MINISTERIO DE DEFENSA NACIONAL
POLICÍA NACIONAL

DIRECCIÓN LOGÍSTICA Y FINANCIERA

CONTRATO INTERADMINISTRATIVO PN DILOF Nro. 06-5-10247-25 **CELEBRADO ENTRE LA POLICÍA NACIONAL Y LA FIRMA INFOTIC S.A., CUYO OBJETO ES EL "*SERVICIO DE GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA EN LA CREACIÓN, DISEÑO, PLANEACIÓN, PREPRODUCCIÓN, PRODUCCIÓN, POSTPRODUCCIÓN, EMISIÓN Y MANEJO DE ACTIVIDADES DE LAS CAMPAÑAS DE DIVULGACIÓN INSTITUCIONAL DE LA POLICÍA NACIONAL, UTILIZANDO MEDIOS TRADICIONALES O DIGITALES*".**

Entre los suscritos, de una parte la **POLICÍA NACIONAL**, quien actúa a través de su representante legal o su delegado para el caso que nos ocupa el señor brigadier general **HERBERT LUGUIY BENAVIDEZ VALDERRAMA**, identificado con la cédula de ciudadanía Nro. 80.512.723 expedida en Bogotá D.C., obrando en nombre de la **NACIÓN – POLICÍA NACIONAL – DIRECCIÓN LOGÍSTICA Y FINANCIERA**, con **NIT. 800.141.397–5**, en su calidad de **DIRECTOR LOGÍSTICO Y FINANCIERO (E)**, nombrado mediante Orden Administrativa de Personal Nro. 25-182 del 01/07/2025, debidamente facultado para celebrar contratos conforme a lo dispuesto en el artículo 12 de la Ley 80 de 1993, en concordancia con la Resolución Nro. 00011 del 02/01/2025 de la Dirección General de la Policía Nacional, en adelante se denominará la **POLICÍA NACIONAL,** y por otra parte el señor **ADOLFO ANTONIO TEJADA DÍAZ**, identificado con la cédula de ciudadanía Nro.72.225.558 expedida en Barranquilla - Atlántico, quien actúa en calidad de Representante Legal de la firma **INFOTIC S.A.**, con **NIT. 900.068.796-1,** quien en adelante se denominará el **CONTRATISTA**, hemos convenido celebrar el presente contrato, previos los siguientes considerandos: **a).** Que se elaboraron los estudios previos de conformidad con lo señalado en el Decreto 1082 de 2015 y demás normas complementarias. **b).** Que se cuenta con la respectiva apropiación presupuestal que respalda el presente compromiso. **c).** Que el presente contrato interadministrativo se deriva de un proceso de contratación bajo la modalidad de Contratación Directa, reglamenta por el artículo 2, numeral 4, literal c de la Ley 1150 de 2007, modificado por los artículos 92 y 95 de la Ley 1474 de 2011, en concordancia con el artículo 2.2.1.2.1.4.4 del Decreto 1082 de 2015 y el capítulo II numeral 4 de la Resolución Nro. 03049 de 2014 y Resolución Nro. 00090 de 2018. **d).** Que la POLICÍA NACIONAL designará un coordinador para el presente contrato, quien mantendrá comunicación con el CONTRATISTA durante el desarrollo del contrato y ejercerá las funciones establecidas en la Resolución Nro. 00090 del 15 de enero de 2018 de la Policía Nacional. **e).** Que con la suscripción del presente contrato, el CONTRATISTA de manera libre y voluntaria, declara y acepta ser notificado para todos los efectos del contrato interadministrativo a través del SECOP II, correo electrónico o teléfono señalado en el Anexo Nro. 1 "*DATOS DEL CONTRATO*" del presente documento. **f).** Que habiéndose dado cumplimiento a todos los trámites y requisitos que exige la contratación administrativa para este tipo de contrato (Ley 80 de 1993, Ley 1150 de 2007, Decreto 1082 de 2015 y demás normas complementarias), es procedente la celebración del mismo, el cual se regirá por las siguientes cláusulas: ***PRIMERA - OBJETO*:** el objeto del presente contrato interadministrativo es el que se indica en el Anexo Nro. 1 "*DATOS DEL CONTRATO*". ***SEGUNDA - FINALIDADES DEL CONTRATO*:** el presente contrato está orientado a lograr la efectiva y eficiente prestación del servicio propio de la POLICÍA NACIONAL, en consecuencia, el CONTRATISTA se compromete para con la POLICÍA NACIONAL a cumplir el objeto contractual para suplir las necesidades definidas en los estudios previos. En tal sentido, queda claro que todas las obligaciones a cargo del CONTRATISTA, derivadas del presente contrato, así como de la naturaleza de su objeto y las finalidades por el previstas, son obligaciones de resultado. Estas finalidades deberán tenerse en cuenta para la adecuada comprensión e interpretación del presente contrato, especialmente en lo que concierne a sus reglas y condiciones, así como para determinar el alcance de los derechos y

obligaciones que el mismo comporta para las partes. ***TERCERA - VALOR:*** para efectos legales, fiscales y presupuestales, el valor del contrato corresponde a la suma descrita en el Anexo Nro. 1 "*DATOS DEL CONTRATO*". **PARÁGRAFO:** todos los valores aquí contemplados se entienden firmes y fijos, por tanto, no están sujetos a ninguna clase de reajuste. Igualmente, dentro de este valor están incluidos los costos proyectados al plazo de ejecución del presente contrato y la utilidad razonable que el CONTRATISTA pretende obtener, en consecuencia, no se aceptarán solicitudes de reajustes, fundamentados en estas circunstancias. ***CUARTA - FORMA DE PAGO:*** la POLICÍA NACIONAL pagará al CONTRATISTA el valor del contrato de conformidad con lo dispuesto en el Anexo Nro. 1 *"DATOS DEL CONTRATO"*. **PARÁGRAFO - CUENTA PARA PAGOS:** los pagos previstos en esta cláusula se acreditarán a la cuenta que se indica en el Anexo Nro. 1 "*DATOS DEL CONTRATO*", a favor del CONTRATISTA, o en otro banco o cuenta que éste designe con anterioridad al vencimiento del pago, con sujeción a lo previsto en las disposiciones bancarias, por medio de aviso escrito con no menos de treinta (30) días de anticipación. Todos los pagos efectuados tendrán los descuentos de ley. ***QUINTA - APROPIACIÓN PRESUPUESTAL:*** el presente contrato está amparado por la apropiación presupuestal que se indica en el Anexo Nro.1 "*DATOS DEL CONTRATO*". ***SEXTA - PLAZO Y FORMA DE EJECUCIÓN:*** el plazo y forma de ejecución del contrato es el señalado en el Anexo Nro. 1 "*DATOS DEL CONTRATO*". ***SÉPTIMA – PRÓRROGAS, ADICIONES, MODIFICACIONES Y ACLARATORIOS:*** en caso de ser necesaria la prórroga, adición, modificación y/o aclaratorio al contrato, el contratista y/o coordinador deberán realizar la solicitud respectiva, antes de los diez (10) días hábiles anteriores al vencimiento del mismo, motivando la solicitud y anexando los soportes necesarios. ***OCTAVA – VIGENCIA:*** la vigencia del presente contrato será de cuatro (4) meses adicionales al plazo de ejecución establecido en el Anexo Nro. 1 "*DATOS DEL CONTRATO*". ***NOVENA - LUGAR DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO:*** el sitio en el cual se prestará el servicio objeto del presente contrato será el que se establece en el Anexo Nro. 1 *"DATOS DEL CONTRATO"*. ***DÉCIMA - DERECHOS DEL CONTRATISTA:*** **1.** Recibir el pago que en su favor establece el presente contrato. **2.** Tener acceso a los elementos físicos necesarios para desarrollar el objeto del contrato, en caso que los mismos sean necesarios. **3.** Obtener la colaboración necesaria de la POLICÍA NACIONAL para el adecuado desarrollo del contrato. ***DÉCIMA PRIMERA - OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA:*** **1.** Cumplir con el objeto contractual. **2.** Obrar con lealtad y buena fe en las distintas etapas contractuales, evitando dilaciones y trabas. **3.** Responder en los plazos que la POLICÍA NACIONAL establezca en cada caso, los requerimientos de aclaración o de información que le formule. **4.** Cumplir cabalmente con sus obligaciones, frente al Sistema de Seguridad Social Integral y parafiscales (Cajas de Compensación Familiar, Sena e ICBF), por cuanto el cumplimiento de esta obligación es requisito indispensable para la realización de cualquier pago. **5.** Guardar la confidencialidad de toda la información que le sea entregada y que se encuentre bajo su custodia o que por cualquier otra circunstancia deba conocer o manipular y responderá civil, penal y disciplinariamente por los perjuicios de su divulgación y/o utilización indebida que por sí o por un tercero se cause a la administración o a terceros. **6.** No acceder a peticiones o amenazas, de quienes actuando por fuera de la ley pretendan obligarlo a hacer u omitir algún acto o hecho, el CONTRATISTA deberá informar de tal evento a la Dirección Logística y Financiera de la Policía Nacional y a las autoridades competentes para que se adopte las medidas necesarias. **7.** Mantener activa la cuenta corriente o de ahorros reportada para los pagos con el fin de evitar traumatismos en el proceso de ejecución del contrato. **8.** Restituir a la POLICÍA NACIONAL los elementos que haya colocado a su disposición para el desarrollo del objeto contractual, cuando se lo requiera o al finalizar el contrato, en caso de que se hayan suministrado. **9.** CATALOGACIÓN. - El CONTRATISTA deberá proporcionar la información necesaria para denominar, clasificar, identificar y numerar los artículos de abastecimiento relacionados y/o incluidos en el objeto del contrato, dentro del plazo y en las condiciones señaladas por el coordinador, quien acreditará el cumplimiento, mediante un certificado donde conste la entrega total de la información requerida. La certificación será necesaria para la liquidación del contrato, entendiéndose no finalizada la entrega de los bienes objeto

