ANEXO No.1
FICHA TÉCNICA

PROCESO DE SELECCIÓN
AGENCIA CREATIVA
PARA LA
SECRETARÍA DISTRITAL DE HACIENDA DE BOGOTÁ D. C.

BOGOTÁ, D.C. AGOSTO 2025

Contenido

1 OBJETO 4
2 ALCANCE DEL OBJETO 4
3 JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD 4
4 CONDICIONES TÉCNICAS A DESARROLLAR POR EL OFERENTE 5
5 ASPECTOS GENERALES 6
6 CLASIFICACIÓN UNSPSC 7
7 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS PARA CAMPAÑAS CREATIVAS DE ATL Y BTL 8
7.1 Público objetivo 8
7.2 Monto de presupuestos de campañas ATL Y BTL 9
7.3 Estructuración de las campañas institucionales. 9
7.4 Espacios o puntos para acciones BTL: 9
7.5 Otros medios 9
7.6 Ejecución de campañas 10
7.7 Equipo de trabajo 11
8 ESPECIFICACIONES DE SERVICIOS Y PIEZAS PARA DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE MATERIAL ATL Y BTL 17
8.1 Producción o diseño de contenidos y material 17
8.1.1 Producción y diseño material para periódicos y revistas: 17
8.1.2 Producción y/o creación de piezas para radio 18
8.1.3 Producción de piezas para televisión (abierta y por suscripción) y otros medios de difusión de vídeos 18
8.1.4 Diseño y producción de material para medios de difusión masivos OOH- Out Of Home (impresos) y DOOH- Digital Out Of Home (digitales) – ATL: 19
8.1.5 Diseño de piezas gráficas para redes sociales 19
8.1.6 Diseño de piezas graficas animadas para redes sociales 20
8.1.7 Diseño web 21
8.1.8 Diseño gráfico y editorial 23
8.1.9 Diseño de impresos: 23
9 CREACIÓN DE MARCA 24
9.1 Ilustración 25
9.2 Generación de contenido para la red social TikTok 25
10 PRODUCCIÓN Y/O ALQUILER DE MATERIAL, ESPACIOS Y MEDIOS 26
10.1 Alquiler de medios alternativos: 26
10.2 Producción y transmisión de eventos 29
10.2.2 Producción de piezas audiovisuales 29
10.2.3 Fases en las cuales se desarrollará las piezas audiovisuales 29
10.2.4 Productos: 29

10.3 PRODUCCIÓN MATERIAL IMPRESO GRAN FORMATO Y SEÑALETICA 31
10.3.1 Gran formato 31
10.3.2 Señalética 34
10.4 SERVICIOS U OTROS 36
10.4.1 Emailing – newsletters (correo masivo) 36
10.4.2 SMS: Envío de mensajes de texto a móvil 37
10.4.3 Envío de mensajes a través de servicios de mensajería (WhatsApp, Telegram, etc.) 38
10.4.4 Transferencia de conocimiento 39
10.4.5 Adquisición y/o suscripción de licenciamientos para la Secretaría Distrital de Hacienda 39
10.4.6 Licenciamientos para desarrollo del objeto contractual 40
10.4.7 Provisión de los sistemas de producción y transmisión de multiplataformas portátiles 40
11 OBLIGACIONES ESPECIFICAS DEL CONTRATISTA: 45
12 OBLIGACIONES ADICIONALES 49
13 GESTIÓN AMBIENTAL 49
13.1 Gestión integral de residuos 50
13.2 Gestión para el ahorro y uso eficiente de la energía 51
13.3 Gestión para el ahorro y uso eficiente del agua 52
13.4 Lineamientos ambientales respecto a vehículos 52
13.5 Otros lineamientos y directrices ambientales 52
13.6 Normatividad ambiental aplicable 53

Índice de tablas

Tabla 1 - Códigos y segmentos UNSPSC del proceso 7
Tabla 2 - Personal mínimo requerido por parte del contratista 13
Tabla 3 - Medios de difusión masivos OOH impresos para espacio público. 28
Tabla 4 - Fases de desarrollo para piezas audiovisuales 29
Tabla 5 - Tipologías de pendones 33
Tabla 6 - Elementos de señalética. 36

Tabla de ilustraciones

Ilustración 1 Informe final de características demográficas de los grupos de valor de la SECRETARÍA DISTRITAL DE HACIENDA – Fuente Oficina Asesora de Planeación, SECRETARÍA DISTRITAL DE HACIENDA 2025. 8

1 OBJETO

Prestar los servicios integrales para la gestión de la estrategia de comunicación 360 de la Secretaría de Hacienda, mediante la planeación, desarrollo y ejecución de campañas y productos ATL y BTL, en donde se incluya desde la creatividad hasta la producción y diseño, además de la adquisición y provisión de los sistemas de producción y transmisión multiplataforma portátiles, licenciamientos, que contribuyan con la visualización de los temas misionales de la Secretaría de Hacienda de Bogotá en las localidades de la ciudad.

2 ALCANCE DEL OBJETO

- Planear, estructurar, sugerir, diseñar, cotizar y producir material ATL, BTL, además de definir y ejecutar acciones de posicionamiento de la entidad presentando conceptos, propuestas y presupuestos necesarios para el diseño de campañas institucionales, estrategias de comunicación, promoción y endomarketing, que se enfoquen hacia el fortalecimiento de la experiencia ciudadana con los servicios de la Secretaría Distrital de Hacienda Bogotá D.C.
- Frente al desarrollo contractual correspondiente a la ATL (Above The Line) se deberá desarrollar una estrategia de marketing enfocada en alcanzar a una audiencia amplia y masiva a través de medios de comunicación tradicionales y digitales de alto alcance, incluyendo distribución en medios como la televisión, la radio, los periódicos, las revistas y los carteles publicitarios anuncios en redes sociales, banners en sitios web y en el proceso de BTL (Below The Line) se deberá enfocar las acciones y tácticas más directas y personalizadas para alcanzar a una audiencia específica en eventos, campañas, promociones.

3 JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD

La Secretaría Distrital de Hacienda, en el marco de su estrategia de comunicación y promoción, requiere la ejecución de campañas ATL (Above The Line) y BTL (Below The Line) para fortalecer su presencia e impacto frente a los contribuyentes y la ciudadanía en general.

Este proceso busca no solo promocionar los servicios y programas de la entidad, sino garantizar que los mensajes institucionales sean dinámicos, efectivos, visibles y accesibles para la comunidad a través de estrategias territoriales y multiplataforma, que permitan una comunicación asertiva, eficaz y eficiente con los grupos de valor y los públicos objetivo sobre sus derechos y obligaciones tributarias, sus oportunidades, la forma en que se visibiliza su aporte a la ciudad, todo esto con el fin de fomentar una mayor y mejor interacción con la ciudadanía y, en consecuencia, promover el recaudo de recursos que son vitales para el desarrollo de la ciudad y el bienestar de sus habitantes.

Este proceso contractual tendrá fuentes de financiación tanto de inversión como de funcionamiento para garantizar la continuidad del servicio durante las siguientes vigencias (2025 - 2027).

El área de origen establece que no se requiere certificación emitida por la Imprenta Distrital; toda vez que, en el proceso contractual, objeto, anexo técnico, ni en sus ítems se encuentra establecida la edición, impresión o publicación de documentos, de avisos, folletos o textos institucionales, ni contratar o patrocinar la impresión de ediciones de lujo con policromías o la impresión de informes o reportes a color, de conformidad y dando cumplimiento al Artículo 19 del Decreto 062 de 2024, Artículo 3 del Decreto 054 de 2008 y en concordancia con la Circular 017 de 2010.

4 CONDICIONES TÉCNICAS A DESARROLLAR POR EL OFERENTE

- Construcción junto con el equipo de comunicaciones de los conceptos creativos para el diseño de las campañas de posicionamiento de marca, las estrategias de comunicación, relacionamiento y endomarketing teniendo en cuenta las tendencias del mercado.
- Realizar el desarrollo creativo para la comunicación de cada producto y/o servicio solicitado.
- Diseñar el key visual y las líneas narrativas de las estrategias, proyectos, iniciativas y campañas, para su posterior despliegue gráfico en los diferentes soportes según la estrategia de comunicaciones de la entidad.
- Diseño de piezas gráficas para contenido que será usadas en los diferentes medios digitales, tradicionales, gran formato.
- Producción para medios audiovisuales tales como radio, televisión, fotografía, audios, cuñas, videos, comerciales, promocionales y animaciones, podcast y otros formatos digitales
- Planificar, coordinar y articular con la central de medios dispuesta por la Secretaría Distrital de Hacienda los planes de medios de las campañas institucionales para su correcta, efectiva y masiva divulgación.
- Prestación de servicios especializados en actividades BTL, activaciones de marca o servicios, lanzamientos, promociones, eventos de toda clase, físicos, virtuales o híbridos, así como el personal, elementos y materiales para su realización.
- Ejecutar actividades de transferencia de conocimiento en temáticas relacionadas con las comunicaciones que permitan la actualización y aprovechamiento de las nuevas herramientas y tendencias del mercado.
- Producir piezas comunicacionales didácticas, pedagógicas, lúdicas (libros, cartillas y otros textos en formato digital) alusivas a la Secretaría Distrital de

Hacienda, lo cual implica la realización de todas aquellas actividades relacionadas con la elaboración y producción del material requerido, con el fin de divulgar las diferentes campañas institucionales, eventos y actividades de la Entidad, de conformidad con el manual de uso de marca ciudad “Bogotá”.

- Estructurar, planificar, producir, transportar, montar, desmontar los equipos y personal técnico necesario y aprobado por parte de la supervisión del contrato, para adelantar la transmisión de eventos institucionales que requieren su divulgación a través de medios multiplataforma.
- Suministrar y proveer los sistemas de producción y transmisión multiplataforma portátiles, que contribuyan con la visualización de los temas misionales de la Secretaría Distrital de Hacienda en las localidades de Bogotá y las licencias multiplataformas que se requieran.
- Diseñar, elaborar, imprimir, transportar, instalar, remplazar, instalar y desinstalar (según sea el caso) material impreso (acorde a la normativa vigente de austeridad en el gasto) que se requiera por parte de la oficina asesora de comunicaciones de la secretaría de Hacienda.
- Envío de correos electrónicos, correos directos, SMS, WhatsApp, adquisición y entrega para los diferentes segmentos de grupos de interés.
- Seguimiento y entrega de indicadores de campañas por medio de correo, SMS o WhatsApp cuando se ejecuten (entregas, lecturas, respuestas, leads, etc.).
- Ejecución de evaluaciones y sondeos de mercado para afinar las estrategias para ATL y BTL.
- Presentar informes del material y piezas realizadas para cada campaña.
- Suministrar el licenciamiento de recursos gráficos y audiovisuales (gráficos en vectores, fotos, formatos, PSD, íconos, pistas de audio, pistas de vídeo plantillas, HTML, CSS, entre otros) que se requiera para la gestión operativa de la oficina asesora de comunicaciones de la Secretaría Distrital de Hacienda.

5 ASPECTOS GENERALES

Conforme con la descripción de la necesidad a contratar, el contratista se compromete, durante las vigencias del contrato, a prestar sus servicios en toda la gestión de la estrategia de comunicación 360 de la Secretaría de Hacienda con la planeación, conceptualización y ejecución de estrategias creativas, campañas y eventos teniendo en cuenta el plan de desarrollo y los objetivos estratégicos de la Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá y de la Secretaría Distrital de Hacienda.

La agencia creativa seleccionada deberá trabajar de manera coordinada con la central de medios definida por la entidad y cuya responsabilidad es la estrategia de distribución multiplataforma de los contenidos institucionales que diseña y produce la Agencia. Con

este trabajo conjunto entre Agencia- Central, se busca mayor impacto, alcance, segmentación de contenidos en las campañas planteadas y retroalimentación permanente para mejorar indicadores.

El contratista, por lo tanto, debe estar en la capacidad de diseñar, desarrollar y entregar todos los contenidos gráficos, escritos y audiovisuales requeridos para implementar las estrategias de distribución multiplataforma planteado por la Secretaría Distrital de Hacienda para cumplir los objetivos misionales y tener la capacidad de activación en territorio de estos.

6 CLASIFICACIÓN UNSPSC

(*The United Nations Standard Products and Services Code* - Código Estándar de Productos y Servicios de Naciones Unidas)

Los servicios objeto del presente proceso de selección se encuentran identificados en el clasificador de bienes y servicios UNSPSC, como se indica a continuación:

Tabla 1 - Códigos y segmentos UNSPSC del proceso

CODIGO UNSPSC	SEGMENTO	FAMILIA	CLASE
82101500	"Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes" (“Guía para la codificación de bienes y servicios de acuerdo con el ...”)	Publicidad	Publicidad impresa
82101600	"Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes" (“Guía para la codificación de bienes y servicios de acuerdo con el ...”)	Publicidad	Publicidad difundida
82101800	"Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes" (“Guía para la codificación de bienes y servicios de acuerdo con el ...”)	Publicidad	Servicios de agencia de publicidad
82111900	"Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes" (“Guía para la codificación de bienes y servicios de acuerdo con el ...”)	Escritura y traducciones	Servicios de noticias y publicidad
83121700	Servicios Públicos y Servicios Relacionados con el Sector Público	Servicios de información	Servicios de comunicación masiva
82101800	Servicios de editoriales, de diseño, de artes gráficas y bellas artes (“Editoriales artes gráficas bellas - Ejercito Nacional”)	Publicidad	Servicio de agencia de publicidad
80141600	Servicio de gestión, servicios profesionales de Empresas y Servicios Administrativos	Comercialización y distribución.	Actividades de ventas y promoción de negocios
80161500	Servicios de Gestión, servicios profesionales de empresas y servicios administrativos	Servicios de administración de empresas.	Servicios de apoyo gerencial

CODIGO UNSPSC	SEGMENTO	FAMILIA	CLASE
82131600	Servicios editoriales de diseño, de Artes Gráficas y Bellas Arte	Servicios Fotográficos	Fotógrafos y Cinematógrafos
45111901	Equipos y Suministros para Impresión, Fotografía y Audiovisuales	Equipos de audio y video para presentación y composición	Sistemas de audioconferencias
45111902	Equipos y Suministros para Impresión, Fotografía y Audiovisuales	Equipos de audio y video para presentación y composición	Sistemas de videoconferencias
45121504	Equipos y Suministros para Impresión, Fotografía y Audiovisuales	Equipo de video filmación o fotografías	Cámaras digitales
45121506	Equipos y Suministros para Impresión, Fotografía y Audiovisuales	Equipo de video filmación o fotografías	Cámaras de video Conferencia
52161500	Artículos domésticos suministros y productos electrónicos de consumo	Electrónica de Consumo	Equipos Audiovisuales
52161600	Artículos domésticos suministros y productos electrónicos de consumo	Electrónica de Consumo	Accesorios de equipo audiovisual

7 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS PARA CAMPAÑAS CREATIVAS DE ATL Y BTL

7.1 Público objetivo

Las campañas de comunicación que requiera la Secretaría Distrital de Hacienda tendrán como referente los siguientes grupos de interés:

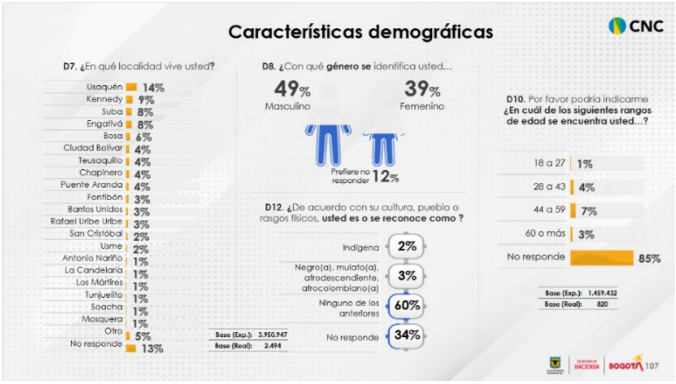


Ilustración 1 Informe final de características demográficas de los grupos de valor de la SECRETARÍA DISTRITAL DE HACIENDA – Fuente Oficina Asesora de Planeación, SECRETARÍA DISTRITAL DE HACIENDA 2025.

