ACTA DE REUNIÓN

TRD-2022-280.1.2.063

Tema:	Presentación de equipos para ejecución contrato MP-0945-2022	**Fecha:**	05/05/2022
		Hora Inicial:	2:15 p.m.
Lugar:	Virtual, a través de Meet.	**Hora Final:**	3:50 p.m.
Participantes: Andrés Felipe Quina – Director de Comunicaciones Alcaldía de Palmira, -Edison Carvajal – Abogado contratista Alcaldía de Palmira, Jarry Cabrera – Comunicador contratista Alcaldía de Palmira, Christian Ochoa – Representante legal ADDMEDIA, Lorena Montañez – ADDMEDIA, Andrés Moreno – ADDMEDIA, Juan Guillermo López- ADDMEDIA			

ORDEN DEL DÍA

1. Presentación Equipo Add Media y Alcaldía De Palmira
2. Lectura Obligaciones pliego de condiciones
3. Revisión de procesos de Trabajo (Ejecución de medios)
4. Conclusiones

DESARROLLO DE LA REUNIÓN

1. Presentación de la agencia AddMedia:

1. Add Media, presenta al equipo que estará a cargo de la ejecución del contrato No. MP-0945-2022

2. Lectura de Obligaciones Pliego de Condiciones

Add Media, da lectura a las obligaciones del pliego de condiciones:
Además de los deberes señalados en el artículo 5º de la Ley 80 de 1993, el Contratista tiene las siguientes obligaciones:

1. Pautar los planes de medios necesarios para la emisión de las campañas institucionales de la Alcaldía de Palmira, así como espacios propios para emitir

información producida por la Administración Municipal. El plan de medios deberá contemplar cubrimiento a nivel nacional, regional, local, y tener en cuenta la oferta de medios de comunicación masivos y alternativos (televisión, radio, prensa, revistas, medios digitales, publicidad exterior visual etc.) según sea la necesidad de la Alcaldía. Se deberá tener en cuenta que los medios deberán ser utilizados según el 'target' que se esté manejando para cada campaña. Principalmente la inversión en difusión será local y regional y el plan de medios estará sujeto a la aprobación y ajustes de obligatorio cumplimiento para el contratista realizados por el Director de Comunicaciones.
2. Desarrollo e implementación de estrategias de comunicaciones constantes a implementarse en medios digitales y tradicionales de acuerdo a lo solicitado y aprobado por el Municipio de Palmira.
3. Contar de manera permanente con estudios, investigaciones y análisis especializados en medición de medios masivos de comunicación, para planificación, el direccionamiento estratégico, la ordenación y compra de medios correspondientes a cada una de las campañas institucionales y difusión de noticias, programas, etc.
4. Proveer a la Dirección de Comunicaciones el acceso a los análisis de la información de los estudios exigidos para la medición de medios (vigentes). A solicitud del supervisor del contrato, el contratista deberá presentar las métricas de las siguientes herramientas de medición de medios durante la ejecución del contrato: TGI, IBOPE, ECAR Y COMSCORE (Estudio General de Medios).
5. Calcular los TRP´S (Target Rating Points) y el alcance de la pauta en medios y analizar los resultados con el fin de determinar resultados logrados.
6. Monitoreo de medios locales y nacionales en prensa, radio, televisión y medios digitales, conociendo el número de noticias publicadas (positivas, negativas y neutras). Se debe entregar el análisis de dichas publicaciones y recomendaciones para mejorar la presencia de la Administración Municipal en los medios masivos.
7. Implementación y envió de email marketing.
8. Apoyar a la Dirección de Comunicaciones en la implementación y ejecución de las estrategias que desarrolle en materia de marketing de ciudad ejecutando conceptualización, señalética, material POP, entre otros.
9. Conceptualización y diseño de piezas comunicativas en múltiples formatos, y la correspondiente adaptación de piezas comunicativas para la difusión en medios, cuando sean requeridos equipos o conocimientos especializados con los que no cuenta la Dirección de Comunicaciones.
10. Atender las solicitudes de la Alcaldía de Palmira para la puesta en marcha de la pauta de acuerdo con las coyunturas y con los recursos disponibles de la contratación.

11. Pagar a los medios de comunicación la difusión de los mensajes en el tiempo pactado, en un plazo no mayor a 20 días, desde el momento en que el medio de comunicación le facture, previo cumplimiento del objeto contratado.
12. Definir una estrategia que permita la pauta eficiente que se invierta con influenciadores.
13.Cumplir con las condiciones técnicas, jurídicas, económicas, financieras y comerciales presentadas en la propuesta.
14.Realizar las investigaciones de mercado que sean requeridas por la Dirección de Comunicaciones a través de encuestas, focus group y demás herramientas que permitan obtener información cualitativa y cuantitativa pertinente.
15. Planeación de difusión de mensajes, campañas, etc: El contratista deberá seguir las recomendaciones de la Dirección de Comunicaciones, las cuales son de obligatorio cumplimiento, para lo cual realizará los ajustes correspondientes dentro del día siguiente a la reunión.
La optimización será el porcentaje presentado en la propuesta de la oferta ganadora respecto del valor asignado para pauta en medios masivos.
Para efectos de determinar el valor de la optimización esta se monetizará de acuerdo con la tarifa facturada por el medio a la central que dio origen a la optimización.
En la optimización no se tendrán en cuenta los descuentos o negociaciones actuales del Municipio con los medios, si los hubiere.
16. Difusión en medios de comunicación: la compra de espacios para la difusión de mensajes, campañas, etc., debe realizarse directamente entre el contratista y los medios de comunicación, de acuerdo al plan de medios autorizado por la Dirección de Comunicaciones de la Alcaldía de Palmira, no obstante esta negociación y sus precios deben estar autorizados por el supervisor del contrato.
17. Lograr los mejores y más altos descuentos, bonificaciones e incentivos, para la Alcaldía de Palmira.
18. Todas las bonificaciones, descuentos e incentivos otorgados por los medios con ocasión al contrato son de propiedad de la Alcaldía de Palmira y respecto de ellas no se realizará cargo alguno.
19. Entregar al municipio las facturas de los medios de comunicación.
20. La facturación de los medios de comunicación deben incluir o relacionar discriminadamente todos los descuentos, bonificaciones e incentivos aplicados, bien sea en la misma factura o en documento adicional expedido por el medio
22. En la facturación de la central de medios a la Alcaldía de Palmira, deben quedar relacionados los descuentos y bonificaciones otorgados por los medios.