del contrato, en tanto no se cumplan las obligaciones de catalogación. **10.** Cumplir con la normatividad ambiental vigente, aplicable a su actividad económica o productiva. **11.** Alinearse al Sistema de Gestión Ambiental de la Policía Nacional, conforme a la norma ISO 14001:2015, con el propósito de promover la sostenibilidad ambiental en los procesos, productos y servicios de la institución, esto incluye la adherencia a la Política Ambiental. **12.** Cualquier infracción ambiental derivada de la omisión de permisos, concesiones o licencias ambientales, que debieron tramitarse antes, durante o al finalizar el servicio, será asumida como responsabilidad del contratista. **13.** Priorizar la implementación de buenas prácticas ambientales, enfocadas a la reducción de consumo de papel y eficiencia energética, para contribuir al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). **14.** Garantizar que todo el material que se entregue a la Policía Nacional en forma digital, se realice en un medio reutilizable, los escritos deberán estar ajustados de acuerdo a la Directiva Presidencial 04 de 2012 "Eficiencia Administrativa y Lineamientos de la Política Cero Papel en la Administración Pública". **15.** En cuanto se refiere al pago de los aportes al sistema de seguridad social integral, de conformidad con lo previsto en el Decreto 1273 de 2018, el CONTRATISTA lo realizará mes vencido considerando para efectos de liquidación de los mismos, el pago recibido en el mes inmediatamente anterior. **16.** Para la facturación de los bienes y/o servicios contratados deberá cumplir con lo establecido en la Resolución Nro. 165 del 01/11/2023, "Por la cual se desarrolla el sistema de facturación, los proveedores tecnológicos, se adopta la versión 1.9 del anexo técnico de factura electrónica de venta, se expide el anexo técnico 1.0 del documento equivalente electrónico, y se dictan otras disposiciones en materia del sistema de facturación", en las Circulares Externas 002 del 08/01/2016, mediante la cual se implementó el "PAGO A BENEFICIARIO FINAL A TRAVÉS DEL SIIF NACIÓN" y 042 del 26/12/2023, mediante la cual se implementó el "SISTEMA FACTURACIÓN ELECTRÓNICA DEL SIIF NACIÓN", expedidas por el Ministerio de Hacienda y Crédito Público, en caso de que aplique. **17.** Efectuar el pago del Impuesto de Timbre Nacional una vez se cumplan los requisito de perfeccionamiento y ejecución del contrato, de conformidad con lo establecido en el Decreto 0175 de 2025 "Por el cual se adoptan medidas tributarias destinadas a atender los gastos del Presupuesto General de la Nación necesarios para hacer frente al estado de conmoción interior decretado en la región del Catatumbo, el área metropolitana de Cúcuta y los municipios de Río de Oro y González del departamento del Cesar" y en la Circular Externa 010 del 05/03/2025 del Ministerio de Hacienda y Crédito Público. El contratista deberá presentar al coordinador del contrato copia del soporte de pago y publicarlo en el SECOP II, en caso de que aplique. **18.** Las demás obligaciones del CONTRATISTA contenidas en el artículo 5º de la Ley 80 de 1993, así mismo, será civil y penalmente responsable por sus acciones u omisiones en la actuación contractual. ***DÉCIMA SEGUNDA - DERECHOS DE LA POLICÍA NACIONAL*: 1.** Coordinar el desarrollo y ejecución del presente contrato y acceder a los documentos e información que soportan la labor del CONTRATISTA. **2.** Solicitar y recibir información técnica respecto de los servicios ofrecidos por el CONTRATISTA en desarrollo del objeto del presente contrato. **3.** Rechazar los servicios cuando no cumplan con los requerimientos técnicos exigidos. ***DÉCIMA TERCERA - OBLIGACIONES DE LA POLICÍA NACIONAL*: 1.** Poner a disposición del CONTRATISTA los bienes y lugares que se requieran para la ejecución y entrega del objeto contratado. **2.** Asignar un coordinador, a través de quien la POLICÍA NACIONAL mantendrá la interlocución permanente y directa con el CONTRATISTA. **3.** Ejercer el control sobre el cumplimiento del contrato a través del coordinador designado para el efecto, exigiéndole la ejecución idónea y oportuna del objeto a contratar. **4.** Recibir a satisfacción los bienes y/o servicios que sean entregados por el contratista, cuando estos cumplan con las condiciones establecidas y en especial las obligaciones específicas. **5.** Adelantar las gestiones necesarias para el reconocimiento y cobro de las sanciones pecuniarias y garantías a que hubiere lugar, para lo cual el coordinador dará aviso oportuno a la POLICÍA NACIONAL, sobre la ocurrencia de hechos constitutivos de mora o incumplimiento. **6.** Pagar al CONTRATISTA en la forma pactada y con sujeción a las disponibilidades presupuestales y de PAC previstas para el efecto. **7.** Tramitar diligentemente las apropiaciones presupuestales que requiera para solventar las prestaciones patrimoniales que hayan