7.2 Monto de presupuestos de campañas ATL Y BTL

El monto del contrato propuesto por la Secretaría Distrital de Hacienda será aplicado y aprobado por la oficina asesora de comunicaciones de acuerdo con la necesidad de cada campaña a diseñar, producir o ejecutar en caso de acciones BTL.

7.3 Estructuración de las campañas institucionales.

- **Planeación**

La Oficina Asesora de Comunicaciones de la Secretaría Distrital de Hacienda, solicitará a la Agencia Creativa el desarrollo de propuestas de campaña mediante la entrega del documento '*brief*' [1], reunión y/o requerimiento por escrito.

La Agencia Creativa presentará las propuestas creativas conforme con los requerimientos de la Entidad, donde se deberá incluir mínimo los siguientes ítems:

- Guía o referencia visual (*Key visual)* para la campaña)
- Presupuesto requerido para aprobación.
- Recomendación de textos a utilizar, slogan y *copys,* de acuerdo con los medios o canales sugeridos para la campaña.

NOTA: En el evento de requerir una solicitud especial, la agencia deberá presentar una descripción detallada del servicio a ejecutar conforme con los requerimientos del(la) supervisor(a) del contrato junto con tres (3) cotizaciones que serán evaluadas por el supervisor del contrato.

7.4 Espacios o puntos para acciones BTL:

- Calles y vías públicas de la ciudad de Bogotá D.C.
- Centros comerciales, empresariales, de salud, etc.
- Espacios públicos (ciclovía, parques, plazoletas, plazas, etc.).
- Metro, Transmilenio y SITP.
- Centros deportivos, eventos o estadios.
- Alcaldías locales y sedes de entidades distritales.
- Espacios feriales y de convenciones.
- Colegios e instituciones educativas.

7.5 Otros medios

- Mensajes a través de aplicaciones de mensajería.
- Mensajes a través de aplicaciones de mensajería o telefónico.

[1] Un brief creativo es un documento donde una agencia de marketing propone una guía de acción para una campaña. Su fin es interpretar los objetivos y retos de un cliente, así como discutir las estrategias más adecuadas. De esta manera, se evitan ambigüedades en la visión y en las metas a seguir en el proyecto. https://blog.hubspot.es/marketing/preguntas-brief-creativo

- Telemercadeo de confirmación o encuesta para eventos o campañas.
- Correo electrónico: masivo y dirigido, con seguimiento y realimentación sobre los receptores: correos válidos, enviados, rebotados, abiertos, leídos y con enlaces.
- Mensajería para dispositivos móviles celulares:
    - SMS (*Short Message Service*), mensajes de texto de 160 caracteres solamente.
    - EMS *(Enhanced Message Service*), mensajes de texto pero que además permiten enviar emoticonos. Son mensajes Unicode de 160 caracteres.
    - MMS (Multimedia Message Service), mensajes multimedia. Permiten enviar directamente todo tipo de contenido multimedia. Además de texto, emoticonos, iconos animados, imágenes y sonidos dentro de mensajes, los textos pueden ir más allá de 1000 caracteres.
    - RCS (*Rich Communication Services*), comunicación enriquecida de contenido, supone una forma más innovadora y eficiente de comunicarte con los clientes es ser capaz de enviar y adaptar mensajes automáticos y personalizados con independencia de las distintas redes celulares.
    - Mensajes de texto o multimedia generados a través de tecnologías de inteligencia artificial para plataformas de mensajería instantánea como WhatsApp, Telegram, Facebook Messenger, etc.

7.6 Ejecución de campañas

a) Llevar a cabo la producción y desarrollo de todas las piezas audiovisuales, digitales y alternativas que se requieran para el cumplimiento de los objetivos de cada estrategia.
b) Ejecución o desarrollo de las campañas, según lo aprobado por el(la) supervisor(a) del contrato.
c) El Contratista tiene máximo cinco (5) días hábiles para la entrega de cada uno de los diseños de las piezas solicitadas, contados a partir de la solicitud efectuada por la Oficina de Comunicaciones.
d) Para el material deberá presentar versiones preliminares para la aprobación del supervisor. Si la propuesta no es aceptada, el contratista correrá con los costos y/o la gestión para la repetición del trabajo, hasta su entrega y recibido a satisfacción por parte de la Supervisión de este contrato.
e) El contratista debe responder por la correcta redacción de los textos de todas las piezas, materiales, elementos promocionales, etc., tanto gramática, como ortográficamente; en el caso en que se presenten errores por estos conceptos, la Secretaría Distrital de Hacienda **no pagará los costos incurridos por el trabajo (arte, producción, publicación, impresión, etc.).**
f) Producción de piezas audiovisuales, cuñas y demás piezas que se requieran para la ejecución de las campañas.

NOTA: estos informes y estudios no deben tener costo para la entidad.

7.7 Equipo de trabajo

- **Consideraciones generales**

a) El personal descrito para el contrato será de carácter obligatorio en toda en la ejecución del contrato, por lo cual los proponentes lo deberán tener en cuenta y considerar en su totalidad, así mismo deberá considerarlo en la estructuración de la oferta económica.

b) Para la ejecución del contrato, el proponente con la presentación de la propuesta garantiza que cuenta como un mínimo requerido y que en caso de ser seleccionado presentará para la firma del acta de inicio los soportes de formación académica, profesional y de experiencia que acrediten el cumplimiento de los requisitos indicados por la Entidad.

c) El Contratista tiene libertad para establecer, de acuerdo con el enfoque y organización, el número de personas a utilizar en el desarrollo del contrato (adicionales al equipo humano solicitado por la Entidad). Sin embargo, el equipo propuesto por el contratista debe cumplir como mínimo, con los siguientes perfiles y número de personas, así:

- **Equipo Humano mínimo requerido:**

Cantidad	Cargo	% de dedicación	Perfil
1	DIRECTOR(A) DE CUENTA	30%	Título profesional en publicidad, diseño industrial, ingeniería industrial, economista, administración de empresas, mercadeo, comunicación social, o profesional en áreas afines con 5 años de experiencia en la realización de análisis cualitativos y cuantitativos de medios masivos, alternativos, comunitarios, digitales y directos.
1	EJECUTIVO(A) DE CUENTA	70%	Título profesional en publicidad, diseño industrial, ingeniería industrial, economista, administración de empresas, mercadeo, comunicación social, o profesional en áreas afines con 3 años de experiencia en la realización de análisis cualitativos y cuantitativos de medios masivos, alternativos, comunitarios, digitales y directos. Conocimiento en manejo de bases de datos y facturación.

Cantidad	Cargo	% de dedicación	Perfil
1	DIRECTOR(A) CREATIVO	50%	Título profesional en comunicación social, mercadeo, publicidad, diseño y carreras afines de acuerdo con el núcleo básico de conocimiento. Acreditar mínimo cinco (5) años de experiencia profesional en cargos similares en agencia creativa. Responsable de: Liderar el desarrollo de campañas 360 creativas desde la idea hasta la ejecución. • Supervisar el trabajo creativo de los equipos y garantizar la calidad y coherencia con la identidad de marca. • Participar en la planificación estratégica junto a cuentas y estrategia. • Presentar propuestas a clientes con claridad, persuasión y visión. • Estar al tanto de tendencias culturales, tecnológicas y del mercado. • Gestionar tiempos, recursos y presupuesto en los proyectos creativos.
1	COPY CREATIVO	70%	Pregrado: Profesional en Comunicación Social, periodista y/o Mercadeo y/o Publicidad y/o afines. Acreditar mínimo cinco (5) años de experiencia profesional como Copy creativo en campañas de comunicación masiva que incluya medios de comunicación tradicionales, digitales y alternativos. Certificaciones en Google ADS y YouTube Responsable de: ▪ Crear conceptos creativos para las campañas asignadas. ▪ Recopilar datos e información que son necesarios para la entidad y busca encontrar la manera de conectar con la ciudadanía. ▪ Encontrar las necesidades de los contribuyentes y ciudadanía en general para conocer sus necesidades y así poder escribir contenidos más pertinentes a las situaciones que se presentan con las campañas. ▪ Contar una historia para que los usuarios se sientan identificados con la entidad y que los lleve a las acciones y procedimientos que buscamos comunicar en las campañas. ▪ Velar por el manejo de la marca y seguimiento al manual de Marca
1	DISEÑADOR (A)	100%	Título profesional en diseño gráfico y las carreras afines de acuerdo con el núcleo básico de conocimiento. Acreditar mínimo cinco (5) años de experiencia en el diseño de campañas digitales e impresas.

Cantidad	Cargo	% de dedicación	Perfil
			Debe contar con experiencia en diseño y animación multimedia.
1	FOTÓGRAFO(A) – VIDEOGRAFO(A)	30%	Título profesional en diseño gráfico, o producción audiovisual o producción de cine y televisión y las carreras afines de acuerdo con el núcleo básico de conocimiento. Acreditar mínimo cinco (5) años de experiencia en el diseño de campañas audiovisuales y digitales. Debe contar con experiencia en edición, producción, post producción de videos, audios, y animación multimedia.
1	PRODUCTOR(A) EJECUTIVO BTL	30%	Título: Profesional en Publicidad, Comunicación Social, Diseño Industrial, Medios, arquitectura, administración de empresa y las carreras afines de acuerdo con el núcleo básico de conocimiento. Acreditar mínimo tres (3) años de experiencia en coordinación y producción de eventos BTL corporativos y asociativos, exhibiciones y conocimientos en iluminación, escenografía; seguimientos de los procesos de producción de los eventos y seguimiento de presupuestos.
1	PRODUCTOR(A) AUDIOVISUAL	30%	Título: Profesional en Comunicación Social, Cine y TV, Publicidad o afines de acuerdo con el núcleo básico de conocimiento. Acreditar mínimo cinco (5) años de experiencia en la producción campañas audiovisuales y digitales, y la producción y transmisión de eventos en vivo, falsos directos tanto para televisión como para *streaming.*
1	REALIZADOR(A) DE TIK TOK	100%	Hombre o mujer con experiencia en creación y gestión de contenido digital. Protagonista y creador de contenido en TikTok, con excelente expresión verbal y corporal. Capaz de transformar datos en estrategias que conectan con audiencias reales.

Tabla 2 - Personal mínimo requerido por parte del contratista

NOTA 1: El talento humano de la agencia creativa, podrá iniciar las actividades con el contratista una vez esté afiliado al Sistema de Seguridad Social Integral en Salud y Pensión y Administradora de Riesgos Profesionales.

NOTA 2: El personal presentado no podrá ser modificado durante la ejecución del contrato, salvo que exista una justa causa, (caso fortuito o de fuerza mayor) lo cual debe ser debidamente motivado y dirigido al o el supervisor del contrato, caso en la cual, se podrá reemplazar siempre que su experiencia y formación académica sea igual o superior a la requerida por la Entidad en los términos de referencia, previa autorización por escrito del(la) supervisor(a) del contrato. De no ser así, se declarará incumplimiento por parte del contratista.

NOTA 3: El Contratista podrá incluir el personal adicional que considere pertinente para cumplir con el objeto contractual. No obstante, este personal no será objeto de verificación, ni generará costo adicional para la Secretaría Distrital de Hacienda.

NOTA 4: Las personas designadas y relacionadas como requerimiento del equipo mínimo o cualquier otra persona vinculada con el Contratista para el desarrollo de las actividades propias del contrato, no tendrán ningún tipo de vinculación laboral con la Secretaría Distrital de Hacienda y su costo debe ser asumido por el Contratista y ejecutarán sus actividades desde las instalaciones de sus oficinas.

7.8 Requerimientos adicionales: ENTREGABLES

7.8.1 El contratista deberá entregar 15 días después de haber terminado el contrato, un (1) o más disco(s) duro(s) externo(s) y almacenamiento en la nube donde la Entidad disponga, de todos los materiales editables (recursos gráficos, videoclips, fuentes, pistas de sonido, etc.) y piezas y videos finales desarrollados y producidos durante su ejecución para el desarrollo e implementación de las campañas requeridas por la Entidad.

7.8.2 El contratista deberá entregar 15 días después de haber terminado el contrato, un (1) o más disco(s) duro(s) externo(s) y almacenamiento en la nube donde la Entidad disponga, de todos los materiales editables (recursos gráficos, videoclips, fuentes, pistas de sonido, etc.) y piezas y videos finales desarrollados y producidos durante su ejecución para el desarrollo e implementación de las campañas requeridas por la Entidad.

7.8.3 Al finalizar cada campaña, evento o actividad en donde tengamos la interacción con un grupo objetivo de personas, el contratista tendrá 10 días hábiles para entregar un informe detallado que explique cuál fue el objetivo, a que público se impactó, cuales fueron los resultados cualitativos y cuantitativo de evaluación, balance, y recomendaciones de cada campaña junto con los entregables y fotografías que evidencien lo que se realizó.

