdo a la caracterización de temas y audiencias señaladas por el equipo de Comunicaciones de la Alcaldía Local de Fontibón, indicando como mínimo franjas, programación, páginas, caras, formatos en pauta en redes sociales y piezas comunicacionales, o las características según los medios señalados, anexando copia de las tarifas presentadas por los medios y el porcentaje de descuento obtenido.

5. Negociar las tarifas y descuentos con los proveedores (medios) con el fin de maximizar la inversión que se dispondrá para la ejecución del objeto del contrato. Buscando los precios más favorables bajo los principios de transparencia, economía y responsabilidad. Las tarifas y descuentos negociados se aplicarán a la Alcaldía Local de Fontibón y a la Central de Medios contratada.

6. Desplegar las acciones necesarias que permitan el mejor posicionamiento de las publicaciones generadas, asegurando la favorable ubicación y manejo de la ordenación de servicios para que los mensajes que se publiquen y/o transmitan, se localicen en los mejores espacios/horarios posibles de la publicación/franja radial/parrilla televisiva, según sea el caso, en dirección a lograr el más amplio cubrimiento y alcance de la información, accediendo a los más óptimos espacios, franjas o audiencias que los medios de comunicación masivos, directos, alternativos, comunitarios y digitales tengan dentro de su programación o contenido, producto de una estrategia conjunta, óptima y favorable entre la Alcaldía Local de Fontibón y la Central de Medios contratada.

7. Contratar directamente a los proveedores más idóneos para ejecutar las acciones de divulgación en medios masivos, directos, alternativos, comunitarios y digitales.

8. Elaborar y entregar las órdenes a los medios de manera oportuna y realizar el seguimiento para que se cumplan las ubicaciones, cantidad de piezas, tarifas y en general que la publicación efectivamente salga al aire y se ejecute correctamente frente a lo planeado.

9. Verificar permanentemente el desempeño de los medios contratados para la ejecución de los planes de medios articulados por la Alcaldía Local de Fontibón, a través de la presentación de estudios de medición de sintonía y audiencias de las campañas ejecutadas.

10. Asegurar las reposiciones, compensaciones, devoluciones y/o cambios por la no publicación de los servicios solicitados o por los servicios prestados en condiciones diferentes a las señaladas por el equipo de comunicaciones de la Alcaldía Local de Fontibón, sí estos no cumplen con las especificaciones relacionadas en el plan de medios aprobado y ordenada. La reposición se debe hacer según la instrucción del supervisor.

11. Entregar a la Alcaldía Local de Fontibón, relación donde se relacione el cuadro de materiales (impresos, sonoros, audiovisuales, digitales y demás) necesarios para la ejecución del plan de medios.

12. Presentar mensualmente al supervisor del contrato un Informe Técnico y Financiero sobre la ejecución de los recursos del contrato donde se evidencie el debido seguimiento y se indique: Órdenes aprobadas por el Supervisor (de acuerdo a las reuniones de tráfico), órdenes de la Central de Medios contratada a los medios, campañas ejecutadas, valores ordenados y facturados a la Entidad, saldos pendientes por facturar y saldo por ejecutar, presupuesto ejecutado frente a lo inicialmente planeado y final facturado por cada uno de los medios, como mecanismo de control sobre las publicaciones ordenadas a cada medio.

13. Presentar mensualmente al supervisor del contrato un Informe sobre el impacto obtenido por las acciones de divulgación en los medios contratados, desarrollando mediciones de indicadores de alcance sobre la gestión de medios desplegada de acuerdo a los contenidos emitidos en el cual se evalúe el cumplimiento de los objetivos de comunicación de cada campaña.

14. 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.

15. Poner a disposición al servicio del Fondo de Desarrollo Local de Fontibón y para efectos del objeto contractual, un equipo de trabajo que desempeñe funciones administrativas, estratégicas y de comunicación y enlace entre las partes contratantes.

16. Acatar y atender las disposiciones sugeridas por el supervisor del contrato.

17. Las publicaciones deben sujetarse exclusivamente a los lineamientos creativos e institucionales establecidos en la estrategia de divulgación que adelante el equipo de comunicaciones de la Alcaldía Local de Fontibón.

18. Entregar con cada Informe los soportes necesarios para evidenciar el cumplimiento de las actividades contractuales que contiene los procesos de solicitud, ordenación y verificación de la emisión, publicación, distribución e impacto de cada campaña de acuerdo a la caracterización de cada medio sean masivos, directos, alternativos, comunitarios y digitales.

19. Cumplir con todas las obligaciones que consten en la propuesta y las que señale el supervisor del contrato, inherentes al objeto del contrato, necesarias para garantizar su cabal ejecución, sin perjuicio de la autonomía técnica y administrativa con que se cuenta para el cumplimiento del objeto contractual.

9.6 OBLIGACIONES DEL FONDO DE DESARROLLO LOCAL

1. Suscribir oportunamente el acta de inicio y el acta de liquidación del contrato, conjuntamente con el/la supervisor/a del mismo, cuando corresponda.