surgido a su cargo como consecuencia de la suscripción del contrato. **8.** Solicitar y recibir información técnica respecto de los servicios y demás del CONTRATISTA en desarrollo del objeto del contractual. **9.** Rechazar los bienes y/o servicios cuando no cumplan con los requerimientos exigidos. ***DÉCIMA CUARTA - RESERVA DEL CONTRATO*:** el CONTRATISTA se obliga para con la POLICÍA NACIONAL a no suministrar ninguna clase de información o detalle a terceros y a mantener como documentación reservada, todos los aspectos que conozca en el cumplimiento del presente contrato, así como los asuntos técnicos e instalaciones de la POLICÍA NACIONAL, conocidos o que llegaren a ser conocidos por el CONTRATISTA, durante el desarrollo o con posterioridad a la ejecución del contrato. ***DÉCIMA QUINTA* – MECANISMO DE COBERTURA DEL RIESGO A CARGO DEL CONTRATISTA:** dentro de los tres (3) días hábiles siguientes al cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento del contrato, el CONTRATISTA deberá constituir, firmar y presentar a favor de la POLICÍA NACIONAL, contrato de Seguro – Póliza, que ampare los riesgos establecidos en el Decreto 1082 de 2015, que cubra los siguientes amparos: **a). CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO:** por el veinte por ciento (20%) del valor del contrato, vigente a partir de la suscripción del contrato y de las prórrogas si las hubiere, por un término igual al plazo de ejecución del contrato y seis (06) meses más. **b). CALIDAD DEL SERVICIO:** por el cincuenta por ciento (50%) del valor total del contrato, vigente a partir de la suscripción del contrato y de las prórrogas si las hubiere, por un término igual al plazo de ejecución del contrato y seis (06) meses más. **c). PAGO DE SALARIOS, PRESTACIONES E INDEMNIZACIONES LABORALES:** por el cinco por ciento (5%) del valor total del contrato, vigente a partir de la suscripción del contrato y de las prórrogas si las hubiere, por un término igual al plazo de ejecución y tres (3) años más. **PARÁGRAFO:** en caso de constituirse póliza, debidamente firmada por el tomador, en la misma deberá constar expresamente que la entidad aseguradora renuncia al beneficio de excusión y que se ampara el cumplimiento del contrato, el pago de las multas y de la penal pecuniaria convenidas. Así mismo, se indicará que en el evento en que por incumplimiento del CONTRATISTA garantizado el asegurador resolviera continuar, como cesionario, con la ejecución del contrato y la entidad estatal contratante estuviere de acuerdo con ello, el CONTRATISTA garantizado aceptará desde el momento de contratación de la póliza la cesión del contrato, a favor del asegurador. En todo caso, el contrato de seguro – Póliza, deberá cumplir con los requisitos establecidos en el Decreto 1082 de 2015. ***DÉCIMA SEXTA - INDEMNIDAD*:** el CONTRATISTA se obliga a mantener indemne a la POLICÍA NACIONAL de cualquier reclamación proveniente de terceros que tenga como causa sus actuaciones con ocasión de la ejecución del presente contrato. ***DÉCIMA SÉPTIMA – SANCIONES:* a). MULTA POR LA MORA EN LA CONSTITUCIÓN DE LOS REQUISITOS DE EJECUCIÓN:** cuando el CONTRATISTA no constituya dentro del término y en la forma prevista en el contrato o en alguno de sus modificatorios, la póliza de garantía única, la POLICÍA NACIONAL podrá mediante acto administrativo afectar al CONTRATISTA con multa, cuyo valor se liquidará con base en el cero punto dos por ciento (0.2%) del valor del contrato, por cada día de retardo y hasta por diez (10) días calendario, al cabo de los cuales la Policía Nacional – Dirección Logística y Financiera, podrá optar por declarar la caducidad del contrato **b). MULTAS**: en caso de mora o incumplimiento parcial de alguna de las obligaciones derivadas del presente contrato por causas imputables al CONTRATISTA, salvo circunstancias de fuerza mayor o caso fortuito conforme a las definiciones del artículo 1 de la Ley 95 de 1890, las partes acuerdan que la POLICÍA NACIONAL, mediante acto administrativo, hará efectivas multas sucesivas, cuyo valor se liquidará con base en el cero punto cinco por ciento (0.5%) del valor dejado de cumplir o entregar, por cada día de retardo y hasta por quince (15) días calendario. Esta sanción se impondrá conforme a la Ley. **c). PENAL PECUNIARIA:** de conformidad con lo previsto en los artículos 1592 y 1599 del Código Civil Colombiano y el artículo 17 de la Ley 1150 de 2007, en caso de declaratoria de caducidad o de incumplimiento total o parcial de las obligaciones derivadas del presente contrato **incluyendo la del plazo**, previo al desarrollo del debido proceso y en concordancia al principio de proporcionalidad de que trata el artículo 867 del Código de Comercio, el CONTRATISTA pagará a la POLICÍA NACIONAL, a título de pena pecuniaria como tasación

anticipada de perjuicios, una suma equivalente al veinte por ciento (20%) del valor del contrato cuando se trate de incumplimiento total del contrato y proporcional al incumplimiento parcial del contrato, sin que en todo caso supere el porcentaje señalado, a partir de la suscripción del contrato y de las prórrogas si las hubiere por un término igual al plazo de ejecución del contrato y seis (06) meses más. Para efectos de calcular el monto del incumplimiento parcial relativo a la obligación del plazo de ejecución, se empleará la misma fórmula de estimación de valor contemplada en el literal b) de la presente cláusula. La imposición de esta pena pecuniaria se considerará como pago parcial y definitivo de los perjuicios que cause a la POLICÍA NACIONAL. No obstante, la POLICÍA NACIONAL se reserva el derecho de cobrar perjuicios adicionales por encima del monto de lo aquí pactado, siempre que los mismos se acrediten. **PARÁGRAFO - APLICACIÓN DEL VALOR DE LAS SANCIONES PECUNIARIAS:** una vez ejecutoriada la resolución por medio de la cual se hace efectiva alguna de las sanciones aquí estipuladas, el CONTRATISTA dispondrá de quince (15) días calendario para proceder de manera voluntaria a su pago. Las multas no serán reintegrables aún en el supuesto que el CONTRATISTA dé posterior ejecución a la obligación incumplida. En caso de no pago voluntario, las multas o sanciones impuestas se podrán tomar del saldo a favor del CONTRATISTA si lo hubiere, hacer efectiva la garantía si la hubiere o acudir al cobro coactivo. ***DÉCIMA OCTAVA - OTRAS POTESTADES EXCEPCIONALES:*** en caso de presentarse cualquiera de las circunstancias establecidas en los artículos 15, 16 y 17 de la Ley 80 de 1993, debidamente establecidas y documentadas, la POLICÍA NACIONAL podrá hacer uso de las facultades excepcionales allí previstas, en caso que las mismas resulten aplicables. ***DÉCIMA NOVENA - MONEDA DEL CONTRATO*:** la moneda del presente contrato es la indicada en el Anexo Nro. 1 "*DATOS DEL CONTRATO*". ***VIGÉSIMA - CESIONES Y SUBCONTRATOS*:** el CONTRATISTA no podrá ceder en todo o en parte el presente contrato a persona alguna natural o jurídica, nacional o extranjera, sin previa autorización escrita de la POLICÍA NACIONAL, pudiendo esta reservarse las razones que tenga para negar dicha cesión. La celebración de subcontratos no relevará al CONTRATISTA de las responsabilidades que asume en virtud del presente contrato. La POLICÍA NACIONAL no adquirirá relación alguna con los Subcontratistas. ***VIGÉSIMA PRIMERA- INHABILIDADES E INCOMPATIBILIDADES*:** el CONTRATISTA declara bajo la gravedad de juramento, el cual se entenderá cumplido con la suscripción del presente contrato, que no se halla incurso en ninguna de las causales de inhabilidad o incompatibilidad señaladas en la Constitución y en la Ley. ***VIGÉSIMA SEGUNDA - SUSPENSIÓN TEMPORAL*:** las partes podrán suspender temporalmente el plazo de ejecución del contrato, cuando se presenten causas que impidan la ejecución temporal o transitoria, por ocurrencia de un imprevisto o hecho inevitable, una vez establecida en debida forma la causal se suscribirá una acta entre las partes, donde conste el evento, su causa, el término de la suspensión y la responsabilidad y obligaciones a cargo de las partes por las consecuencias derivadas de la suspensión, para cada una de ellas. El tiempo de suspensión no se computará para los efectos del plazo extintivo del presente contrato. Para el reinicio de la ejecución y superada la situación que originó la suspensión del plazo de ejecución, se suscribirá la correspondiente acta de reinicio. ***VIGÉSIMA TERCERA – SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS*:** las diferencias que surjan entre las partes por concepto de la celebración, interpretación, ejecución, desarrollo o terminación del contrato, serán sometidas a la revisión de las partes para buscar un arreglo directo, una vez cualquiera de las partes comunique por escrito a la otra la existencia de una diferencia. **PARÁGRAFO**: las controversias que no puedan ser resueltas de forma directa entre las partes, serán sometidas a los mecanismos previstos en la Ley. ***VIGÉSIMA CUARTA – PERFECCIONAMIENTO, LEGALIZACIÓN Y EJECUCIÓN*:** para el perfeccionamiento del presente contrato se requiere de las firmas de las partes, para su legalización y ejecución la expedición del Registro Presupuestal. ***VIGÉSIMA QUINTA - DOCUMENTOS:*** entre otros, los documentos que a continuación se relacionan se consideran para todos los efectos parte integrante del presente contrato y en consecuencia producen sus mismos efectos u obligaciones jurídicas y contractuales: **1.** Estudio previo. **2.** Invitación. **3.** Adendas. **4.** Propuesta del CONTRATISTA. **5.** Anexos del contrato. **6.** Documentos que suscriban las partes. ***VIGÉSIMA SEXTA -***

CONTRATO INTERADMINISTRATIVO PN DILOF Nro. 06-5-10247-25. CELEBRADO ENTRE LA POLICÍA NACIONAL Y LA FIRMA INFOTIC S.A., CUYO OBJETO ES EL "*SERVICIO DE GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA EN LA CREACIÓN, DISEÑO, PLANEACIÓN, PREPRODUCCIÓN, PRODUCCIÓN, POSTPRODUCCIÓN, EMISIÓN Y MANEJO DE ACTIVIDADES DE LAS CAMPAÑAS DE DIVULGACIÓN INSTITUCIONAL DE LA POLICÍA NACIONAL, UTILIZANDO MEDIOS TRADICIONALES O DIGITALES*".