7.8.4 El contratista deberá adjuntar un informe anual de actividades y de campañas que contenga como mínimo: las campañas y actividades ejecutadas, relación de imágenes de piezas desarrolladas (key visual), el concepto, aplicaciones y formatos desarrollados, evidencia del montaje in situ, inversión económica por cada tipo de aplicación y periodo de ejecución.

7.8.5 El contratista deberá adjuntar un informe final de actividades y de campañas (compilando las anualidades), que contenga como mínimo: las campañas y actividades ejecutadas, relación de imágenes de piezas desarrolladas (key visual), el concepto, aplicaciones y formatos desarrollados, evidencia del montaje

in situ, inversión económica por cada tipo de aplicación y periodo de ejecución en toda actividad y acción BTL (fecha de inicio y finalización) una vez finalizada cada actividad y campaña.

7.8.6 El contratista entregará la cuenta de TikTok y sus resultados con la analítica respectiva por semana y un informe mensual final por mes.

7.8.7 La secretaria de Hacienda tendrá toda la propiedad de los derechos económicos, fotográficos, gráficos y literarios (Derechos de Autor), sobre los productos, diseños, artes finales, videos, grabaciones, y cualquier otra herramienta o imagen, resultante de la ejecución del contrato, será de propiedad exclusiva de la Secretaría Distrital de Hacienda, al igual que la propiedad de los bienes, libros, equipos o elementos adquiridos para el desarrollo del objeto del contrato con los recursos de este. Por lo tanto, la Entidad podrá, en un futuro, utilizar dichos bienes y productos en otros programas que adelante.

7.8.8 El contratista deberá rotular los archivos y carpetas o demás pruebas con la siguiente información: -en disco(s) duro(s) externo(s)- referencia del contenido, fecha del trabajo, proveedor y número de factura a la que corresponde.

7.8.9 Acordar con el supervisor del contrato para cada campaña o solicitud, los procesos, tiempos y puestas en funcionamiento las diferentes actividades que se ejecutarán en el desarrollo del contrato, para lo cual se elaborará un cronograma de trabajo, el cual deberá ser concretado por las partes para la entrega de materiales, salidas al aire en medios de la campaña **(estipulados en el cuadro de materiales enviado por la agencia de medios con la que la Secretaría Distrital de Hacienda tenga contrato)** o actividad y/o las entregas de productos de material impreso o de diseño.

7.8.10 En el evento de requerir, medios diferentes a los incluidos en el presente proceso para las producciones de material, piezas o servicios y demás productos que se requieran, el contratista debe presentar por lo menos tres (3) cotizaciones de proveedores legalmente constituidos, (para la SECRETARÍA DISTRITAL DE HACIENDA se entiende por legalmente constituidos las personas naturales con establecimiento de comercio y/o matrícula mercantil, así como las personas jurídicas que cuentan con certificado de existencia y representación legal), con precios promedio del mercado. El supervisor del contrato aprobará la cotización más favorable, garantizando la eficiencia, eficacia y oportunidad del servicio requerido; si lo considera necesario, el supervisor podrá solicitar una cuarta cotización para la selección del proveedor, la cual deberá ser atendida por contratista si esta es más favorable para la Entidad.

7.8.11 El contratista entregará durante los tres (3) días hábiles siguientes a la entrega del *brief* o reunión de ejecución de campaña, el proceso de cotización y presentación del cuadro comparativo al supervisor del contrato para la aprobación del proveedor idóneo, para la producción de piezas gráficas, de piezas audiovisuales como comerciales, cuñas, cortinillas, avisos, videos, entre otras, que requiera para el desarrollo de las campañas de comunicación.

7.8.12 Entregar al supervisor del contrato durante los tres (3) días hábiles siguientes a la entrega del *brief* o reunión, el cuadro de los materiales en caso de requerirlo (impresos, audiovisuales, digitales entre otros) que se remitirán a los medios para ejecutar las campañas.

7.8.13 El contratista deberá presentar para aprobación del(la) supervisor(a) una (1) muestra del material P.O.P solicitado antes de hacer la impresión o producción final, dentro de los tres (3) días siguientes a la solicitud del(la) supervisor(a) o de la persona delegada por ella/el de la oficina de comunicaciones de la SHD. En el evento que las muestras presentadas no cumplan con las condiciones técnicas exigidas en el Anexo Ficha Técnica, el contratista debe presentar nuevamente las muestras en el plazo que establezca el supervisor del contrato.

7.8.14 El contratista deberá presentar para aprobación del(la) supervisor(a) una (1) muestra de prueba de las piezas comunicativas antes de hacer la impresión final, dentro de los tres (3) días siguientes a la solicitud del(la) supervisor(a). En el evento que las muestras presentadas no cumplan con las condiciones técnicas exigidas en el Anexo de condiciones y especificaciones técnicas, el contratista debe presentar nuevamente las muestras en el plazo que establezca el supervisor/a del contrato.

7.8.15 Acreditar dentro de los quince (15) días calendario siguientes a la fecha de inicio del contrato, que tiene domicilio, sucursal, agencia o establecimiento de comercio en la ciudad de Bogotá D.C (certificado de tradición y libertad del inmueble) conforme con las reglas del Código de Comercio y demás normas que regulan la materia, para lo cual, el contratista debe allegar el certificado de Existencia y Representación Legal de la empresa junto con la Cámara de comercio y el Certificado de Inscripción en el Registro Mercantil, según sea el caso, en donde se refleje la correspondiente inscripción.

7.8.16 Hacer entrega de los “Registros de Elementos de publicidad Exterior Visual” emitidos por la Secretaría Distrital de ambiente de Bogotá de cada campaña o actividad ejecutada en el contrato.

NOTA: Cabe aclarar que el contratista se obliga al montaje y/o instalación, desmontaje, retiro, transporte y entrega en donde la supervisión indique al momento de terminar las actividades de todo material relacionado con las campañas y/o eventos y/o transmisiones aprobadas en cualquier espacio o superficie sea este público y/o privado, sin importar que este contrato ya no esté en ejecución.

8 ESPECIFICACIONES DE SERVICIOS Y PIEZAS PARA DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE MATERIAL ATL Y BTL

El Contratista deberá producir piezas escritas, gráficas y audiovisuales de comunicación que tengan características didácticas, andragógicas, pedagógicas y lúdicas alusivas a la Secretaría Distrital de Hacienda, lo cual implica la realización de todas aquellas actividades relacionadas con la elaboración y producción, instalación, seguimiento del estado de calidad y desmonte del material requerido, con el fin de divulgar las diferentes campañas informativas, eventos y actividades de la entidad, siguiendo conforme con las instrucciones y las especificaciones recibidas por parte de la supervisión.
Nota: Revisar las especificaciones del tipo de pieza y/o pauta en el formato 05 – Oferta económica.

8.1 Producción o diseño de contenidos y material

8.1.1 Producción y diseño material para periódicos y revistas:

Para cumplir con la publicación de avisos, se seguirán las siguientes consideraciones:

- El diseño y adaptación de formatos y tamaños para los avisos, puede ser solicitado al contratista como parte del esquema general de las campañas o planes de medios aprobados a la central de medios contratada por la Secretaría Distrital de Hacienda.

- Las piezas gráficas (artes) de los avisos, deben ser entregados en los formatos y tamaños requeridos por el supervisor del contrato o la persona delegada por esta.

- Los artes deben ser remitidos a la central de medios y/o a la Secretaría Distrital de Hacienda, a través del SharePoint o carpeta compartida por TEAMS, de acuerdo con lo que se haya concretado con anterioridad con el supervisor del contrato o persona delegada por este, con el fin de que sea enviado el material a las casas editoriales de los periódicos y revistas, antes de las horas especificadas por cada una para el cierre editorial.

8.1.2 Producción y/o creación de piezas para radio

- La realización de cuñas radiales, menciones y señales horarias incluyen (cuando aplique): generación de copys (alineados con el propósito de cada campaña), consecución de voces, grabación en estudio, producción, postproducción, efectos de sonido, licencias requeridas y la generación de versiones necesarias dependiendo de los medios empleados para la divulgación de las campañas. (Ej. Radio comercial y Transmilenio).

- El contratista es el responsable de la entrega del material gráfico o audiovisual a la central de medios o a la Secretaría Distrital de Hacienda de acuerdo con lo establecido con anterioridad entre las 3 partes **(Agencia Creativa- Secretaría Distrital de Hacienda y agencia de medios**), en los formatos de audio y en el horario requerido por las cadenas radiales (comerciales y comunitarias), para que sea incluido en la programación (parrilla) de comerciales y estará incluido en el valor de la pauta contratada. Para la entrega de esta se tendrá una carpeta de SharePoint de Teams que estará compartida entre las tres partes para la entrega del material al medio.

8.1.3 Producción de piezas para televisión (abierta y por suscripción) y otros medios de difusión de vídeos

- La realización, producción, edición, postproducción de videos deberá incluir todos los recursos materiales y humanos requeridos: actores y actrices, animaciones, efectos, clips, sonorización, escenografía, subtitulación e intérpretes de señas requeridos para obtener los productos finales que serán divulgados en el marco de las campañas y planes de medios aprobados.

- El valor de la producción de los comerciales deberá surtir el proceso de cotización comparativa y ser aprobados por parte del (la) supervisor(a) del contrato previa a su realización.

- Los materiales audiovisuales y videos deben ajustarse a los formatos y tamaños requeridos por la plataforma respectiva, bien sea televisión, YouTube, pantallas digitales, carros vallas con pantallas digitales, vallas digitales, redes sociales y demás medios requeridos y aprobados para las campañas.

- El contratista es el responsable de la entrega del material gráfico o audiovisual ya sea a la central de medios o a la Secretaría Distrital de Hacienda de acuerdo con lo establecido con anterioridad entre las 3 partes (Agencia Creativa- Secretaría Distrital de Hacienda y agencia de medios), en los formatos audiovisuales requeridos. La entrega se debe realizar con anterioridad teniendo en cuenta el horario requerido por la respectiva plataforma de distribución. **(**los horarios de entrega y fechas las suministrara la central de medios). Para la entrega de esta se tendrá una carpeta en

SharePoint de Teams que estará compartida entre las tres partes para la entrega del material al medio.

Nota: Revisar las especificaciones del tipo de pieza y/o pauta en el formato 05 – Oferta económica.

8.1.4 Diseño y producción de material para medios de difusión masivos OOH- Out Of Home (impresos) y DOOH- Digital Out Of Home (digitales) – ATL:

- El diseño del material (**vallas, Mupis, cajas de luz, carro vallas, pantallas digitales entre otros)** para medios OOH y DOOH, deberán incluir los recursos necesario para la entrega final del material o producto final solicitado por el supervisor(a) del contrato o persona delegada por este, de acuerdo con las especificaciones otorgadas en el cuadro de materiales entregado por la central de medios.

- El contratista es el responsable de la entrega del material ya sea a la central de medios o a la Secretaría Distrital de Hacienda de acuerdo con lo hablado con anterioridad entre las 3 parte (Agencia Creativa- Secretaría Distrital de Hacienda y agencia de medios), con las especificaciones o formatos requeridos. La entrega se debe realizar con anterioridad teniendo en cuenta el horario de entrega estipulado por el medio de OOH y DOOH.

8.1.5 Diseño de piezas gráficas para redes sociales

Servicio de diseño gráfico de piezas para redes sociales como Facebook, Instagram, LinkedIn, X (antes Twitter), WhatsApp, TikTok y YouTube.

Condiciones generales del servicio:

- Propuesta inicial de diseño gráfico y diagramación. Entiéndase por diseño gráfico y diagramación la colocación de los elementos gráficos listos y en el formato adecuado para el proceso requerido, tales como Logos, imágenes, textos, fotos, etc.
- Cambios y modificaciones para el arte final.
- Entrega de archivos digitales editables y en formatos solicitados acorde a la publicación.
- No se cobrará por cambios o modificaciones requeridas o solicitadas dentro del proceso de diseño.
- Solo podrá dar uso a las piezas aprobadas por parte del supervisor del contrato.
- Se entiende que cada formato (independiente del tamaño) es una pieza individual.

- Si se requiere varios formatos (independiente del tamaño) de una misma pieza, cada formato será entendido como una pieza independiente.
- Si una pieza se conforma de varios elementos, como los carruseles, cada pieza del carrusel será entendida como una pieza individual independiente.
- Todo diseño entregado y aprobado será de uso exclusivo de la secretaria de Hacienda y de quien ellos autoricen.
  Nota: Revisar las especificaciones del tipo de pieza y/o pauta en el formato 05 – Oferta económica.

  Tiempos de diseño y entrega:
  - Tiempo para elaboración de la primera propuesta: 1 a 2 días hábiles para piezas individuales.
  - Una vez aprobado el diseño por parte de la entidad, se hará entrega del archivo finalizado para publicación en máximo 1 día hábil.
  - Una vez aprobado el diseño por parte del supervisor del contrato, se hará entrega del archivo finalizado para publicación en máximo 1 día hábil.
  - En caso de requerir 4, 8, 12 o 20 piezas, el tiempo será de 3 a 6 días hábiles, sus cambios o modificaciones desde 2 horas hasta 2 días hábiles, y su entrega final de 1 a 2 días hábiles previa aprobación del supervisor.
  - En caso de requerir más de 20 piezas, el contratista y el supervisor del contrato establecerán el termino de entrega de estas.

8.1.6 Diseño de piezas graficas animadas para redes sociales

Servicio de diseño gráfico de piezas animadas para redes sociales como Facebook, TikTok **Instagram, LinkedIn, Snapchat, X (antes Twitter) o también para envío por WhatsApp, Telegram u otras.**

Condiciones generales del servicio:

- Propuesta inicial de diseño gráfico y diagramación. Entiéndase por diseño gráfico y diagramación la colocación de los elementos gráficos listos y en el formato adecuado para el proceso requerido, tales como Logos, imágenes, textos, fotos, etc.
- Cambios y modificaciones para el arte final.
- Entrega de archivos digitales editables y en formatos para publicación .MP4.
- Duración: dependiendo de la cantidad de contenido, la pieza puede tener una duración de hasta 5, 10, 15, 20 y 30 segundos.
- Sonido de fondo: puede ser opcional. La entidad podrá seleccionar que la pieza incluya o no sonido o música de fondo.
- No se cobrará por cambios o modificaciones requeridas o solicitadas dentro del proceso de diseño.