23. Guardar la debida confidencialidad de la información que pueda llegar a conocer con ocasión de la ejecución del contrato, frente a personal no autorizado por la Alcaldía y a terceros en general.
24. Respetar los derechos de autor y de propiedad de todas las piezas que le sean entregadas.
25. Atender y asistir a las reuniones lideradas por el supervisor del contrato y el equipo creativo del contratista para definir la estrategia de difusión de la campaña.
26. Elaborar y entregar un informe cualitativo y cuantitativo que le permita a la Entidad evaluar los resultados de su inversión publicitaria: presupuestos iniciales y plan de ejecución, facturación de los medios y soporte de pauta. Flow actualizado semanalmente y ajustado a las directrices dadas por el supervisor del contrato. Uso de investigación de medios, análisis de consumidor y análisis de inversión publicitaria. Alcance por campaña para establecer porcentajes sobre el conocimiento del mensaje
27. Entregar certificación mensual expedida por el medio en el que se paute, donde se refleje la optimización de la inversión tanto la que se concede a la entidad como la que gestiona la agencia, que en ningún caso podrá ser inferior a la ofertada para obtener puntaje.
28. Elaborar y entregar en forma mensual un cuadro comparativo del presupuesto inicial versus los alcances, beneficios, optimización y bonificaciones para la Alcaldía de Palmira.
29. Recoger en las instalaciones de la Alcaldía de Palmira- Dirección de comunicaciones, cuando sea el caso, los materiales para publicar y/o difundir de acuerdo con las necesidades de la Alcaldía de Palmira en las fechas establecidas por la misma, se pueden hacer llegar vía electrónica también.
30. La compra de espacios para la difusión de mensajes, campañas, etc., se debe realizar directamente entre la Central y los medios de comunicación, de acuerdo con el plan de medios autorizado. No obstante, esta negociación y sus precios deben estar autorizados por el supervisor del contrato.
31. Realizar todo el proceso de vinculación de medios
32. Entregar los reportes de las publicaciones y/o difusiones de acuerdo con los requerimientos de cada proceso, con cada facturación, de la siguiente forma: ● Publicidad radial: Presentar certificación expedida por el medio de comunicación y la grabación del programa o espacio donde se emitió la pauta por cada orden ejecutada. ● Publicidad en prensa, revistas y otros impresos: tres ejemplares por cada publicación. ● Publicidad en televisión: una certificación del medio, y la grabación del programa completo (sin editar) en el que se difundió el mensaje ● Publicidad en nuevos medios: pantallazo de las publicaciones, comentarios e interacciones.

33. El contratista tiene prohibido exigirle o pedirles a los medios incentivos comerciales, bonificaciones, descuentos por pronto pago, para su propio beneficio o de terceros con ocasión del contrato que no sean para la Alcaldía de Palmira. Todos los descuentos comerciales como los financieros deben ser trasladados a la Alcaldía de Palmira.
34. El contratista con ocasión del contrato, solamente tiene derecho al pago de la comisión-administración ofrecida en su propuesta, y por lo tanto, tiene estrictamente prohibido realizar cualquier tipo de maniobra con el presupuesto del Municipio, tendientes a recibir utilidad y/o ganancia de otra forma o persona diferente a la utilidad percibida con la comisión previamente fijada por la Alcaldía de Palmira.
35. Mantener fijo, sin reajuste, el precio de la comisión-administración ofertado en la propuesta durante la ejecución contractual y hasta su terminación o liquidación respecto del presupuesto asignado para pauta.
36. Cumplir con las condiciones técnicas, jurídicas, económicas, financieras y comerciales presentadas en la propuesta.
37. Garantizar que el equipo de profesionales dispuesto por el contratista para el cumplimiento del contrato con la Alcaldía del Municipio de Palmira, esté en permanente disposición para el cabal cumplimiento de las obligaciones contractuales. El equipo de trabajo deberá asistir a todas las reuniones que convoque el supervisor del contrato y levantar acta de ellas.

3. Procesos de Ejecución de Plan De Medios

- Brief Cliente – Brief Agencia.
- Cuadro detalle de facturación
- La alcaldía de Palmira suministrará brief diligenciado para que Add Media proceda a trabajar en la creación de los planes de medios requeridos.
- El equipo de comunicaciones realizará solicitud de pauta digital a través de carpeta compartida en drive según las necesidades comunicativas de cada campaña y/o evento de la administración municipal.

4. Conclusiones

En la próxima reunión entre Add Media y la Dirección de Comunicaciones de la Alcaldía, este último realizará la presentación de la estrategia de comunicaciones que se desarrollará durante el año 2022.

Leída la presente acta se somete a consideración y es aprobada por los asistentes.

ANDRES FELIPE QUINA
Director de Comunicaciones

JARRY CABRERA
Contratista comunicaciones

CRISTIAN OCHOA GOERNITZ
Representante Legal ADDMEDIA SAS

Elaboró y proyectó: Edison Carvajal – Abogado Contratista