***IMPUESTOS*:** el **CONTRATISTA** pagará todos los impuestos, tasas, contribuciones y similares que se deriven de la ejecución del contrato, de conformidad con la ley colombiana. ***VIGÉSIMA SÉPTIMA - LIQUIDACIÓN*:** el presente contrato se deberá liquidar de conformidad con lo señalado en los artículos 60 de la Ley 80 de 1993, modificado por el artículo 217 del Decreto 019 de 2012 y el artículo 11 de la Ley 1150 de 2007, y la Resolución 03049 del 2014 "por la cual se expide el Manual de Contratación de la Policía Nacional". ***VIGÉSIMA OCTAVA - VEEDURÍAS CIUDADANAS*:** el presente contrato está sujeto a la vigilancia y control ciudadano, en los términos que señala el artículo 66 de la Ley 80 de 1993. ***VIGÉSIMA NOVENA - RÉGIMEN LEGAL*:** este contrato se regirá por el Estatuto General de Contratación de la Administración Pública vigente y sus decretos reglamentarios, las leyes de presupuesto, en general las normas civiles y comerciales vigentes, las demás normas concordantes que rijan o lleguen a regir los aspectos del presente contrato y las disposiciones de la POLICÍA NACIONAL que apliquen. ***TRIGÉSIMA* - CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN:** en virtud del presente contrato, el CONTRATISTA se obliga a no suministrar información que obtenga o conozca con ocasión de la ejecución del presente contrato, así como sobre los lugares a los cuales tenga acceso con ocasión de su desarrollo. ***TRIGÉSIMA PRIMERA - DOMICILIO CONTRACTUAL*:** para todos los efectos, las partes acuerdan como domicilio contractual el Distrito Capital de Bogotá, para constancia de lo anterior, se firma en un (1) original en Bogotá D.C.,

LA POLICÍA NACIONAL

30 JUL 2025

Brigadier general **HERBERT LUGUY BENAVIDEZ VALDERRAMA**
Director Logístico y Financiero de la Policía Nacional (E)

EL CONTRATISTA

ADOLFO ANTONIO TEJADA DÍAZ
Representante Legal de la firma INFOTIC S.A.

Elaboró:
CPS05. Sergio Andres Martinez Rojas
Responsable Seguimiento Contractual

Revisó:
MY. Sandra Patricia Vargas Realpe
Jefe Grupo Contractual y seguimiento

Revisó:
MY. Jose Ricardo Rodriguez Andrade
Jefe Grupo Asuntos Jurídicos

Revisó:
TC. mauricio alejandro patiño galvis
Jefe Área de Contratación

Revisó:
CR. Edwin Orlando Correa Correa
Subdirector Logistico y Financiero

CONTRATO INTERADMINISTRATIVO PN DILOF Nro. 06-5-10247-25 CELEBRADO ENTRE LA POLICÍA NACIONAL Y LA FIRMA INFOTIC S.A., CUYO OBJETO ES EL "*SERVICIO DE GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA EN LA CREACIÓN, DISEÑO, PLANEACIÓN, PREPRODUCCIÓN, PRODUCCIÓN, POSTPRODUCCIÓN, EMISIÓN Y MANEJO DE ACTIVIDADES DE LAS CAMPAÑAS DE DIVULGACIÓN INSTITUCIONAL DE LA POLICÍA NACIONAL, UTILIZANDO MEDIOS TRADICIONALES O DIGITALES*".

ANEXO Nro.1
"DATOS DEL CONTRATO"

CONTRATO Nro.	06-5-10247-25
CONTRATANTE	POLICÍA NACIONAL – DIRECCIÓN LOGÍSTICA Y FINANCIERA
NIT.	800.141.397-5
REPRESENTANTE LEGAL Y/O DELEGADO	Brigadier general HERBERT LUGUIY BENAVIDEZ VALDERRAMA
CÉDULA DE CIUDADANÍA Nro.	C.C. Nro. 80.512.723 expedida en Bogotá D.C.
CARGO	Director Logístico y Financiero (E)
DISPOSICIÓN DE NOMBRAMIENTO	Orden Administrativa de Personal Nro. 25-182 del 01/07/2025
RESOLUCIÓN DE DELEGACIÓN	Resolución Nro. 00011 del 02 de enero de 2025
CONTRATISTA	**RAZÓN SOCIAL:** INFOTIC S.A. **NIT:** 900.068.796-1 **REPRESENTANTE LEGAL:** ADOLFO ANTONIO TEJADA DÍAZ **IDENTIFICACIÓN:** C.C. Nro.72.225.558 expedida en Barranquilla – Atlántico **CIUDAD NOTIFICACIÓN:** Bogotá D.C. **DIRECCIÓN:** Calle 93B Nro. 13 - 44. Piso 2. **TELÉFONO:** 321 940 93 70 – (601) 746 60 00 **EMAIL:** notificaciones@infotic.co - gerente.cuenta1@infotic.co
CONSIDERANDOS	Que el presente contrato se deriva del proceso de contratacion directa PN DILOF CD 296 2025.
COORDINADOR DEL CONTRATO	El coordinador del contrato será el Jefe del Área Gestión Multiplataforma de la Oficina de Comunicaciones Estratégicas o quien haga sus veces, o quien con posterioridad designe la Dirección Logística y Financiera, quien verificará la ejecución idónea y el cumplimiento del objeto del contrato de acuerdo con las funciones asignadas para el efecto en la Resolución Nro.03049 del 30 de julio de 2014 y Resolución Nro.00090 del 15 de enero de 2018, quien presentará los informes de coordinación junto con cada edición de la revista digital, una vez se aprueben las actividades relacionadas en las mismas, los cuales deberán ser cargados a la plataforma del SECOP II.
CLÁUSULA PRIMERA: OBJETO	**SERVICIO DE GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA EN LA CREACIÓN, DISEÑO, PLANEACIÓN, PREPRODUCCIÓN, PRODUCCIÓN, POSTPRODUCCIÓN, EMISIÓN Y MANEJO DE ACTIVIDADES DE LAS CAMPAÑAS DE DIVULGACIÓN INSTITUCIONAL DE LA POLICÍA NACIONAL, UTILIZANDO MEDIOS TRADICIONALES O DIGITALES**
CLÁUSULA TERCERA: VALOR	El valor del contrato es de **DOS MIL SETECIENTOS DIEZ MILLONES DE PESOS MONEDA LEGAL ($2.710.000.000,00) INCLUIDO IVA**, discriminados así:

ITEM	CLASIFICACIÓN DE PRODUCTOS	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	CENTRO GESTOR	VALOR UNITARIO INCLUIDO IVA	VALOR TOTAL INCLUIDO IVA
1	SERVICIOS PROFESIONALES, CIENTÍFICOS Y TÉCNICOS (EXCEPTO LOS SERVICIOS DE INVESTIGACIÓN, URBANISMO, JURÍDICOS, Y DE CONTABILIDAD) A-02-02-02-008-003	SERVICIO DE GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA EN LA CREACIÓN, DISEÑO, PLANEACIÓN, PREPRODUCCIÓN, PRODUCCIÓN, POSTPRODUCCIÓN, EMISIÓN Y MANEJO DE ACTIVIDADES DE LAS CAMPAÑAS DE DIVULGACIÓN INSTITUCIONAL DE LA POLICÍA NACIONAL, UTILIZANDO MEDIOS TRADICIONALES O DIGITALES.	10	1 Global	000J COEST	$2.710'000.000,00	$2.710.000.000,00
						TOTAL	$2.710.000.000,00