- Solo podrá dar uso a las piezas aprobadas.
- Se entiende que cada formato (independiente del tamaño) es una pieza individual.
- Si se requiere varios formatos (independiente del tamaño) de una misma pieza, cada formato será entendido como una pieza independiente.
- Si una pieza se conforma de varios elementos, como los carruseles, cada pieza del carrusel será entendida como una pieza individual independiente.
- Tiempos de producción / entrega:
  - Propuestas:
    - Para 1 pieza, 1 a 3 días hábiles, una vez recibida toda la información que el cliente debe suministrar para su desarrollo.
    - Por cada 4 piezas adicionales, 1 día hábil.
- Finalización: Puede tomar hasta 1 día hábil para la finalización de las piezas solicitadas. Hasta 10 piezas finalizadas por día.
  Nota: Revisar las especificaciones del tipo de pieza y/o pauta en el formato 05 – Oferta económica.

8.1.7 Diseño web

Requerimiento de servicio de diseño, creatividad y producción web para la Secretaría Distrital de Hacienda

Objeto del servicio:
El servicio comprende el diseño, diagramación, creación de piezas y componentes gráficos y la producción de contenido visual y multimedia para su implementación en el sitio web de la Secretaría Distrital de Hacienda de Bogotá, que cuenta con un editor de contenidos basado en Drupal y un front-end desarrollado en Angular.

El contratista deberá garantizar que todo el diseño y los desarrollos producidos cumplan con los lineamientos normativos aplicables (Ley 1712 de 2014, Decreto 1008 de 2018, Lineamientos de Gobierno Digital, estándares W3C y WCAG 2.1 nivel AA) y las especificaciones técnicas de integración con la plataforma tecnológica existente de la Entidad.

Nota: Revisar las especificaciones del tipo de pieza y/o pauta en el formato 05 – Oferta económica.

Alcance del servicio:
El servicio podrá incluir uno, varios o todos los siguientes componentes, de acuerdo con los requerimientos específicos que se le notifiquen por la Secretaría:

1. **Diseño y diagramación web:**
   a. Creación de interfaces gráficas para nuevas secciones, páginas internas, micrositios, *landings* y componentes.
   b. Ajuste y modernización de plantillas o componentes existentes, asegurando consistencia con la identidad visual institucional.

c. Propuesta de mejoras visuales que favorezcan la accesibilidad, la usabilidad y la experiencia de usuario.
d. Adaptación de los diseños a formatos responsivos que garanticen visualización correcta en escritorio, *tablet* y móvil.

2. **Producción de recursos gráficos y multimedia:**
    a. Creación de piezas gráficas adaptadas a los lineamientos de Gobierno Digital.
    b. Generación de imágenes optimizadas y otros recursos visuales, listos para integración en Drupal/Angular.

3. **Ajustes y adaptación de componentes *front-end*:**
    a. Adecuación de los diseños en Angular, según lineamientos técnicos proporcionados por el equipo de Tecnología de la Entidad.
    b. Generación de Web Packs administrables y optimizados.
    c. Inclusión de etiquetas, metadatos y prácticas SEO básicas que faciliten el posicionamiento de contenidos institucionales.

4. **Documentación y transferencia:**
    a. Entrega de documentación técnica de cada diseño y pieza entregada (formatos fuente, manual de uso e integración).
    b. Asesoría técnica al equipo de Tecnología y Comunicaciones de la Entidad para su correcta implementación en el CMS Drupal y en el front Angular.

Características técnicas mínimas requeridas:

- Todo diseño debe cumplir con estándares de accesibilidad web WCAG 2.1 nivel AA.
- Debe garantizarse la compatibilidad con navegadores actualizados y dispositivos móviles.
- Los desarrollos deben ser entregados en formatos optimizados y listos para su implementación en el ambiente productivo del portal.
- Las propuestas deben incorporar prácticas recomendadas de optimización de velocidad de carga y performance web.
- Toda la producción se entregará bajo licencia libre de derechos para uso institucional sin restricciones.

Tiempos de producción y entrega:
Los tiempos de producción de cada entregable serán definidos en conjunto con la

Entidad, según la complejidad de cada requerimiento, y podrán oscilar entre **3 a 8 días hábiles** por pieza o componente solicitado.

Dominio y hosting:
La Secretaría Distrital de Hacienda proveerá los entornos de hosting, los dominios y los subdominios requeridos. El contratista únicamente deberá asegurar que los entregables se encuentren en condiciones técnicas y de formato óptimas para su implementación en dichos entornos, previa validación del Área de Tecnología.

Integración y coordinación técnica:
El contratista deberá coordinar con la Dirección de Informática y Tecnología – DIT para asegurar que cada diseño y desarrollo cumpla con los lineamientos técnicos, restricciones y configuraciones propias del ecosistema Drupal-Angular de la Entidad.

8.1.8 Diseño gráfico y editorial

Para campañas y temas de comunicación institucional (alineados con las estrategias y planes de medios aprobados por la Secretaría Distrital de Hacienda.
Piezas publicitarias con creatividad para la estrategia publicitaria y promocional y el diseño editorial a nivel institucional.

Nota: Revisar las especificaciones del tipo de pieza y/o pauta en el formato 05 – Oferta económica.

8.1.9 Diseño de impresos:

Estos procesos pueden incluir entre otros los siguientes elementos a diagramar: diseño estructural de empaque, afiche – póster, aviso, bolsa, catálogo de producto (valor por hoja), correo directo plano, diseño editorial – libro por hoja, diseño editorial – libro por hoja elementos, diseño editorial – periódico por página, diseño editorial – revista por página, diseño de portada y contraportada, exhibidor, folleto por página, invitación plana, invitación animada, plegable *Brochure* 2 a 3 cuerpos, programa de evento, "*Take one*", Tótem, volante media carta / oficio (1 cara) y volante media carta / oficio (2 caras); con sus diferentes adaptaciones de acuerdo a los tamaños y formatos requeridos por la entidad.

Requiere de los siguientes entregables:

- Maquetación y diseño
- Realizar una maqueta de las primeras páginas, para definir el esquema y formato del resto del producto
- Una vez aprobado por el supervisor del contrato, se procederá con la maquetación general.
- Se hará entrega inicial a la Oficina Asesora de Comunicaciones de la Secretaría Distrital de Hacienda para correcciones de ser necesario, las cuales no tendrán costo adicional.

- Se hará entrega del producto finalizado a la Oficina Asesora de Comunicaciones de la Secretaría Distrital de Hacienda en archivo fuente y PDF.
  Nota: No se cobrará por cambios o modificaciones requeridas o solicitadas dentro del proceso de diseño.
- Tiempos de entrega:
  - Tiempo para elaboración de la primera propuesta: Desde 5 días hábiles, para libros o revistas de hasta 20 páginas.
  - Se calcula que por cada 20 páginas adicionales podría tomar 1 a 3 días hábiles adicionales, sin embargo, dicha cantidad y tiempos podrían variar dependiendo de la complejidad del diseño / diagramación.
  - Se podrán acordar tiempos entre las partes.
  - Una vez aprobado el diseño por parte de la entidad, se hará entrega del archivo finalizado para el proceso de impresión requerido en 1 a 2 días hábiles.

9 CREACIÓN DE MARCA

Este proceso puede incluir entre otros, los siguientes elementos a diseñar: Logo o rediseño logo, manual de imagen básico, diseño de papelería, diseño de papelería contable, *key visual* y eslogan, con sus diferentes adaptaciones de acuerdo con los tamaños y formatos requeridos por la entidad. Diseño de Logotipo, Imagotipo, Isotipo o isologo.

Requiere de los siguientes entregables:

- *Naming*
- Análisis de referentes y competidores
- Diseño del Logotipo, Imagotipo, Isotipo o isologo
- Estructura del logo
- Implementación del logo
- Variaciones de color del logo
- Espacio libre del logo
- Reducción y protección del logo
- Paleta cromática
- Tipografía / Fuentes
- Manual en formato PDF
- Entrega de archivos digitales en diferentes formatos, para sus diversos usos en impresos y en medios digitales, así: Formato vectorial .ai, formato PDF, png, jpg y gif, en diferentes tamaños y resoluciones.

Nota: No se cobrará por cambios o modificaciones requeridas o solicitadas dentro del proceso de diseño.

9.1 Ilustración

Estos procesos pueden incluir entre otros los siguientes elementos a diseñar y producir como entregables: boceto de personaje, diseño de avatar para red social, historieta por página, ilustración 3D por personaje, ilustración a mano alzada, ilustración vectorial e infografía; con sus diferentes adaptaciones de acuerdo con los tamaños y formatos requeridos por la entidad.

Requiere de los siguientes entregables:

- Presentación de propuesta inicial de diseño gráfico y diagramación para aprobación del supervisor del contrato.
- Entrega de archivos digitales en diferentes formatos a la Oficina Asesora de Comunicaciones de la Secretaría Distrital de Hacienda, para sus diversos usos en impresos y en medios digitales, así: Formato vectorial .ai, formato PDF, png, jpg y gif, en diferentes tamaños y resoluciones.

  Nota: El oferente no cobrará por cambios o modificaciones requeridas o solicitadas dentro del proceso de diseño.

- Tiempos de entrega:
  - Tiempo para elaboración de la primera propuesta: 1 a 3 días hábiles., después de echa la solicitud por parte del supervisor del contrato o la persona designada por esta/e dentro de la oficina de comunicaciones.
  - Una vez aprobado el diseño por parte del supervisor del contrato, se hará entrega del archivo finalizado para el proceso de impresión digital y/o offset en 1 a 2 días hábiles.

9.2 Generación de contenido para la red social TikTok

- La agencia se encargará de la conceptualización, creación, producción, desarrollo y libretos de contenidos para operar la red social, teniendo en cuenta el equipo humano necesario para ello.

- El contratista deberá presentar la propuesta de parrilla semanal con el contenido propuesto para que este sea aprobado a través del correo electrónico.
- Todo producto de TikTok deberá mantener la línea de cada campaña junto con la de Alcaldía en caso de necesitarla.

- Los tiempos de entrega de los contenidos de TikTok se deberán establecer con el supervisor de contrato o quien el/ella designe acorde a la necesidad o urgencia que se presente.

- Cumplir con los lineamientos establecidos por la Alcaldía Mayor y la Alta Consejería de las TIC.

- Entregar un informe semanal con las estadísticas donde se registre el alcance de cada publicación, la segmentación del público y el número de seguidores por semana.

- Deberá realizar monitoreo sobre los comentarios de los usuarios que se reciban a través de TikTok y remitir los de los usuarios de impacto a la Oficina de Comunicaciones para su gestión, con el fin de mantener la reputación de la Entidad en esta red social.

- Los productos que se realicen deben contar con el aval de las personas externas de la Entidad.

- Velar que la música que se utilice en los productos cumpla con los derechos de autor.

10 PRODUCCIÓN Y/O ALQUILER DE MATERIAL, ESPACIOS Y MEDIOS

10.1 Alquiler de medios alternativos:

No.	Ítem	Imagen de referencia	Descripción
1	Carro vallas con impresión + perifoneo.	 	• Debe cumplir con los lineamientos establecidos en el Decreto 959 de 2000 Alcaldía Mayor de Bogotá, D.C. Capítulo II. • Vehículos de tamaño mediano adaptados para que en la parte trasera (camabaja) puedan llevar dos vallas laterales y una trasera de una medida específica. También pueden estar dotados de una frontal y dos faldones laterales (cuando aplica según la adaptación del vehículo). • Se moviliza por zonas específicas de la ciudad e informa acerca del mensaje que desea transmitir en una campaña institucional. • El servicio debe tener como mínimo las siguientes características: o Producción, montaje en los soportes del vehículo y retiro al finalizar la campaña. o Sonido (perifoneo). o Iluminación para las vallas.

			○ Conductores calificados y capacitados. ○ Rastreo por GPS para validación de rutas. ○ Reporte fotográfico. • Carro valla común: con lonas de publicidad en ambos laterales de 3 m x 2 m, una cara trasera de 0.60 m x 1.80 m y faldones laterales para publicidad adicional.
2	Carros vallas LED + perifoneo.		• Debe cumplir con los lineamientos establecidos en el Decreto 959 de 2000 Alcaldía Mayor de Bogotá, D.C. Capítulo II. • Vehículos de tamaño mediano adaptados para que en la parte trasera (camabaja) puedan llevar dos vallas laterales y una trasera de una medida específica. También pueden estar dotados de una frontal y dos faldones laterales (según adaptación del vehículo). • Se moviliza por zonas específicas de la ciudad e informa acerca del mensaje que desea transmitir en una campaña institucional. • El servicio debe tener como mínimo las siguientes características: ○ Sonido (perifoneo). ○ Conductores capacitados. ○ Rastreo por GPS para validación de rutas. ○ Reporte fotográfico. • Unidad móvil adaptada con dos pantallas laterales de 3 m. x 2 m. de exposición audiovisual en alta definición (4K – Pitch 2.9). • Debe garantizar que el mensaje se vea y pueda leerse en el día y en la noche. • Debe poder reproducir videos, eliminando la limitación de las imágenes estáticas.
3	Carteleras digitales o tótems 2 m. de alto x 1 m. de ancho		• Pantalla interior o exterior. • Todo el día. • Spot (transiciones) de 10" a 20". • Nº de salidas: 180 a 200 x día.

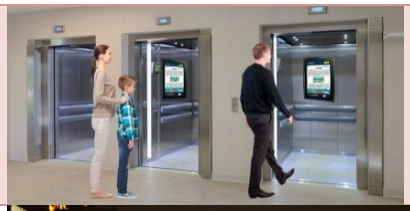
4	Centros comerciales.		• Centros comerciales ubicados en la ciudad de Bogotá, entre otros: ○ Unicentro (*outdoor*): 10 m^2 ○ Centro Mayor (*indoor*): 60 m^2 ○ Salitre Plaza (*indoor*): 30 m^2. ○ Andino (*indoor*): 18 m^2 ○ Portobelo (*outdoor*) • Mensajes de 30 segundos.
5	Edificios empresariales y centros salud.		• Mensajes de 30 segundos.
6	Sistema de iluminación LED para la proyección de imágenes de la torre Colpatria.		• La Torre Colpatria proyecta imágenes en su fachada utilizando 12.180 metros lineales de nodos de LED, con tecnología de punta que permite la proyección de imágenes que se observan desde gran parte de la ciudad. • La iluminación permite reproducir contenidos a 30 cuadros por segundo en una resolución de 401 x 92, y la torre tiene mayor densidad de luces en la parte superior, que es la más visible.