2. Entregar al supervisor los documentos elaborados en cumplimiento de las obligaciones contractuales, así como los informes y archivos a su cargo, requeridos sobre las actividades realizadas durante la ejecución del mismo (Cuando aplique).

3. Dar aplicación a los subsistemas que componen el Sistema Integrado de Gestión adoptados por la Secretaría Distrital de Gobierno.

4. Mantener estricta reserva y confidencialidad sobre la información que conozca por causa o con ocasión del contrato, así como, respetar la titularidad de los derechos de autor, en relación con los documentos, obras, creaciones que se desarrollen en ejecución del contrato.

5. Dar estricto cumplimiento al Ideario Ético del Distrito expedido por la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C., así como a todas las normas que en materia de ética y valores expedida la Secretaria Distrital de Gobierno en la ejecución del contrato.

6. Utilizar de manera racional los recursos energéticos e hídricos de las instalaciones donde ejecuta sus actividades, así mismo realizar uso eficiente de los materiales e insumos; efectuar el manejo y disposición adecuada de los residuos sólidos ordinarios, peligrosos, especiales, igualmente realizar control y tratamiento de vertimientos y emisiones atmosféricas que se generen en ejercicio de las actividades derivadas de la ejecución del contrato.

7. Facilitar al supervisor todas las evidencias que soporten el cumplimiento normativo ambiental y la aplicación de criterios ambientales, según lo establecido en la guía verde de contratación de la entidad y las fichas ambientales del manual de compras públicas del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible.

8. No instalar ni utilizar ningún software sin la autorización previa y escrita de la Dirección de Planeación y Sistemas de Información de la Secretaría, así mismo, responder y hacer buen uso de los bienes y recursos tecnológicos (hardware y software), hacer entrega de los mismos en el estado en que los recibió, salvo el deterioro normal, o daños ocasionados por el caso fortuito o fuerza mayor, (cuando aplique).

9. Cuando se trate de *personas naturales*, realizar el pago de los aportes al régimen de seguridad social, en proporción al valor mensual del contrato, y entregar copia de la planilla correspondiente al supervisor del contrato para cada pago.

   Cuando se trate de *personas jurídicas*, entregar para cada pago, la certificación suscrita por el representante legal o revisor fiscal, que acredite el cumplimiento del pago de aportes al sistema de seguridad social integral, parafiscales, ICBF, SENA y cajas de compensación familiar de los últimos seis (6) meses, de conformidad con el artículo 50 de la Ley 789 de 2002 o aquella que lo modifique, adicione o complemente.

10. Esta obligación será incluida si el área técnica respectiva o la dependencia que solicita la contratación identificó como viable la posibilidad de vincular o contratar para la ejecución del respectivo contrato a las personas identificadas como beneficiaria. Vincular o contratar para la ejecución del contrato personas vulnerables, marginadas y/o excluidas de la dinámica productiva de la ciudad, de acuerdo a lo expuesto en la Directiva 001 del 31 de enero de 2011 “democratización de las oportunidades económicas en el Distrito capital y promoción de estrategias para la participación real y efectiva de las personas naturales vulnerables, marginadas y/o excluidas de la dinámica productiva de la ciudad”.

9.7 SUPERVISIÓN

La supervisión del contrato será ejercida por la Alcaldesa Local de Fontibón, podrá designar mediante comunicación escrita un servidor público que se denominará “Apoyo a la Supervisión” y tendrá como función apoyarla en la supervisión de la ejecución de las obligaciones contractuales que se deriven del contrato.

En todo caso la Alcaldesa podrá variar unilateralmente la designación del apoyo a la supervisión, comunicando su decisión por escrito al contratista y al anterior apoyo a la supervisión. El supervisor y/o su apoyo ejercerán sus obligaciones conforme a lo establecido en el Manual de Contratación Local y están obligados a vigilar permanentemente la correcta ejecución del objeto contratado.

El supervisor y/o su apoyo deberán realizar un seguimiento técnico, administrativo, financiero, contable y jurídico sobre el cumplimiento del objeto del contrato, en concordancia con el artículo 83 de la ley 1474 de 2011. Para tal fin deberán cumplir con las facultades y deberes establecidos en la referida ley y las demás normas concordantes vigentes.

En ningún caso el supervisor del contrato podrá delegar la supervisión en un tercero.

9.8 FORMATO DE PROPUESTA ECONÓMICA (ANEXO 4)

9.9 ANEXO TÉCNICO (ANEXO 5)

Elaboró – Componente Técnico	Dependencia	Firma
Diego Andrés Oviedo	Prof. Comunicaciones CPS 038/2018	
Revisó – Componente Técnico		
Diego Andrés Oviedo	Prof. Comunicaciones CPS 038/2018	
Aprobó- Planeación		
Vilma Amparo López Herrera	Prof. Especializado- Despacho CPS 050 de 2017	
Revisó- Componente Jurídico María Ximena Ramírez	Prof – Jurídico de Apoyo Contratación CPS 003 de 2017	
Aprobó- Jurídicamente Miller Villamizar Rojas	Prof- Jurídico de Apoyo al Despacho. CPS 010 de 2017	

Aprobó	Fecha
Comité de Contratación	