	Nota 1: la presente contratación será por tracto sucesivo, con el fin de obtener la cantidad de servicios de campañas de acuerdo a las necesidades de la Policía Nacional. **Nota 2:** en el Anexo Nro. 3 "SERVICIOS DE REFERENCIA" en el cual se relacionan los servicios y costos base que serán tenidos en cuenta para determinar los costos totales de las campañas de divulgación que se soliciten en la ejecución del contrato. **Nota 3**: mediante comunicación oficial No.GS-2025-008934-DILOF, el Grupo Central de Cuentas de la Dirección Logística y Financiera, informa que, *"(...) todos los servicios están gravados con IVA, y solo están excluidos aquellos que la norma de forma expresa señala, de manera que, si un servicio no se encuentra en la lista de excluidos, estará gravado con IVA. El decreto 433 de marzo 10 de 1999, en su artículo 25 define el servicio de publicidad, (...)".*
CLÁUSULA CUARTA: FORMA DE PAGO	La Policía Nacional – Dirección Logística y Financiera cancelará el valor del contrato, de la siguiente forma: Los pagos se efectuarán de forma parcial de acuerdo a las entregas realizadas por el contratista, en moneda legal colombiana, dentro de los sesenta (60) días calendario siguientes a la presentación de la factura, junto con el acta de recibo a satisfacción del coordinador , y los documentos requeridos por la Dirección Logística y Financiera, de acuerdo al derecho a turno y a la disponibilidad del Plan Anual de Caja (PAC). Si los documentos en referencia no se reciben dentro del plazo establecido o si los recibidos son devueltos por inconsistencias tales como la falta de información o mal diligenciamiento de los mismos, la Policía Nacional - Dirección Logística y Financiera, reprogramará el pago, una vez se hubieren subsanado las observaciones, de acuerdo al derecho a turno y a la disponibilidad del Plan Anual de Caja (PAC). **NOTA 1**: para efectuarse el pago el contratista deberá cumplir con lo establecido en la Resolución Nro. 165 del 01/11/2023, "*Por la cual se desarrolla el sistema de facturación, los proveedores tecnológicos, se adopta la versión 1.9 del anexo técnico de factura electrónica de venta, se expide el anexo técnico 1.0 del documento equivalente electrónico, y se dictan otras disposiciones en materia del sistema de facturación*", en las Circulares Externas 002 del 08/01/2016, mediante la cual se implementó el "*PAGO A BENEFICIARIO FINAL A TRAVÉS DEL SIIF NACIÓN*" y 042 del 26/12/2023, mediante la cual se implementó el "*SISTEMA FACTURACIÓN ELECTRÓNICA DEL SIIF NACIÓN*", expedidas por el Ministerio de Hacienda y Crédito Público, en caso de que aplique. **NOTA 2**: para efectuarse la radicación de la factura, el contratista deberá realizar el pago del Impuesto de Timbre Nacional, de conformidad con lo establecido en el Decreto 0175 de 2025, "*Por el cual se adoptan medidas tributarias destinadas a atender los gastos del Presupuesto General de la Nación necesarios para hacer frente al estado de conmoción interior decretado en la región del Catatumbo, el área metropolitana de Cúcuta y los municipios de Río de Oro y González del departamento del Cesar*" y en la Circular Externa 010 del 05/03/2025 del Ministerio de Hacienda y Crédito Público. El contratista deberá presentar al coordinador del contrato copia del soporte de pago y publicarlo en el SECOP II, en caso de que aplique. El pago se hará a la siguiente cuenta: **NOMBRE BENEFICIARIO:** INFOTIC S.A. **NIT:** 900.068.796-1 **CUENTA Nro:** 008016476 **TIPO DE CUENTA:** Ahorros **ENTIDAD FINANCIERA:** ITAÚ

CONTRATO INTERADMINISTRATIVO PN DILOF Nro. 06-5-10247-25 CELEBRADO ENTRE LA POLICÍA NACIONAL Y LA FIRMA INFOTIC S.A., CUYO OBJETO ES EL "*SERVICIO DE GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA EN LA CREACIÓN, DISEÑO, PLANEACIÓN, PREPRODUCCIÓN, PRODUCCIÓN, POSTPRODUCCIÓN, EMISIÓN Y MANEJO DE ACTIVIDADES DE LAS CAMPAÑAS DE DIVULGACIÓN INSTITUCIONAL DE LA POLICÍA NACIONAL, UTILIZANDO MEDIOS TRADICIONALES O DIGITALES*".

CLÁUSULA QUINTA: APROPIACIÓN PRESUPUESTAL	El presente contrato se encuentra amparado con el Certificado de Disponibilidad Presupuestal Nro. 55125 del 08/07/2025, por la suma de DOS MIL SETECIENTOS DIEZ MILLONES DE PESOS MONEDA LEGAL ($2.710.000.000,00) INCLUIDO IVA, recurso 10.
CLÁUSULA SEXTA: PLAZO Y FORMA DE EJECUCIÓN	**PLAZO DE EJECUCIÓN** El plazo de ejecución del contrato, será a partir de la aprobación de la garantía única, hasta el 31 de diciembre de 2025 o hasta agotar presupuesto lo primero que ocurra. **FORMA DE EJECUCIÓN** La forma de ejecución del contrato será por tracto sucesivo, para lo cual el contratista deberá realizar varias entregas, según la necesidad institucional y previa concertación con el coordinador del contrato, en materia de creación, diseño, planeación, preproducción, producción, postproducción, comunicación, promoción, emisión y manejo de actividades de las campañas de divulgación institucional de la Policía Nacional, dichas entregas no podrán sobrepasar el presupuesto oficial aprobado.
CLÁUSULA NOVENA: LUGAR DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO	La prestación del servicio se hará previa concertación con el coordinador del contrato, en la Oficina de Comunicaciones Estratégicas, ubicada en la carrera 59 Nro. 26-21 CAN en la ciudad de Bogotá D.C.
CLÁUSULA DÉCIMA NOVENA: MONEDA DEL CONTRATO	Pesos colombianos

LA POLICÍA NACIONAL

Brigadier general **HERBERT LUGUIY BENAVIDEZ VALDERRAMA**
Director Logístico y Financiero de la Policía Nacional (E)

EL CONTRATISTA

ADOLFO ANTONIO TEJADA DÍAZ
Representante Legal de la firma INFOTIC S.A.

Elaboró:	Revisó:	Revisó:	Revisó:	Revisó:
CPS05. Sergio Andres Martinez Rojas Responsable Seguimiento Contractual	MY. Sandra Patricia Vargas Realpe Jefe Grupo Contractual y seguimiento	MY. Jose Ricardo Rodriguez Andrade Jefe Grupo Asuntos Jurídicos	TC. mauricio alejandro patiño galvis Jefe Área de Contratación	CR. Edwin Orlando Correa Correa Subdirector Logístico y Financiero

ANEXO Nro. 2
ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

1.	El servicio de creación, diseño, planeación, preproducción, producción, postproducción, comunicación, divulgación, promoción, emisión, y manejo de las actividades de las campañas institucionales de la Policía Nacional, se encuentra enmarcada en el incremento de la imagen, credibilidad y confianza de la ciudadanía.
2.	Planeación, creación y diseño de ideas creativas del contratista de acuerdo al concepto posicionado en cada estrategia o por cada unidad policial: a. Proceso de comunicación pública. b. Proceso de selección e incorporación. c. Convivencia y seguridad ciudadana. d. Planes electorales. e. Lucha frontal contra el narcotráfico, disrupción del crimen y fortalecimiento de la legitimidad y confianza. f. Seguridad y prevención vial. g. Prevención para niños y adolescentes. h. Activaciones fechas conmemorativas nacionales e internacionales. i. Participación activa de la mujer. j. Una Colombia sostenible bajo la protección de los recursos naturales. k. Salvaguardar y proteger los Derechos Humanos. l. Importancia de la paz.
3.	Descripción del plan de medios de las campañas de la Policía Nacional (según estrategia) **a. Proceso de comunicación pública:** 1. Gestionar, asesorar y definir los lineamientos de la comunicación pública en la Policía Nacional para contribuir en el posicionamiento, credibilidad y confianza con los grupos de interés internos y externos. 2. Producir y asesorar la realización de piezas de comunicación gráficas, impresos y publicaciones, diseñadas bajo los estándares y elementos de identidad imagen institucional establecidos en la normatividad vigente. 3. Producir y asesorar piezas de comunicación audiovisual, diseñadas bajo los estándares y elementos de identidad e imagen institucional establecidos en la normatividad vigente, con el fin de visibilizar el quehacer de la Policía Nacional. 4. Generar vínculos y relaciones estratégicas en articulación con las especialidades y modalidades del servicio, que permitan promover relaciones de confianza para fortalecer la credibilidad y posicionamiento institucional. 5. Extraer y analizar la información de interés institucional y las encuestas de opinión pública emitidas, a través de los medios de comunicación, con el fin de informar al Mando Institucional para la toma de decisiones. 6. Diseñar, implementar y evaluar estrategias de comunicación digital que permitan fortalecer la presencia institucional en entornos virtuales, mediante el uso de redes sociales, plataformas web, canales multimedia y tecnologías emergentes, con el fin de generar cercanía, interacción y confianza con la ciudadanía y demás grupos de interés. 7. Monitorear, analizar y reportar métricas e indicadores de desempeño en los diferentes canales y plataformas de comunicación, especialmente en medios digitales, con el fin de evaluar el alcance, impacto y efectividad de los contenidos institucionales, y así orientar la toma de decisiones estratégicas en materia de comunicación pública. **b. Proceso de selección e incorporación:** **1.** Seleccionar e incorporar el mejor talento humano del país a la Policía Nacional, con el fin de contribuir a la prestación de un servicio profesional, respetuoso, efectivo y cercano al ciudadano, respondiendo siempre al desafío de avanzar en la calidad del proceso, con transparencia y excelencia, a través de la innovación, con responsabilidad y sentido de pertenencia. **2.** Ser una institución preparada para responder ante el cambio social a nivel local y global, como resultado de transformaciones estructurales que generen cultura y conciencia de futuro responsable en la ciudadanía.