Tabla 3 - Medios de difusión masivos OOH impresos para espacio público.

Nota 1: Las propuestas de implementación del material en el espacio público deben incluir: la cantidad de espacios que se van a utilizar por campaña, su ubicación física -con direcciones- el rutero (en el caso de los carrovallas) y la justificación técnica de los puntos seleccionados -ej.: de acuerdo con el impacto esperado en visualizaciones y de acuerdo con el grupo de interés específico.

10.2 Producción y transmisión de eventos

Nota: Revisar las especificaciones del tipo de pieza y/o pauta en el formato 05 – Oferta económica.

10.2.1 Producción y transmisión de eventos en vivo por Streaming

Estas transmisiones puedes formar parte de las campañas institucionales establecidas o generarse por necesidades de divulgación institucional que requieran garantizar el acceso e interacción con la ciudadanía (ej.: eventos de rendiciones de cuentas), y que se configurarán y contratarán de acuerdo con lo requerido por la Entidad, siguiendo el procedimiento de aprobación de tres (3) o más cotizaciones presentadas por el proveedor.

10.2.2 Producción de piezas audiovisuales

Para este ítem el contratista debe llevar a cabo la producción y desarrollo de todas las piezas audiovisuales, digitales y alternativas que se requieran para el cumplimiento de los objetivos de cada estrategia y campañas.

Para el material audiovisual y de multimedia, deberá presentar versiones preliminares para la aprobación del(la) supervisor(a). Si la propuesta no es aceptada, el contratista correrá con los costos y/o la gestión para la repetición del trabajo, hasta su entrega y recibido a satisfacción por parte de la Supervisión.

.

10.2.3 Fases en las cuales se desarrollará las piezas audiovisuales

Ítem	Descripción actividad
PREPRODUCCIÓN	Fase en la que se definen los temas de los videos, libretos y responsables.
PRODUCCIÓN	Fase en la que se graban las entrevistas e imágenes de apoyo y se solicita el material gráfico a utilizar. En esta fase se definen y graban imágenes, testimonios y locaciones que se utilizarán en los videos. Se define también la necesidad de tener una o más cámaras, uso de drones y de más equipos técnicos para la realización de cada video.
EDICIÓN	Fase en la que se realiza el montaje: edición, locución, graficación, musicalización y corrección de los videos. Aquí se presenta la versión final de los videos en el formato necesario para ser publicados en los diferentes medios.

Tabla 4 - Fases de desarrollo para piezas audiovisuales

10.2.4 Productos:

a. Piezas audiovisuales o videos estratégicos de campaña, evento o actividad.

b. Generación de recursos audiovisuales (fotos, videos, audios, etc.) que sirvan como bancos de imágenes y pistas de audio, licenciadas a nombre de la Secretaría Distrital de Hacienda con los permisos de uso por parte de los(las) personas modelos empleadas y que podrán usarse en campañas institucionales.

c. Tomas aéreas de espacios, urbanos, rurales y de eventos institucionales con drones (aeronaves no tripuladas) registrados ante la Aeronáutica Civil de Colombia y operados por pilotos certificados cumpliendo las regulaciones incluidas en la Resolución 01983 del 27 de septiembre de 2023, la cual incorpora la norma RAC 100 que hace referencia a la 'Operación de sistemas de aeronaves no tripuladas'.

d. Transmisión de videos en vivo por *Streaming* como parte de la campaña establecida, o necesidades del servicio institucional con cámaras, escenografía, pantallas digitales de gran formato y de retorno, luces, *backing*, pendones, sonido, conexión a internet, equipo humano de producción, consolas de sonido, plantas eléctricas, etc., según lo requerido por la Entidad. Se cotizará con el contratista de acuerdo con los requerimientos, técnicos y logísticos de cada actividad programada.

e. Video tipo *whiteboard:* video con dibujos explicativos a mano alzada, con técnica análoga y/o digital. Incluye guion, locución, sonorización, y todos los demás elementos requeridos en la realización del video. Deberá desarrollarse de forma modular para poder dividirlo en videos más pequeños (cápsulas o gif) para su difusión en medios.

Características del video whiteboard:

- Ilustraciones manuales
- Ilustraciones de vectores
- Time-lapse del proceso
- Locución
- Musicalización
- Efectos de sonido

NOTA 1: Las piezas audiovisuales o videos deben incluir subtitulación. y lenguaje de señas cuando se trata de producciones para uso de comunicación externa. También se deben entregar por aparte los archivos de los subtítulos *.SRT.

NOTA 2: Las piezas audiovisuales deben cumplir con lo dispuesto en la Resolución 1519 del 2020 expedida por el Ministerio de las Tecnologías de la Información y Comunicación en lo relativo al Anexo N.º. 1 (Directrices Accesibilidad Web), en cumplimiento de la Ley 1712 de 2014.

NOTA 3: El realizador deberá entregar todo el material en bruto (videoclips, audios, recursos, fuentes, graficación, etc.), en carpetas organizadas por fecha con nombre del producto junto con el material final requerido por la Entidad.

NOTA 4: El material se entregará en las medidas y formatos que se requieran de acuerdo con los requerimientos y características para su proyección.

10.3 PRODUCCIÓN MATERIAL IMPRESO GRAN FORMATO Y SEÑALETICA

Se relacionan a continuación las especificaciones de material impreso de gran formato requerido por parte de la entidad.

Todo el material publicitario, deberá pasar por el proceso de cotización, aprobación de los diseños, validación por parte del supervisor del contrato de la Secretaría Distrital de Hacienda y en algunos casos por parte de la Alta Consejería de Comunicaciones de la Alcaldía Mayor de Bogotá, se podrán requerir muestras para validar la calidad de los materiales y de la mano de obra empleada en la elaboración de los productos, para finalmente dar la aprobación de fabricación o manufactura.
Nota: Revisar las especificaciones del tipo de pieza y/o pauta en el formato 05 – Oferta económica.

10.3.1 Gran formato

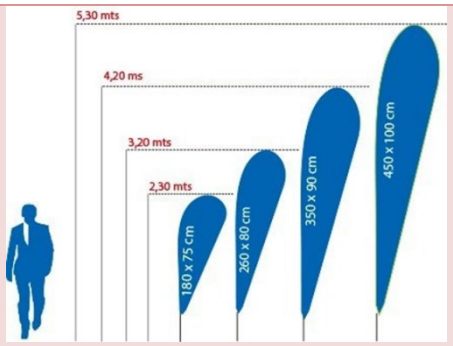
No.	Ítem	Imagen de referencia	Descripción
1	Pendón referencia 1: mecanismo roll up de 1 m de ancho x 2 m de alto.		• Material para impresión: banner 13 onzas. • Impresión digital policromía full color 4x0 tintas. • Mecanismo desarmable con sus patas retractiles, soportes para banner, varilla de extensión, todo en aluminio con su terminales y maletín y/o estuche. • El costo debe incluir el valor del transporte a la ubicación requerida por la entidad.

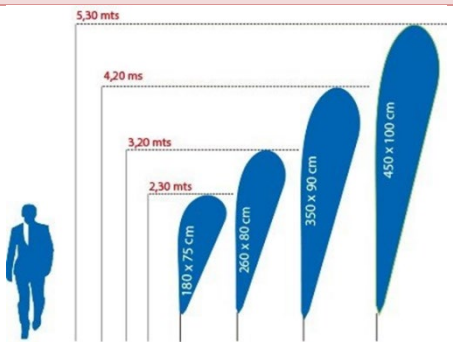
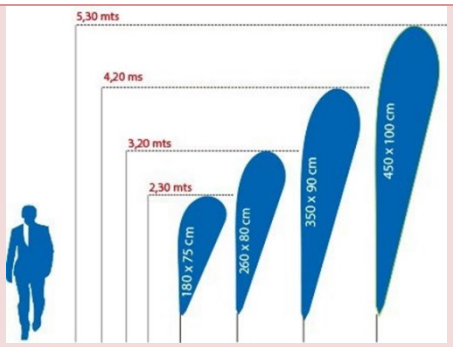
No.	Ítem	Imagen de referencia	Descripción
2	Pendón referencia 2: Porta Pendón Araña de 1.5 m de ancho x 2 m de alto.		• Material para impresión: banner 13 onzas con ojales metálicos o plásticos, para proteger la pieza. • Impresión digital policromía full color 4x0 tintas. • Estructura desarmable en aluminio y plástico, con sus soportes tensores para banner, cuadrante central y maletín y/o estuche. • El costo debe incluir el valor del transporte a la ubicación requerida por la entidad.
3	Pendón referencia 4: Backing publicitario ajustable de 3.6 m de ancho x 2.4 m de alto.		• Material para impresión: en tela para impresión por sublimación, con bolsillos superior e inferior, lo que simplifica su instalación. • Impresión digital policromía full color 4x0 tintas a 1440 dpi. • Estructura desarmable en aluminio, con sus soportes tensores, patas, llave hexagonal o destornillador y estuche en tela. • El costo debe incluir el valor del transporte a la ubicación requerida por la entidad.
4	Pendón referencia 5: *Display Wall* Curvo de 3.4 m de ancho x 2.3 m de alto, imantado con impresión gráfica.		• Gráfica Frontal: 4 láminas de 0.83 m de ancho (total 3.34 m. de ancho) x 2,30 m de alto. • Grafica Lateral Derecho: 1 lámina de 0,40ancho x 2,30mts alto. • Grafica Lateral Izquierdo: 1 lámina de 0,40ancho x 2,30mts alto. • Total 6 láminas gráficas en polietileno blanco con cintas imantadas. • Impresión en alta resolución 1440dpi. • Profundidad: 50cm. • Peso: 26Kg. aprox. Debe incluir:

No.	Ítem	Imagen de referencia	Descripción
			• 1 estructura de aluminio plegable con sistema de resortes. • 2 reflectores de iluminación. • 1 maletín tipo de viaje con ruedas. • El costo debe incluir el valor del transporte a la ubicación requerida por la entidad.
5	Pendón referencia 6: *Display Wall* Recto de 3.54 m de ancho x 2.3 m de alto, imantado con impresión gráfica.	 	• Gráfica Frontal: 4 láminas de 0.88 m de ancho (total 3.54 m. de ancho) x 2,30 m de alto. • Grafica Lateral Derecho: 1 lámina de 0,40ancho x 2,30mts alto. • Grafica Lateral Izquierdo: 1 lámina de 0,40ancho x 2,30mts alto. • Total 6 láminas gráficas en polietileno blanco con cintas imantadas. • Impresión en alta resolución 1440dpi. • Profundidad: 45 cm. • Peso: 26Kg. aprox. Debe incluir: • 1 estructura de aluminio plegable con sistema de resortes. • 2 reflectores de iluminación. • 1 maletín tipo de viaje con ruedas. • El costo debe incluir el valor del transporte a la ubicación requerida por la entidad.

Tabla 5 - Tipologías de pendones

10.3.2 Señalética

No.	Ítem	Imagen de referencia	Descripción
1	Paleta hexagonal Ref. 401007		• Dimensión: 27 x 27 cm. • Circunferencia: 30 cm de diámetro. • Mango: Integrado a la paleta de 16 cm. • Proceso de fabricación: Inyección. • Peso: 300 gr. • Letras y bordes: Color blanco. • Reflectivo: De alta densidad.
2	Vinilo para piso (*Floor graphic*)		• Vinilo especialmente diseñado para aplicarse en piso o en muebles donde se requiera proteger la imagen. • Es transparente, resistente a la abrasión normal del calzado y llantas pequeñas, antiderrapante, durable y opaco. (“PRESENTACIÓN STARTUP TECH”) • Resistente a la suciedad y usado en zonas de alto tráfico. • Fácil de remover, sin residuos. • El servicio completo incluye: diseño, impresión, transporte, instalación, mano de obra y retiro del material al momento de terminar la campaña.
3	FLAG BANNER x 2.30 m.		Flag Banner tipo gota portátil desarmable, talla S medida de 2.30 m. de alto, En tela de gruesa y resistente al agua, cosido con hilo especial para exteriores y doble costura, ofreciendo más durabilidad para instalaciones en el exterior, Tejido de exterior en Poliéster indesmallable. Confeccionadas con doble costura en sus lados y cintas de refuerzo para sujeción al mástil. Cuentan con un mástil que se encuentra fabricado, generalmente, en secciones flexibles de fibra de vidrio y aluminio. Con impresión de

No.	Ítem	Imagen de referencia	Descripción
			logos a 4 tintas. Impresión a dos caras Logos por definir Bases de alta resistencia tanto para anclar como para superficie plana (con base especial).
4	FLAG BANNER x 3.20 m.		Flag Banner tipo gota portátil desarmable, talla M medida de 3.20 m. de alto, En tela de gruesa y resistente al agua, cosido con hilo especial para exteriores y doble costura, ofreciendo más durabilidad para instalaciones en el exterior, Tejido de exterior en Poliéster indesmallable. Confeccionadas con doble costura en sus lados y cintas de refuerzo para sujeción al mástil. Cuentan con un mástil que se encuentra fabricado, generalmente, en secciones flexibles de fibra de vidrio y aluminio. Con impresión de logos a 4 tintas. Impresión a dos caras Logos por definir Bases de alta resistencia tanto para anclar como para superficie plana (con base especial).
5	FLAG BANNER x 4.20 m.		Flag Banner tipo gota portátil desarmable, talla L medida de 4.20 m. de alto, En tela de gruesa y resistente al agua, cosido con hilo especial para exteriores y doble costura, ofreciendo más durabilidad para instalaciones en el exterior, Tejido de exterior en Poliéster indesmallable. Confeccionadas con doble costura en sus lados y cintas de refuerzo para sujeción al mástil. Cuentan con un mástil que se encuentra fabricado, generalmente, en secciones flexibles de fibra de vidrio y aluminio. Con impresión de

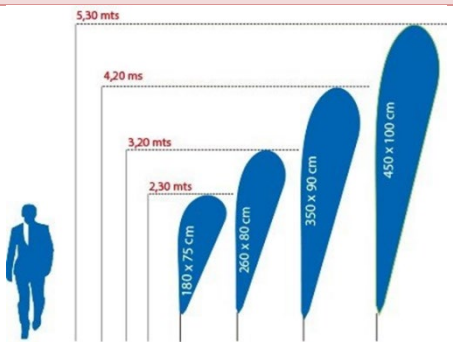
No.	Ítem	Imagen de referencia	Descripción
			logos a 4 tintas. Impresión a dos caras Logos por definir Bases de alta resistencia tanto para anclar como para superficie plana (con base especial).
6	FLAG BANNER x 5.30 m.		• Flag Banner tipo gota portátil desarmable, talla XL medida de 5.30 m. de alto, En tela de gruesa y resistente al agua, cosido con hilo especial para exteriores y doble costura, ofreciendo más durabilidad para instalaciones en el exterior, Tejido de exterior en Poliéster indesmallable. Confeccionadas con doble costura en sus lados y cintas de refuerzo para sujeción al mástil. Cuentan con un mástil que se encuentra fabricado, generalmente, en secciones flexibles de fibra de vidrio y aluminio. Con impresión de logos a 4 tintas. Impresión a dos caras Logos por definir Bases de alta resistencia tanto para anclar como para superficie plana (con base especial).