3.	**c. Convivencia y seguridad ciudadana:** 1. Sensibilizar a los ciudadanos, a través de medios ATL (Above The Line) y BTL (Below The Line), sobre la importancia de asumir comportamientos que permitan la convivencia pacífica, desde los barrios, localidades, urbanizaciones, pueblos, veredas y demás. 2. Hacer visible, desde la gestión de la comunicación, la corresponsabilidad de las autoridades de policía, para preservar la tranquilidad en los diferentes puntos del país, sin olvidar la responsabilidad que le asiste a la comunidad.
	d. Planes electorales: 1. Sensibilizar al personal uniformado sobre la responsabilidad que tiene la Policía Nacional de brindar seguridad en los municipios, corregimientos y zonas electorales a partir de la planeación y despliegue de las capacidades institucionales en la prestación del servicio de policía durante los comicios. 2. Dar a conocer al personal que hace parte del servicio de comisión electoral, los derechos, obligaciones y mecanismos de participación.
	e. Lucha frontal contra el narcotráfico, disrupción del crimen y fortalecimiento de la legitimidad y confianza: 1. La Policía Nacional de Colombia tendrá como misión contribuir a la satisfacción de las necesidades de seguridad y tranquilidad públicas, mediante el direccionamiento, seguimiento, articulación y cumplimiento de las políticas presidenciales y ministeriales, en materia de seguridad y defensa, desplegando todas las capacidades institucionales para conseguir el logro de las metas y estrategias gubernamentales, generando una cultura de solidaridad que permita el mantenimiento de las condiciones necesarias para que los habitantes de Colombia puedan ejercer los derechos y libertades públicas. 2. La Policía Nacional define un enfoque investigativo y modelo operacional para profundizar sobre el comportamiento de las estructuras criminales en el país: su identificación, conformación, modus operandi, zonas de influencia y actividades de financiamiento ilícito y lavado de activos, con lo cual es posible optimizar la planeación operativa y la toma de decisiones frente a la dinámica del crimen organizado a nivel nacional, regional y local.
	f. Seguridad y prevención vial: 1. Las circunstancias en las que se desplazan las familias colombianas por las diferentes vías del país, son elementos de análisis para poder generar mecanismos de prevención, que culminen con la disminución de los siniestros viales y la protección de la vida, como un aspecto preponderante del servicio de policía. Debemos generar este tipo de acciones tanto al iniciar las festividades, como al culminar las mismas. 2. Los actores de la vía, deben ser conscientes del papel protagónico de cada uno de ellos y la manera como le aportan a la disminución de la siniestralidad vial, por eso, no podemos dejar de generar, de manera significativa y radical, acciones que evidencien el dolor de una familia al perder a su ser querido, producto de conducir en estado de embriaguez, imprudencia o mal estado del vehículo.
	g. Prevención para niños y adolescentes: 1. Los estudiantes, en todos los niveles, tienen una problemática propia de las regiones o la ubicación de su centro educativo, pero además son foco claro del trabajo de algunos vendedores de alucinógenos y estupefacientes que se aprovechan de su situación socioeconómica, para incitarlos a la venta de estos productos en sus colegios, por eso, es necesario realizar un acción preventiva, con las direcciones que tienen despliegue de esta función, para minimizar las posibilidades de ocurrencia de este hecho. 2. El inicio de clases tiene un efecto colateral en las acciones de los padres o tutores de los alumnos, ya que su cotidianidad varia y se ajustan actividades que en determinado momento del periodo vacacional no se

3.	presentaba, es por eso que, incentivar al autocuidado y la autoprotección en los ciudadanos, en estas ocasiones, es un elemento fundamental para la convivencia, ya que genera espacios de control del sector por el cual se desplazan. **h. Activaciones fechas conmemorativas nacionales e internacionales:** **1.** Las distintas conmemoraciones que atañen los grupos poblacionales del país son fechas simbólicas, que hacen eco de la memoria histórica de la Nación y de la humanidad, convirtiéndose en acontecimientos especiales para la revalorización y resignificación de los hechos que dan forma a la vida social y política de las comunidades. **2.** Las activaciones siempre estarán enmarcadas dentro del ámbito protocolario e internacional, basado en el cumplimiento establecido en el Plan de Austeridad del Gasto. **i. Participación activa de la mujer:** **1.** En nuestro país la discriminación y la violencia contra las mujeres se mantiene como una problemática que se manifiesta en los hogares, en los espacios públicos, en los lugares de estudio y de trabajo, con la activación comunicacional y prevención se buscará reconocer los derechos de las mujeres. **j. Una Colombia sostenible bajo la protección de los recursos naturales:** **1.** La Policía Nacional en cumplimiento del proceso de protección al ambiente y los recursos naturales, prestado mediante la Dirección de Carabineros y Protección Ambiental como apoyo a las autoridades ambientales en la protección de los recursos naturales y el ambiente y de acuerdo con lo ordenado en las leyes vigentes sobre la materia, para de esta manera contribuir al proceso misional institucional. **2.** Prevención y mitigación de la apropiación, extracción, explotación, aprovechamiento, exportación, transporte, comercialización, tráfico o de cualquier otro modo de beneficio de los especímenes, productos o partes de los recursos fáunicos, forestales, florísticos, hidrobiológicos, corales, biológicos o genéticos de la biodiversidad. **3.** El crecimiento de la sociedad hace que busquen nuevas formas de sostenimiento para suplir necesidades, haciendo necesario utilizar los recursos naturales muchas veces de forma indiscriminada, por lo anterior se busca contrarrestar esta problemática, haciéndose necesario la implementación de campañas de concientización para el buen uso de los recursos naturales. **k. Salvaguardar y proteger los Derechos Humanos:** **1.** Los derechos humanos son normas que reconocen y protegen la dignidad de todos los seres humanos. Estos derechos rigen de la manera en que los individuos viven en sociedad y se relacionan entre sí, al igual que sus relaciones con el Estado y las obligaciones del Estado hacia ellos. **l. Importancia de la paz:** **1.** Es el instrumento que la institución busca que ciudadanía puede sentirse a gusto y en armonía consigo mismos y con su entorno social. Es un acuerdo que permite a todos los individuos realizar sus actividades sin interferencias y prevenir la violencia. **Divulgación institucional con alineación estratégica**. En armonía con las políticas públicas que se determinen desde el ámbito gubernamental, se afianzan de manera transversal con la Política de Defensa y Seguridad, evidenciando el trabajo articulado de las fuerzas en los objetivos estratégicos y las líneas de Política, destacando dentro de estas, la comunicación estratégica, para culminar con los programas de Gobierno, enmarcados en el proceso de comunicación pública de la Policía Nacional, en sus objetivos estratégicos correspondientes; donde esta oficina asesora genera lineamientos y despliegue, a las unidades de comunicaciones estratégicas a nivel nacional, para unificar el mensaje y crear un impacto positivo dentro de la gestión estratégica que evidencia el carácter humano y cercano de la institución. • Producción radial (sustentado en necesidades comunicacionales) i. Voces. ii. Estudios de grabación. iii. Efectos. iv. Preproducción.

3.	v. Producción. vi. Posproducción. vii. Entregables y ajustes. • Elaboración piezas audiovisuales (contenidos ATL, de acuerdo al cronograma de fechas) i. Casting (naturales o contratados). ii. Horas de grabación y equipos. iii. Escenarios exteriores o interiores. iv. Preproducción. v. Producción. vi. Posproducción. vii. Entregables y ajustes. viii. Monitorear, analizar y reportar métricas e indicadores de desempeño en los diferentes canales y plataformas de comunicación, especialmente en medios digitales, con el fin de evaluar el alcance, impacto y efectividad de los contenidos institucionales, y así orientar la toma de decisiones estratégicas en materia de comunicación pública. • Plan de medios radial i. Población objetivo. ii. Cliente. iii. Preproducción. iv. Producción. v. Posproducción. vi. Entregables y ajustes. • Desarrollo contenido medios impresos y publicaciones (redacción y orientación institucional) i. Alienación de contenidos impresos al concepto de estrategia y direccionados a las necesidades comunicacionales. ii. Temas seleccionados según notoriedad institucional y en coherencia con el contexto nacional. iii. Autores de artículos según tema, texto y contexto, para el desarrollo de la idea creativa y objetivo de la estrategia. iv. Entregables y ajustes. • Edición de libros o publicaciones institucionales de acuerdo al contexto y necesidad relacionados con los programas y funciones que legalmente se debe cumplir. i. Verificación de temas en coherencia con las publicaciones. ii. Preproducción. iii. Producción. iv. Posproducción. v. Entregables y ajustes. • Campañas radiales (según prioridades y necesidades) i. Población objetivo. ii. Cliente. iii. Preproducción. iv. Producción. v. Posproducción. vi. Entregables y ajustes. • Desarrollo digital campaña Policía Nacional (alineada a las necesidades institucionales y de acuerdo a temporada comunicacional). i. Grupos focalizados externos e internos.

3.	ii. Generación de racional de acuerdo a las piezas de diseño gráficas y audiovisuales, según exposición en medios digitales. iii. Preproducción. iv. Producción. v. Posproducción. vi. Entregables y ajustes. • Pauta en medios de comunicación para la Policía Nacional (posicionamiento de temas de interés). • Eventos diferenciales y focalizados, de acuerdo a las necesidades comunicacionales y alineados a la estrategia de comunicación. **MATERIAL DE DIVULGACIÓN INSTITUCIONAL** La Oficina de Comunicaciones Estratégicas tiene como misión la administración de los recursos de comunicación encaminados a fortalecer la imagen de la Policía Nacional, generando en la comunidad una cultura de solidaridad, confianza y credibilidad ciudadana, por ello se hace necesario la adquisición de diferentes estrategias comunicacionales, que permitan el desarrollo de acciones para fortalecer las relaciones entre la institución y la sociedad, divulgación de información institucional y cumplimiento de programas de educación y promoción de la convivencia y seguridad ciudadana enmarcado en el Artículo 236 de la Ley 1801 del 2016. Teniendo en cuenta lo anterior, se han organizado grupos especializados, que mediante charlas y actividades lúdicas que buscan prevenir que la niñez y la adolescencia caigan en malos hábitos y en el consumo de drogas, convirtiéndose a lo largo del tiempo en individuos de alta peligrosidad para la seguridad ciudadana. Por otra parte, es importante mencionar que se realizó un análisis a los procesos de contratación de este tipo, encontrándose que los productos y servicios más solicitados o de mayor frecuencia de consumo, se podrían ubicar dentro de las siguientes categorías: ✓ Audio ✓ Reuniones protocolarias o internacionales ✓ Logística ✓ Pauta ✓ Estrategia comunicacional ✓ Componente tecnológico "migración de lo impreso a lo digital" ✓ Componente ATL y BTL NOTA: en caso de requerirse algún servicio, que no se encuentre enmarcado en las categorías antes mencionadas, se catalogará con el ítem de "componente ATL y BTL", podrán ser solicitados por el coordinador del contrato y el contratista deberá realizar una cotización, con el fin de ser aprobado por el coordinador.
4.	La Policía Nacional por medio de la Oficina de Comunicaciones Estratégicas puede desarrollar campañas alineadas a las funciones de cada una de sus unidades, tales como: Dirección General de la Policía Nacional de Colombia. Subdirección General. Jefatura Nacional de Desarrollo Humano. Dirección de Incorporación. Dirección de Talento Humano. Dirección de Educación Policial. Dirección de Bienestar Social y Familia. Dirección de Sanidad. Jefatura Nacional de Servicio de Policía. Dirección de Investigación Criminal e INTERPOL. Dirección de Inteligencia Policial.

	Dirección de Carabineros y Protección Ambiental. Dirección de Antinarcóticos. Dirección de Tránsito y Transporte. Dirección de Protección y Servicios Especiales. Dirección de Antisecuestro y Antiextorsión. Jefatura Nacional de Administración de Recursos. Dirección Logística y Financiera. Dirección de Infraestructura. Inspección General y Responsabilidad Profesional. Comisionado de Derechos Humanos para la Policía Nacional. Secretaría General. Oficina de Planeación. Oficina de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Oficina de Relaciones y Cooperación Internacional. Oficina de Comunicaciones Estratégicas. Oficina de Control Interno.
5.	El Contratista ofrecerá sus servicios acordes al procedimiento que de común acuerdo establezcan las partes, sin embargo, la Institución desarrolla el siguiente proceso:
	a. Cualquier proceso para el desarrollo de las activaciones comunicacionales de la campaña de la Policía Nacional o piezas de divulgación se iniciará con la entrega de Brief de Comunicación 1CP-FR-0007 (personalmente o a través de correo electrónico) de la Unidad que tenga la necesidad al Coordinador mediante correo electrónico. Brief de Comunicación es un formato que incluye información necesaria para el inicio del desarrollo de una actividad comunicacional de la campaña o pieza de divulgación.
	b. El coordinador tramita la solicitud de cotización adjuntando el Brief de Comunicación, mediante correo electrónico al Contratista.
	c. El Contratista deberá presentar directamente al coordinador y al dueño de la necesidad, la propuesta de la campaña a realizar, con su respectiva cotización.
	d. El coordinador junto con el dueño de la necesidad realiza la aprobación de la cotización, enviando mediante correo electrónico la autorización de producción al contratista.
	e. La Policía Nacional o dueños de la necesidad podrá pedir los ajustes las veces que sea necesario, en tiempos acordados previamente entre el Contratista y la Policía Nacional.
	f. Durante el proceso el Contratista deberá buscar varias alternativas con el fin de garantizar la mejor y más eficiente producción en el tiempo acordado.
	g. El Contratista debe supervisar el proceso de producción y debe garantizar el resultado final del servicio a la Policía Nacional.
	h. Una vez recibido el servicio, el Coordinador y/o dueño de la necesidad recepcionan el envío de la cuenta de cobro, junto con el recibo a satisfacción del coordinador del contrato y los demás documentos requeridos por la Dirección Logística y Financiera, de acuerdo al derecho a turno y la disponibilidad del Plan Anual de Caja (PAC).
	i. Reunión de Tráfico: cuando se requiera una reunión, en donde deben estar presentes el Contratista y Coordinador y/o dueño de la necesidad, para hacer una revisión general de todos los trabajos en curso.
	j. Para el recibido de los servicios, el Contratista deberá establecer un formato de remisión, donde los funcionarios que reciban los productos finales, firmen con nombre claro, número de cédula y unidad policial, para el respectivo control, acompañado de fotografías al momento de la entrega.
6.	a. Conocimiento de los grupos objetivos a los cuales se dirigen los servicios de la Policía Nacional (mediante investigaciones y análisis de estudios formales a los cuales tenga acceso por sí misma).
	b. Desarrollo y generación de espacios alternativos transmedia que permitan fortalecer el desarrollo de la campaña haciendo uso de las nuevas tecnologías a través de eventos virtuales, actividades digitales sincrónicas y asincrónicas y ejercicios variados de streaming donde la marca institucional y el tema principal se comunique de forma asertiva de acuerdo a los análisis, las narrativas propuestas y la necesidad de la institución.
	c. Creación de campañas de divulgación fundamentadas en el endomarketing que permita cumplir con el objetivo