Tabla 6 - Elementos de señalética.

10.4 SERVICIOS U OTROS

10.4.1 Emailing – newsletters (correo masivo)

Automatización de estrategia digital: Envío de correos electrónicos masivos dirigidos a poblaciones específicas de ciudadanos.

Como mínimo este servicio debe contar con las siguientes características:

1. Encontrar los puntos de contacto con los usuarios.
2. Estructurar los envíos y momentos (fechas y horas) más adecuados de contacto.
3. Diseñar el mensaje HTML que se va a entregar en cada etapa y que deben ser aprobados por la supervisión del contrato para su envío.
4. Preparar, corregir y ajustar las bases de datos suministradas por la entidad para los destinatarios requeridos.

5. Hacer uso de cuentas de correo institucionales o suministradas por Dirección de Informática y Tecnología – DIT de la entidad como de uso institucional, para evitar ser catalogados como mensajes SPAM o sospechosos.
6. Medición y resultados: Se debe realizar un informe que contenga como mínimo los siguientes aspectos, a saber: (I) Contabilización de cuentas de correo validas y no validas, (II) Discriminación de correos efectivamente enviados, (III) correos rechazados, (IV) correos efectivamente recibidos por el ciudadano, (V) correos eliminados por usuario, (VI) correos vistos y (VII) ingresos efectivos desde el correo electrónico.

Por otro lado, se debe generar un análisis completo del tráfico generado en el sitio web de la Secretaría Distrital de Hacienda (www.haciendabogota.gov.co) o los micrositios especificados para cada campaña cruzando los datos de *mailing* con la herramienta de *Google analytics* del sitio de la Entidad.

Finalmente se deben entregar de bases finales empleadas en los envíos masivos, filtradas y organizadas, para ejecutar depuración de estas al interior de la Secretaría Distrital de Hacienda.
Nota: Revisar las especificaciones del tipo de pieza y/o pauta en el formato 05 – Oferta económica.

10.4.2 SMS: Envío de mensajes de texto a móvil

Automatización de estrategia digital: Envió masivo de mensajes de texto con máximo 160 caracteres dirigidos a los números móviles celulares de poblaciones específicas de ciudadanos.

Como mínimo este servicio debe contar con las siguientes características:

1. Redacción de los mensajes, incluyendo el uso de herramientas acortadores de direcciones web (URL), que deben ser aprobados por la supervisión del contrato para su envío.

2. Estructurar los envíos y momentos (fechas y horas) más adecuados de contacto.

3. Preparar las bases de datos suministradas por la Entidad para los destinatarios requeridos.

4. Hacer uso de números celulares registrados como de uso institucional para evitar ser catalogados como mensajes SPAM o sospechosos.

5. Medición y resultados: Se debe realizar un informe que contenga como mínimo los siguientes aspectos, a saber: (I) Contabilización de números celulares válidos y no válidos, (II) Ingresos efectivos desde el enlace suministrado en los mensajes.

Por otro lado, se debe generar un análisis completo del tráfico generado en el sitio web de la Secretaría Distrital de Hacienda (www.haciendabogota.gov.co) o los micrositios especificados para cada campaña cruzando los datos de los mensajes de texto con la herramienta de *Google analytics* del sitio de la Entidad.

Finalmente se deben entregar de bases finales empleadas en los envíos masivos, filtradas y organizadas, para ejecutar depuración de estas al interior de la Secretaría Distrital de Hacienda.
Nota: Revisar las especificaciones del tipo de pieza y/o pauta en el formato 05 – Oferta económica.

10.4.3 Envío de mensajes a través de servicios de mensajería (WhatsApp, Telegram, etc.)

Automatización de estrategia digital: Envió masivo de mensajes a través de servicios de mensajería con cuentas de empresa, dirigidos a los números móviles celulares de poblaciones específicas de ciudadanos.

Como mínimo este servicio debe contar con las siguientes características:

1. Redacción de los mensajes, incluyendo el uso de herramientas acortadores de direcciones web (URL), que deben ser aprobados por la supervisión del contrato para su envío.

2. Estructurar los envíos y momentos (fechas y horas) más adecuados de contacto.

3. Preparar las bases de datos suministradas por la Entidad para los destinatarios requeridos.

4. Hacer uso de números celulares de uso institucional registrados como cuentas *Business* (cuentas de empresa) para evitar ser catalogados como mensajes SPAM o sospechosos.

5. Medición y resultados: Se debe realizar un informe que contenga como mínimo los siguientes aspectos, a saber: (I) Contabilización de números celulares válidos y no válidos, (II) Discriminación de mensajes efectivamente enviados, (III) mensajes rechazados, (IV) ingresos efectivos desde el enlace suministrado en los mensajes.

Por otro lado, se debe generar un análisis completo del tráfico generado en el sitio web de la Secretaría Distrital de Hacienda (www.haciendabogota.gov.co) o los micrositios especificados para cada campaña cruzando los datos de los mensajes enviados, con la herramienta de *Google analytics* del sitio de la Entidad.

Finalmente se deben entregar de bases finales empleadas en los envíos masivos,

filtradas y organizadas, para ejecutar depuración de estas al interior de la Secretaría Distrital de Hacienda.

Nota: Revisar las especificaciones del tipo de pieza y/o pauta en el formato 05 – Oferta económica.

10.4.4 Transferencia de conocimiento

Efectuar la transferencia de conocimiento presencial, virtual o híbrida teórico-práctica, para las personas que designe el (la) supervisor(a) del contrato, en temáticas relacionadas con comunicación pública, manejo de aplicaciones y herramientas de apoyo a la gestión institucional, nuevas tecnologías de comunicación y análisis de datos y otros.

Esta transferencia de conocimiento la deben realizar instructores capacitados que cuenten con las certificaciones y documentos que acrediten su idoneidad en los temas tratados.

Para la realización de estas actividades el contratista deberá presentar mínimo tres (3) cotizaciones de proveedores legalmente constituidos (para la Secretaría Distrital de Hacienda se entiende por legalmente constituidos las personas naturales con establecimiento de comercio y/o matrícula mercantil, así como las personas jurídicas que cuentan con certificado de existencia y representación legal), con precios promedio del mercado. El supervisor del contrato aprobará la cotización más favorable, garantizando la eficiencia, eficacia y oportunidad del servicio requerido; también y si lo considera necesario, el supervisor podrá solicitar nuevas cotizaciones para la selección del proveedor, la cual deberá ser atendida por contratista si esta es más favorable para la Entidad.

NOTA: Se aclara que el contratista, de acuerdo con el análisis de riesgos que realice sobre la contratación de un tercero requerido para atender la solicitud del(a) supervisor(a), podrá requerir pólizas con valores y requisitos proporcionales, pero en los mismos términos que les son exigidas en este proceso contractual.

10.4.5 Adquisición y/o suscripción de licenciamientos para la Secretaría Distrital de Hacienda

Para verificar la ejecución del objeto contractual correspondiente el contratista deberá adquirir a nombre de la entidad los siguientes licenciamientos:

- Páginas y herramientas de recursos audiovisuales: edición y producción, fotografías de stock, plantillas de video, audio, fuentes, iconos y vectores.

- Soluciones y complementos para aplicaciones de reuniones virtuales que puedan ser integradas con los licenciamientos de la entidad (Microsoft 365).

Soluciones de monitoreo y seguimiento del comportamiento de los usuarios en redes sociales, sitios web, aplicaciones y demás sistemas que lo requieran.

NOTA: El contratista deberá indicar si realizará el cobro de algún porcentaje de intermediación por la adquisición y/o suscripción del licenciamiento a nombre de la entidad.

10.4.6 Licenciamientos para desarrollo del objeto contractual

El contratista deberá emplear licenciamientos legales en toda la ejecución del contrato para el desarrollo de las piezas gráficas, audiovisuales o de cualquier otra índole que requiera para el desarrollo del objeto contractual.

Dentro de los tres (3) días hábiles siguientes a la suscripción del acta de inicio, deberá presentar al supervisor del contrato la licencia del software donde se evidencie la titularidad, documento soporte de la compra o de la suscripción de derecho de uso, emitido por la firma titular, propietaria o comercializadora del software, a nombre del contratista.

Cuando el software de ordenación sea desarrollado directamente por el contratista, deberá adjuntar una certificación de derechos de autor correspondiente expedida por la Superintendencia de Industria y Comercio -SIC-.

10.4.7 Provisión de los sistemas de producción y transmisión de multiplataformas portátiles

El contratista debe adquirir para la entidad el siguiente equipo de producción audiovisual que permita el cubrimiento, la presencia y la interacción permanente de la entidad en territorio promoviendo la educación tributaria, el recaudo y generando participación de la ciudadanía en las múltiples plataformas digitales de la entidad para circular todos los contenidos audiovisuales generados por la agencia creativa.

Sistema portátil de producción y transmisión en vivo (peso máximo 10 kilos)

- El equipo de transmisión debe distribuir streaming a múltiples plataformas
- Compatibilidad con cámaras broadcast.
- Mezclador de video incorporado.
- Grabador interno mínimo de veinte horas en HD.
- Generador de textos con plantillas.
- Ingesta de señal externa (entradas SDI/HDMI).
- Interfaz intuitivo.
- Mezclador de audio interno.
- Monitor Multiviewer integrado de 17" o superior

- Playlist incorporado (Mínimo 2 canales)
- Capacidad de integración con cámaras remotas vía IP (WiFi y/o Ethernet) y dispositivos móviles
- Salida SDI/HDMI
- Servidor de transmisión de streaming embebido, preconfigurado a las principales plataformas (Facebook, YouTube, X, LinkedIn, TikTok, Vimeo, Livestream, Ustream, Twitch y compatibilidad RTMP)
- Sistema de Chromakey embebido
- Canales gráficos de DSK incorporados
- Entradas de audio XLR
- Debe soportar formatos HD: 720p50, 720p59.94, 720p60, 1080PsF23.98, 1080p23.98, 1080PsF24, 1080p24, 1080PsF25, 1080p25, 1080PsF29.97, 1080p29.97, 1080PsF30, 1080p30, 1080i50, 1080i59.94 y 1080i60
- Maleta dura para transportar el equipo de transmisión portátil

El equipo portátil de producción debe contar con servicio de postventa, verificación de su instalación y puesta en funcionamiento, garantía de mínimo dos años y capacitación.

Cámaras completas

- **Dos (2) cámaras inalámbricas compatibles con "Sistema de producción portátil en vivo",** Deben contar con capacidad de almacenamiento interno (MicroSD), alimentación con batería interno y/o fuente de poder, incluye tarjeta de almacenamiento de 16GB.
- **Una (1) cámara de hombro HD tipo reportería**, zoom óptico de 20X, anillos de control independientes de zoom, foco e iris, doble slot para tarjetas de almacenamiento (SDXC), Eye Viewfinder y LCD touchscreen, Luz led incorporada, grabación FHD hasta 120fps. Incluye maleta blanda, batería adicional, tarjeta de grabación SDXC de 64GB Clase 10 UHS-I, sistema de trípode con capacidad de 9lbs, cabeza fluida, ajuste de contra - balance y altura ajustable entre 30" y 62".
- **Grabadora portátil de 8 pistas:** Dispositivos compatibles: Ordenador personal, Interfaz Hardware**:** SDXC, Aplicaciones personalizadas para la grabación de campo, música y podcasting, 3 interfaces distintas para la grabación de campo, música y podcasting, Cápsulas de entrada intercambiables
- **Grabación simultánea de cuatro pistas:** Cuatro entradas de micro y dos conectores combo XLR/TRS, Controles de ganancia y atenuadores de -20dB para cada entrada, La cápsula X/Y XYH-6 suministrada proporciona una entrada secundaria a través de un mini conector phono estéreo de ⅛" MIC/Line In, Alimentación Phantom para las 6 entradas XLR : +24/+48V, Gran pantalla táctil

LCD en color, Graba directamente a tarjetas SD, SDHC y SDXC de hasta 512GB, Soporta audio de hasta 24 bits/96kHz en formato WAV compatible con BWF o en una gran variedad de formatos MP3, Las funciones Auto - record, Pre-record y Backup-record le garantizan que nunca perderá esa toma perfecta, Efectos incorporados, incluyendo filtrado de atenuación de graves, compresión y limitación, Interfaz de audio USB multicanal y estéreo para PC/Mac/iPad, Pilas alcalinas AA estándar o NiMH recargables.

- **Anillo soporte rotativo para cámara:** Compatible con Canon 6D. Función horizontal y vertical
- **Arnés soporte:** Cinturón soporte de peso para estabilizador de cardán de una sola mano, compatible con el estabilizador Moza Air 2.
- **Trípode portátil:** Que sea práctico de llevar y usar, ideal para viajes, Cabezal fluido, Máximo 5 libras de peso

Sistema de audio alámbrico e inalámbrico

- Dos (2) sistemas de micrófonos inalámbricos: Incluyen: receptor, transmisor y cápsula, rango superior a 90 metros, latencia máxima de 4 milisegundos, rango de frecuencias entre 35 Hz to 22 kHz, alimentación de energía con baterías y opción de micro USB, nivel SPL máximo 110dB

- Dos (2) sistemas de micrófonos de mano inalámbricos, incluyen transmisor tipo cubo con salida de monitoreo para audífonos, seguro XLR, alimentación de energía con baterías y opción de micro USB, antena interna. El receptor con antena interna, impedancia de entrada de 300 Ohmios, alcance no inferior a 90 metros, rango de frecuencias entre 35 Hz y 22 kHz.

- Micrófono boom con patrón polar supercardioide, respuesta a frecuencias entre 20Hz y 20KHz, alimentación baterías, opción de phantom power, relación señal a ruido 76 dB, incluye caña en aluminio de 3 m de longitud, 5 secciones y un cable XLR de 6mts.

- **Escudo de aislamiento de micrófono profesional**: Con filtro pop de doble capa. Filtro de reflexión para estudios de grabación, Espuma absorbente de sonido para reducción de ruido y reflexión para grabación, canto, etc. Tecnología y tipo de conexión: USB

- Un mixer de audio con ocho entradas de micrófono, 16x entradas de línea, 2-In/2-Out USB a 24-bit / 192kHz, efectos integrados con 24 presets, salidas XLR y TRS 1/4" Stereo, 4 Grupos y 4 auxiliares, preamplificador con 48V (Phantom).
- Salida de audífonos con control independiente.
- Set de 3 micrófonos para podcast con sus respetivas bases de apoyo y accesorios.

Pantalla de video

- Un monitor LED de 55" full HD (resolución nativa), conectividad WiFi y Ethernet, entradas VGA, componentes, HDMI, puertos USB, parlantes integrados de 10W, ángulo de visión 178°, archivos de video soportados: ASF, AVI, M4V, MKV, MOV, MP4, MPEG, WMV; archivos de audio soportados: FLAC, MP3, OGG, WAV, WMA; imágenes soportadas: BMP, JPEG, PNG; debe funcionar con software de digital signage sin periféricos. OBJ

Cajas de transmisión

- Caja de distribución y amplificación de video HDMI con 1 entrada y 16 salidas, con un ancho de banda de 2.2 Gbps o superior, debe soportar HDMI 1, 3a y HDCP, capacidad de reclock y distribución de video.
- Caja de transmisión de audio con impedancia de entrada de 2Kohm, Impedancia de salida de 150 Ohm, aislamiento a 65dB, una línea de entrada XLR, 24 líneas de salida XLR.

Kit de luces

- Un kit de luces LED 1000 x 3unidades con temperatura de color en 3200 y 5600K, CRI 95, montura tipo V para baterías, grado de protección IP 20, incluye trípodes, fuentes de poder, maleta de transporte, debe incluir (2) cargadores para 2 baterías simultáneas, sistema de protección de IC, indicador de estado, incluyen (4) baterías Li-Ion Montura tipo V, capacidad 90Wh, con indicador de carga y protección ante sobrecargas.
- **Set de luces profesionales para fotografía y video**: Regulables en intensidad y temperatura. Bicolor de 2800K a 6500K. Con trípodes ajustables. Con filtros de varios colores. Con varios efectos. Con softbox. **Cámara de video profesional:** Sensor Exmor RS CMOS de 1" para calidad UHD 4K. Zoom óptico G-Series 20x (24-480mm, equivalente full frame). AI Autofocus y Auto-Framing para seguimiento inteligente. Procesador BIONZ XR para mejor ruido, velocidad y detalle. Transmisión en vivo 2.4/5 GHz y Ethernet (RTMP/RTMPS, SRT). Grabación UHD 4K120, Full HD 240 FPS para slo-mo. Filtros ND variables (1/4 a

1/128) incorporados. Estabilización Active Mode (óptica y electrónica). Pantalla OLED EVF y LCD de 3.5" articulada. Doble ranura para CFexpress Tipo A y tarjetas SD. Codificación avanzada: XAVC S-I (10-bit 4:2:2), XAVC HS, XAVC S-L. Grabación proxy para edición rápida. Conectividad: 12G-SDI, Timecode, Genlock, LAN, USB-A/C. Compatible con baterías Sony BP-U35, BP-U70, BP-U100. Audio: Hasta 4 canales con entradas XLR y zapata MI.

- **Barra de luz graduable para iluminar fondos**. Color de la luz: RGB. Mínimo de temperatura de color de 2500K y máximo de 9000K. Potencia de 7.5W. Cuenta con dimmer. Adhesiva a estructuras metálicas. 20 tipos de efectos de escena diferentes. Batería de larga duración.

Discos duros

- **Cuatro (4) Discos duros externos de estado sólido:** Capacidad mínima de 2 terabyte. Interfaz Disco Duro: USB 3.2. Resistente al polvo, resistente al agua, portátil, cifrado de hardware. Velocidad Lectura: 1050 Megabytes por segundo. Velocidad Grabación: 1000 megabytes por segundo, Tasa de transferencia de datos 1050 Megabits por segundo, Interfaz Hardware: USB C, USB 3.2 Gen 2.

Cables

- **Extensión de 20 metros:** Carrete de cable de extensión retráctil de 50 pies con 4 tomas, extensión de enchufe múltiple, rebobinado de mango fácil y cable SJTW de 14 AWG.
- **Cable de mini HDMI a HDMI:** Cable mini HDMI a HDMI de 6 pies, [carcasa de aluminio, trenzado] Cable HDMI 2.0 de alta velocidad 4K 60Hz, compatible con cámara, videocámara, tableta y tarjeta gráfica/video, laptop, Raspberry.
- **Adaptadores de entrada HDMI y salida HDMI con puerto USB**
- **Extensiones eléctricas industriales de 10 m**, polo a tierra, en calibre 12 o 10 con multitoma mínimo de 6 salidas.

NOTA 1: Puesto que las necesidades de la entidad contratante pueden variar durante el desarrollo del proyecto, se permite la posibilidad de cambiar los elementos especificados relacionados en la ficha técnica frente al suministro de equipos por otros que sean técnicamente equivalentes o superiores en términos de calidad, funcionalidad y eficiencia. Los proveedores deberán demostrar la equivalencia técnica de los elementos propuestos en su oferta, y la entidad contratante evaluará la aceptabilidad de estos elementos según los criterios establecidos en los documentos de la licitación.

11 OBLIGACIONES ESPECIFICAS DEL CONTRATISTA:

11.1 Cumplir con las condiciones de prestación del servicio de acuerdo con las especificaciones y condiciones técnicas contenidas en los documentos del proceso, los cuales hacen parte integral del contrato a suscribir.

11.2 Desarrollar campañas de divulgación institucional multiplataforma (ATL, BTL,) para darle visibilidad a todos los proyectos y estrategias de la Secretaría Distrital de Hacienda y Alcaldía Mayor de Bogotá para la ciudadanía, en los casos que sean requeridos, ejecutando las estrategias de inversión más idóneas y efectivas en medios, que garanticen la efectiva divulgación del mensaje que se desee transmitir al público objetivo.

11.3 Mantener los precios unitarios fijos del tarifario contenido para cada propuesta final, durante la ejecución del contrato y su liquidación. Los precios solo podrán ser modificados a favor de la Secretaría Distrital de Hacienda.

11.4 Prestar los servicios de seguimiento, control y envío de informes de actividades multiplataforma ATL, BTL que la Secretaría Distrital de Hacienda solicite, en los tiempos estipulados por el supervisor del contrato o quien haga sus veces.

11.5 Negociar las tarifas y descuentos con los proveedores (medios BTL y producción audiovisual) 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.

El contratista revisará junto con el supervisor del contrato, las propuestas a que hace relación el numeral anterior; donde el contratista dará recomendaciones técnicas sobre las propuestas y será el supervisor del contrato quien determinará el proveedor que deba ejecutar el trabajo. El contratista será el encargado de realizar el seguimiento a los entregables de cada campaña.

11.6 Emplear la infraestructura técnica, operativa, logística y el talento humano, con la idoneidad y la experiencia requerida para atender en debida forma el desarrollo del objeto contractual.

11.7 El contratista se obliga al montaje y/o instalación, desmontaje, retiro, transporte y entrega en donde la supervisión indique al momento de terminar las actividades de todo material relacionado con las campañas y/o eventos y/o transmisiones aprobadas en cualquier espacio o superficie sea este público y/o privado, sin importar que este contrato ya no esté en ejecución.

11.8 Presentar mensualmente al supervisor del contrato, un informe de actividades junto con los soportes correspondientes de las actividades ejecutadas dentro de los cinco (5) días calendario siguientes al periodo reportado (facturas e informe de

actividades realizadas durante el mes a cobrar, certificado de pago de parafiscales suscrito por el representante legal y/o revisor fiscal de ser el caso, certificación bancaria, copia del acta de inicio, copia de la minuta contractual).

11.9 Posterior a lo anterior el contratista deberá cargar mensualmente dichos informes junto con los soportes descritos en el numeral anterior en un solo PDF, en el numeral denominado ejecución del contrato del sistema SECOP II.

11.10 Atender las disposiciones del(la) supervisor(a) del contrato, en la construcción de las estrategias de comunicación de los medios masivos, directos, alternativos y comunitarios.

11.11 El contratista deberá pagar a los medios y/o al proveedor que le preste sus servicios dentro de los 30 días calendario siguientes de la salida en vivo de la campaña o entrega del producto ejecutado, dejando establecido que la Secretaría Distrital de Hacienda NO se hará cargo del pago a terceros.

11.12 El contratista deberá mantener absoluta reserva de toda la información, valores, negociaciones con proveedores y demás archivos que se manejen durante la ejecución del contrato so pena de incumplimiento por parte del contratista.

11.13 El contratista deberá suministrar a la Entidad las suscripciones de las herramientas audiovisuales y de inteligencia artificial que la Secretaría Distrital de Hacienda requiera.

11.14 El contratista deberá suministrar a la Entidad el listado de equipos de producción audiovisual solicitados para su cubrimiento en territorio de los eventos de la Entidad.

11.15 El contratista garantizará la calidad del material, impresión y acabados del trabajo solicitado, así como de las piezas artísticas.

11.16 El contratista realizará la diagramación e impresión de las piezas comunicativas de acuerdo con los requerimientos definidos por el supervisor del contrato.

11.17 El contratista deberá asumir los costos de transporte para la entrega del material solicitado en los sitios indicados por el supervisor/a.

11.18 En caso de presentarse defectos en el trabajo final solicitado, como cambios en diseño, variación de tamaño, variaciones de color, cambio en el sustrato o cualquier tipo de cambio en el diseño que no corresponda al arte final o a los contenidos piloto aprobados por el supervisor del contrato o persona designada por este; el contratista se compromete a reemplazar y ajustar el trabajo por defectos presentados en la solicitud, realizando la reposición o reparación en el menor

tiempo posible sin que afecte la actividad a desarrollar por la Secretaría Distrital de Hacienda ni genere costos adicionales.

Se aclara que el contratista, de acuerdo con el análisis de riesgos que realice sobre la contratación de un tercero requerido para atender la solicitud del(a) supervisor(a), podrá requerir pólizas con valores y requisitos proporcionales, pero en los mismos términos que le son exigidas en este proceso contractual.

Adicionalmente en caso de que las tarifas no se encuentren descritas en la propuesta económica, el contratista deberá suministrar la factura emitida directamente por el medio de comunicación o proveedor a solicitud del(la) supervisor(a) del contrato.

11.19 PORCENTAJE POR ADMINISTRACIÓN DEL CONTRATO (N%): Este valor aplica para casos puntuales, en donde solo pudiese existir un proveedor para la prestación de un determinado servicio, por ejemplo: 'Contratar los servicios del Movistar Arena. Se aclara qué, en casos como este, solo aplicará el cargo del porcentaje de administración, pero NO aplica el porcentaje de intermediación.

11.20 PORCENTAJE POR INTERMEDIACIÓN SUSCRIPCIÓN DE LICENCIAMIENTO (N%): Este cobro adicional aplica para toda licencia que desee adquirir la Entidad a través del contratista.

11.21 PORCENTAJE POR INTERMEDIACIÓN EN CASO DE REQUERIR SERVICIOS O BIENES NO INCLUIDOS (N%): Este cobro aplica en el evento en el que la Entidad haya aprobado adquirir servicios que se encuentren con especificaciones técnicas por fuera del tarifario y los mismos sean prestados, bien sea por un tercero o por el mismo contratista, después de surtir el proceso de validación de cotizaciones.

11.22 Entregar en el tiempo requerido por el supervisor del contrato los insumos solicitados acorde a lineamientos establecidos para la ejecución de las diferentes campañas institucionales, en línea con la planeación recibida y solicitada por parte de las áreas y que hagan parte del plan general de comunicaciones.

11.23 Entregar a satisfacción de la supervisión todos los informes de campañas y actividades (por factura, anuales y final) descritos en el Anexo Técnico.

a. Todo lo anteriormente descrito deberá ser entregado a satisfacción del(la) supervisor(a) del contrato.

11.24 Las demás obligaciones que sean del carácter de la prestación de los servicios contratados

a. Todo esquema, plano, dibujo, diseño, pieza, elemento promocional y material multiplataforma en general que sea creado y/o entregado en cumplimiento del contrato, será propiedad de la Secretaría Distrital de

Hacienda y debe ir acompañado de sus versiones finales listas para producción, junto con todos los archivos y documentos soporte que respaldaron la creación y/o entrega de este; por lo anterior, las piezas creadas para la Entidad serán de su propiedad.

b. El contratista deberá mantener absoluta reserva de toda la información, /valores, negociaciones con proveedores y demás archivos que se manejen durante la ejecución del contrato, para lo cual deberá firmar acuerdos de confidencialidad con todas las personas y/o proveedores involucrados en la ejecución del contrato; por lo tanto, ninguna información podrá ser revelada a terceros sin previa autorización del(la) supervisor(a) del contrato. En caso de revelar o divulgar algún tipo de información concerniente al contrato y/o su ejecución, se tomará como incumplimiento por parte del contratista. La confidencialidad de la información mencionada en el pliego de condiciones no hace referencia a los documentos que por disposición legal la Secretaría Distrital de Hacienda debe publicar en el *SECOP* II y en su página web, sino aquellos documentos de trabajo que en ejecución del contrato la Entidad cruce con el contratista, para que no sean objeto de uso, explotación o divulgación no autorizada, salvo que se trate de un requerimiento judicial o administrativo.

11.25 Conservar la identidad visual institucional de la Entidad de acuerdo con el Manual de imagen Marca Bogotá de la Alcaldía Mayor de Bogotá y los que los complementen o modifiquen, los cuales serán entregados al contratista una vez se suscriba el acta de inicio.

11.26 Hacer entrega de los “Registros de Elementos de publicidad Exterior Visual” emitidos por la Secretaría Distrital de ambiente de Bogotá de cada campaña o actividad ejecutada en el contrato.

11.27 En el evento de requerir por parte de la entidad y conforme a las necesidades que se presentan para realizar las campañas de gestión o bienes diferentes a los incluidos en el presente proceso, el contratista debe presentar por lo menos tres (3) cotizaciones de proveedores legalmente constituidos, con precios promedio del mercado. El supervisor del contrato aprobará la cotización más favorable, garantizando la eficiencia, eficacia y oportunidad del servicio o bien requerido; si lo considera necesario, el supervisor podrá solicitar una cuarta cotización para la selección del proveedor, la cual deberá ser atendida por el contratista si esta es más favorable para la Entidad

11.28 Cualquier solicitud o necesidad que el supervisor del contrato disponga o requiera.

12 OBLIGACIONES ADICIONALES

12.1 Vincular para la ejecución del contrato a mujeres en un porcentaje mínimo del 50%, priorizando para ello factores que acentúan su vulnerabilidad como la condición de víctima del conflicto armado, las discapacidades, ser mujer jefa de hogar, entre otras, de conformidad con lo dispuesto en el Decreto Distrital 332 de 2020. La vinculación debe garantizar la plena observancia de las normas laborales o contractuales aplicables. Así mismo, el contratista durante la ejecución del contrato debe allegar de manera bimensual un documento por medio del cual manifieste bajo la gravedad de juramento que ha realizado la contratación de que trata el presente numeral en el porcentaje aquí indicado. Dicho documento debe encontrarse suscrito por el contratista persona natural, o por el representante legal del contratista (cuando se trate de persona jurídica o consorcio o unión temporal) y el revisor fiscal, este último cuando este exista de acuerdo con los requerimientos de ley.

12.2 Incorporar los bienes y servicios ofrecidos en su propuesta, para el cumplimiento del contrato, de conformidad con lo establecido en el numeral 3.6.3.1 del complemento pliego de condiciones. Para el cumplimiento de esta obligación se deberán presentar facturas, órdenes de compras, certificaciones y cualquier otro documento que permita establecer que los bienes y servicios empleados para el desarrollo del contrato u obra efectivamente fueron adquiridos a proveedores inscritos en el Registro de Productores de Bienes Nacionales y que fueron obtenidos durante la vigencia del registro de los respectivos bienes.

12.3 Presentar al supervisor del contrato la documentación que demuestre que en su planta de personal mantiene el número de trabajadores con discapacidad que dio lugar a la obtención del puntaje de que trata el numeral 3.6.3 del pliego de condiciones, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 2.2.1.2.4.2.7. del Decreto 392 de 2018.

12.4 Cumplir con todas y cada una de las disposiciones establecidas en el artículo 50 Contabilidad y Transparencia del Capítulo VIII Disposiciones en Materia Contractual para la Moralización y la Transparencia de la Ley 2195 de 2022.

13 GESTIÓN AMBIENTAL

El Contratista dará cumplimiento estricto a los lineamientos y directrices que están establecidos en el Plan Institucional de Gestión Ambiental – PIGA de la Secretaría Distrital de Hacienda de Bogotá. El PIGA puede ser consultado en:

https://www.haciendabogota.gov.co/es/sdh/sistema-de-gestion-ambiental-sga-piga

13.1 Gestión integral de residuos

Durante la ejecución del contrato se generarán diversos tipos de residuos clasificados de la siguiente manera:

2. Residuos Aprovechables: (antes llamados reciclables como lo son el papel, cartón, plástico, vidrio, metal, icopor, tetrapack, madera, caucho). Aprovechable significa que vuelve a ingresar a la cadena productiva. El contratista entregará estos residuos a las bodegas de residuos aprovechables de la entidad y que son administradas por la asociación de recicladores que tiene contrato vigente con la Secretaría Distrital de Hacienda de Bogotá. Cuando son residuos pequeños pueden ser depositados en las canecas blancas de la entidad.

3. Residuos Aprovechables Orgánicos: (como alimentos crudos y cocinados, residuos de poda como hojas, ramas, pasto; residuos de aromática; cunchos o borra de café) se deben aprovechar según la Resolución No. 2184 de 2019. El contratista debe asegurar que su personal realice una adecuada separación en fuente de estos residuos en las canecas verdes de la Secretaría Distrital de Hacienda de Bogotá.

4. Residuos No Aprovechables: estos son los tipos de residuos que terminan en el Relleno Sanitarios Doña Juana y es el tipo de residuos que debemos evitar generar a toda costa, en la Secretaría Distrital de Hacienda de Bogotá estos deben ser depositados en la caneca negra.

5. Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos RAEE´s: los siguientes son posibles ejemplos de residuos de este tipo que pueden generarse en la prestación de servicio por parte del contratista: bombillos tipo led, paneles de luz tipo led, cables de cualquier tipo (fibra óptica, coaxial, energía, etc.), cualquier elemento que sea eléctrico o electrónico y se convierta en residuo, consultar el siguiente enlace web para identificar y conocer las diversas categorías, clases y tipos de residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos RAEE´s, https://www.vuce.gov.co/vuce/media/docs/pdf/Lista-AEE-con-umbrales-RPCAEE-12-12-2019.pdf ; siendo así el contratista debe almacenar los anteriores tipos de residuos en el cuarto de residuos peligrosos de la sede CAD, no deben ser mezclados con otro tipo de residuo peligroso, se debe rotular de acuerdo al código de etiquetas de la entidad contratante, se debe diligenciar los formato de residuos que indique la entidad contratante, almacenarlos de forma correcta. El grupo PIGA de la entidad contratante se encargará de la disposición final de estos tipos de residuos RAEE´s.

6. Residuos de Baterías, Pilas y Acumuladores: los siguientes son posibles ejemplos de residuos de este tipo que pueden generarse en la prestación de servicio por parte del contratista: baterías de plomo, baterías de polímero de litio, baterías de iones de litio, baterías de níquel-cadmio, baterías de níquel-hierro, condensador de alta capacidad, pilas de combustible, pilas, baterías y acumuladores de cualquier otra índole; siendo así el contratista debe almacenar los anteriores tipos de residuos en el cuarto de residuos peligrosos de la sede CAD, no deben ser mezclados con otro tipo de residuo peligroso, se debe rotular de acuerdo con el código de etiquetas de la entidad contratante, se debe diligenciar los formato de residuos que indique la entidad contratante, almacenarlos de

forma correcta. El grupo PIGA de la entidad contratante se encargará de la disposición final de estos tipos de residuos.

7. Residuos Peligrosos RESPEL: tipos de estos residuos son todos los envases vacíos pero impregnados que contiene pinturas, solventes, aceites, pegantes y otras sustancias químicas usadas en el desarrollo del contrato, así mismo estos productos en estado vencido también son un tipo de residuo peligroso, también son residuos peligrosos las bombillas de tipo incandescente, fluorescente y halógenas, así como espumas, textiles, dotación, elementos de protección personal que estén impregnados con químicos (solventes, pinturas, etc.), elementos con fibras de vidrio y similares, el contratista debe gestionar estos residuos de acuerdo a lo estipulado en el Decreto 4741 de 2005 y las normas que la sustituya. El contratista debe separar, clasificar, empacar, se debe almacenar en el cuarto de residuos peligroso de la sede CAD, no deben ser mezclados con otro tipo de residuos, se debe rotular de acuerdo con el código de etiquetas de la entidad contratante, se debe diligenciar los formatos de residuos que indique la entidad contratante, almacenarlos de forma correcta. El contratista debe hacer entrega de estos residuos peligrosos a un gestor de residuos peligrosos aprobado por la Secretaría Distrital de Ambiente de Bogotá, que cumpla con las normas ambientales y tenga su respectiva licencia ambiental. El contratista debe hacer entrega a la entidad contratante el documento llamado “acta de disposición final de residuos peligroso”, licencia ambiental del gestor final, manifiesto de carga del trasportador de residuos peligrosos. Los costos del retiro, la disposición final y la certificación hacen parte de los costos directos de la prestación del servicio.

8. El contratista debe entregar los residuos a empresas con autorización vigente de la Secretaría Distrital de Ambiente de Bogotá; la entidad contratante revisará la documentación entregada y verificará la autenticidad, legalidad y vigencia de los documentos de los gestores de residuos, si la documentación no cumple se someterá so pena a las denuncias correspondientes. Es importante que las empresas gestoras de residuos sean seleccionadas de los listados actualizados que publica la autoridad ambiental competente; a continuación, se relaciona tabla explicativa para que en el sitio web de la SDA se pueda encontrar los listados vigentes de las empresas gestoras de residuos en toda la cadena de gestión y por tipo de residuo:

13.2 Gestión para el ahorro y uso eficiente de la energía

Durante la ejecución del contrato se generarán diversa situación, actividades y procesos que afectarán el uso eficiente de la energía:

1. El contratista debe suministrar herramientas, equipos, maquinas, que en lo posible sean de uso eficiente de energía.
2. El contratista debe entender y manejar los conceptos y reglamentaciones del Etiquetado Energético para Colombia.
3. El personal del contratista debe usar los elementos de energía e iluminación para asegurar el uso de este recurso natural, ejemplo: apagar las luces en zonas donde no se requiera, los equipos conectados 24 horas deben tener modo de ahorro de energía, desconectar equipos y herramientas que no se usen.

13.3 Gestión para el ahorro y uso eficiente del agua

Durante la ejecución del contrato se generarán diversa situación, actividades y procesos que afectarán el uso eficiente del agua:

1. Todo el personal del contratista debe dar buen uso a los elementos que usen agua para asegurar el adecuado uso de este recurso natural, ejemplo: cerrar las llaves para evitar desperdicio de agua, en lo posible hacer limpiezas en seco, usar hidro lavadora para limpiezas, etc.

13.4 Lineamientos ambientales respecto a vehículos

1. Todos los vehículos empleados por el contratista en el desarrollo y ejecución de las actividades asociadas al cumplimiento del objeto contractual deberán cumplir con los niveles permisibles de emisión de contaminantes establecidos por las autoridades ambientales (Resolución 556 de 2003, - Resolución 1151 de 2002, - resolución 1015 de 2005), contar con el certificado de análisis de gases vigentes y demás documentos requeridos por la ley o autoridad.

2. En ningún caso, el contratista podrá realizar el mantenimiento o lavado de sus vehículos en las instalaciones de la Entidad contratante.

13.5 Otros lineamientos y directrices ambientales

IMPRESIÓN DE FOLLETOS Y PUBLICACIONES: La realización de la impresión de folletos y publicaciones implica la generación de residuos con características peligrosas y especiales según normatividad vigente que pueden ser perjudiciales para la salud de las personas e impactar negativamente el ambiente en general. Por este motivo para el manejo y disposición de los diferentes residuos que generan estas actividades, es necesario que se aplique el protocolo de seguridad propio que minimice el riesgo ambiental y/o biológico que se pueda presentar con respecto al manejo, transporte y disposición de esta clase de residuos, se debe tener en cuenta:

1. Para la impresión o embalaje de los elementos se deben emplear productos de papel que sean fabricados con: residuos agroindustriales, papel reciclado, o madera proveniente de fuentes forestales sostenibles.
2. Las máquinas empleadas de impresión deben contar con norma técnica de bajo consumo energético o demuestren que su consumo de energía es menor a otros de su misma categoría a través de su ficha técnica.
3. En el caso de impresión offset o litográfica contar con protocolos para el manejo de residuos generados durante el proceso.
4. Enviar registro ante el IDEAM como generador de residuos peligrosos cuando genere más de 10 Kg/mes. En caso de no requerir remitir cálculo de media móvil.
5. Hacer uso de materiales y elementos diseñados para varios usos y de alta durabilidad.
6. Fomentar el uso responsable de empaques y embalajes de los productos, del Acuerdo 808 de 2021, “Por el cual se prohíben progresivamente los plásticos de

un solo uso en las entidades del Distrito Capital que hacen parte del sector central, descentralizado y localidades y se dictan otras disposiciones". Específicamente en no utilizar: rollos de bolsas vacías para embalar, cargar o transportar paquetes y mercancías. Bolsas utilizadas para embalar, cargar o transportar paquetes y mercancías.

7. Para la impresión se debe emplear tintas eco-solventes, de gran absorción y fácil reciclaje, previa evaluación del acabado y colores, menor emisión de gases nocivos y pocos compuestos orgánicos volátiles.

13.6 Normatividad ambiental aplicable

1. Se debe dar estricto cumplimiento a lo estipulado en la Resolución 3815 de 2021 "Por medio de la cual se determinan las características y condiciones de instalación de elementos de publicidad exterior visual en los vehículos y sus accesorios y elementos que conforman el sistema de movilidad individual en Bogotá D.C, o la que la sustituya.
2. Se debe dar estricto cumplimiento a lo estipulado en la Resolución 4474 de 2021 "Por la cual se modifica la Resolución 5453 de 2009 respecto de las condiciones y requisitos de ubicación de los pendones y pasacalles en el distrito capital" o la que la sustituya.
3. Se debe dar estricto cumplimiento a lo estipulado en la Resolución 2962 de 2011 "Por la cual se regulan las características y condiciones para la fijación e instalación de Publicidad Exterior Visual en Movimiento - Pantallas-, y se toman otras determinaciones" o la que la sustituya.
4. Se debe dar estricto cumplimiento a lo estipulado en la Resolución 5572 de 2009 "Por el cual se regulan las características y condiciones técnicas para la fijación o instalación de publicidad exterior visual en vehículos automotores, distintos a los de servicio público y se toman otras determinaciones" o la que la sustituya.
5. Se debe dar estricto cumplimiento a lo estipulado en la Resolución 931 de 2008 "Por la cual se reglamenta el procedimiento para el registro, el desmonte de elementos de publicidad exterior visual y el procedimiento sancionatorio correspondiente en el Distrito Capital" o la que la sustituya.
6. Se debe dar estricto cumplimiento a lo estipulado en la Ley 140 de 1994 "Por la cual se reglamenta la Publicidad Exterior Visual en el Territorio Nacional o la que la sustituya.

Proyectó por parte de la Oficina Asesora de Comunicaciones	Lina María Sánchez Díaz Contratista Juan Guillermo Acosta Rada Profesional Especializado	Juan Guillermo Acosta Rada cn=Juan Guillermo Acosta Rada, o=Secretariaa Distrital de Hacienda, ou=Oficina Asesora de Comunicaciones, email=jacosta@shd.gov.co, c=CO
Aprobó por parte de la Oficina Asesora de Comunicaciones	Clara Marcela Mejía Múnera Jefe de Oficina Asesora de Comunicaciones	CLARA MARCELA MEJIA MUNERA Firmado digitalmente por CLARA MARCELA MEJIA MUNERA Fecha: 2025.08.26 18:23:41 -05'00'