	de comprometer los funcionarios e incrementar su compromiso y rendimiento, a través de diferentes estrategias que fortalezcan la comunicación interna en la institución y el relacionamiento con el ciudadano, generando espacios y formas alternativas de comunicación de una forma disruptiva.
	d. El diseño, desarrollo estratégico y creativo para la comunicación de cada servicio, la conceptualización para el desarrollo de las actividades comunicaciones de la campaña y/o piezas de divulgación, como también de las estrategias de comunicación integrales (360 grados). La presentación de los conceptos desarrollados, de las estrategias y de las piezas creativas a nivel de bocetos acorde con los medios requeridos (televisión, radio, revistas, prensa, vallas, Información exterior, medios virtuales, medios no tradicionales, correo directo, material POP, y los demás que existan y que estén por existir). Verificación previa de los textos en cuanto a la redacción y el estilo utilizado de acuerdo con el lineamiento de la Policía Nacional y sus grupos objetivo. La coordinación y dirección durante el proceso de preproducción externa de todas las piezas creativas que serán difundidas a través de los diferentes medios de comunicación y de producción gráfica que requiera la entidad.
	e. La contratación y coordinación de ejecución de musicalizaciones, modelos y personajes, garantizando la adecuada cadena de transferencias de los derechos de uso, explotación y modificación, con el fin de mantener indemne a la Policía Nacional de eventuales reclamaciones por derechos de autor o por aspectos relacionados con propiedad industrial.
	f. La búsqueda de proveedores, análisis de cotizaciones, recomendaciones, costo-beneficio, revisión de facturas emitidas por los proveedores y en general toda la coordinación de trabajos hasta su entrega final, incluyendo todos los medios existentes y nuevos, por ejemplo y sin limitarse a comerciales de televisión, cuñas de radio, infomerciales, mensajes en medios virtuales, avisos en medios impresos, materiales impresos, elementos promocionales, stands, vallas o cualquier tipo de divulgación exterior, pendones, fotografías, etc.
	g. Dado al índice creciente de penetración de internet en Colombia, la Policía Nacional ha fortalecido sus estrategias de virtualización de servicios: por lo que se hace indispensable los servicios de una unidad especializada en el diseño y desarrollo de estrategias de comunicación y marketing digital que incluya entre otros: - Planteamiento de una estrategia, diseño y desarrollo de comunicación en redes sociales. - Diseñar las activaciones comunicacionales de la campaña de divulgación en Internet y medios virtuales requeridos para implementar las estrategias de comunicación. - Coordinación de la producción de las activaciones comunicacionales de la campaña de divulgación en Internet y medios virtuales. - Coordinar el diseño y la producción de las piezas a las que haya lugar para las activaciones comunicacionales de la campaña de divulgación en Internet y medios virtuales. - Para el desarrollo de las anteriores actividades el Contratista debe contar directamente con una unidad especializada en comunicación y marketing digital, o proponer medios alternativos y nuevas tácticas que permitan el acceso a diferentes targets y que sean efectivos para la labor de difusión de la Policía Nacional.
7.	El contratista certifico que es especializado en el desarrollo conceptual (BTL) estratégico y creativo de las piezas y campañas de divulgación requeridas, diferentes a las campañas ATL incluyendo mercadeo directo, activaciones de marca y programas promociónales, que incluyen: - Planear, ejecutar y controlar la elaboración de eventos propios, actividades promociónales y activaciones. - Diseñar y elaborar los materiales necesarios para la participación exitosa en eventos, actividades promociónales y activaciones. - Contratar a nombre para la Policía Nacional, los servicios y/o productos necesarios para el desarrollo y ejecución de las campañas de divulgación institucional. - Coordinar las actividades necesarias para el cumplimiento de los objetivos de los eventos, actividades y activaciones. - Coordinar la adecuada implementación de los eventos, actividades y activaciones desarrolladas. - Hacer seguimiento y verificación de cada una de las actividades de BTL en el lugar de la prestación del servicio, buscando el mejoramiento de la actividad en beneficio de los intereses de la Policía Nacional. - Contar con oficinas propias para el desarrollo ininterrumpido de las campañas de divulgación. Con el fin de mantener la misma línea gráfica con que se inicien las campañas de divulgación o programa o acción de comunicación, el "look-and-feel", la paleta de colores, uso de tipografías, etc.

8.	**CAPACIDAD OPERATIVA:** La capacidad operativa debe ser garantizada por el contratista en el desarrollo conceptual (BTL) estratégico y creativo de las piezas y campañas de divulgación requeridas, diferentes a las campañas ATL incluyendo mercadeo directo, activaciones de marca y programas promociónales, que incluyen:
	Locación e infraestructura Disponer de equipos propios y locaciones, con los que se logre realizar un evento en cualquier momento sin requerir de un tercero. Tener experiencia en la realización de eventos con diferentes aforos, demostrar desarrollo, autonomía y ejecución de dichos eventos. Para lo cual deberá presentar en la visita soporte que demuestre el cumplimiento de dicha experiencia. El contratista acredito el cumplimiento de espacios adecuados para las actividades operativas durante el desarrollo del contrato.
	Equipos técnicos de producción Contar con equipos especializados para cada actividad; ejemplo: realización de streaming, congresos virtuales, actividades virtuales, etc.
	Equipos audiovisuales Equipos tales como cámaras de fotografía, cámaras de video, micrófonos, escenografías, equipos de apoyo en audio y video, drones, computadores de alta gama y accesorios que garanticen una calidad óptima del producto final.
9.	Cabina pasiva de amplificación, con mínimo 2 altavoces de 15" para frecuencias bajas y driver de mínimo 1.5", respuesta en frecuencia 50Hz - 18KHz o superior, SPL 137 dB o superior, 2500 watts de potencia (RMS) o superior, con su respectivo amplificador recomendado por el fabricante. Ángulo de dispersión mínimo de 50 x 50. Cajas de madera. NO PLÁSTICO.
	Cabina activa con mínimo 1 parlante de 15" o superior para frecuencias bajas, 1 driver de compresión de mínimo 1.4" para frecuencias altas, respuesta de frecuencia 45Hz - 20KHz o superior, full rango, SPL 130 dB o superior, mínimo 500 watts de potencia (RMS), con su respectivo trípode y/o sistema de anclaje o bumper para colgarlo en la estructura, con dispersión mínima de 80 grados Horizontal x 40 grados Vertical. Cajas de madera. NO PLÁSTICO.
	Cabina activa para Side Fill con mínimo 1 parlante de 12" o superior para frecuencias bajas, 1 driver de compresión de mínimo 1.4" para frecuencias altas, respuesta de frecuencia 45Hz - 20KHz o superior, full rango, SPL 130 dB o superior, mínimo 500 watts de potencia (RMS), con su respectivo trípode y/o sistema de anclaje o bumper para colgarlo en la estructura, con dispersión mínima de 80 grados Horizontal x 40 grados Vertical. Cajas de madera. NO PLÁSTICO.
	Altavoces para front fill tipo Line Array pasivo de mínimo 2 x 10" y 1 x 1.5, sin distorsión en el rango de frecuencias que va de 60 HZ a 18KHZ o superior, con un ángulo de mínimo 110 grados a la horizontal SPL 139 dB o superior). Cajas de madera. NO PLASTICO. Con su respectivo amplificador recomendado por el fabricante.
	Cabina pasiva tipo Line Array de mínimo 3 vías, sin distorsión audible en el rango de frecuencias que va de 60 HZ a 18Khz o superior, con un cubrimiento de 110 grados a la Horizontal o superior, (140 db o superior). Cajas de madera. NO PLÁSTICO. Con su respectivo amplificador recomendado por el fabricante, debe contar con una estructura certificada para colgado de sistema, tipo scaffolding, y todo lo necesario para el correcto montaje del sistema Line Array con sus respectivos motores y/o diferenciales.
	Cabina pasiva para dispersión de frecuencias bajas, con mínimo 2 parlantes de 18" o superior. Respuesta de frecuencia 30Hz - 110 Hz o superior, SPL 139 Db o superior, 3200 watts de potencia (RMS) deben responder uniformemente, cubriendo toda el área de la audiencia sin distorsión. Cajas de madera. NO PLASTICO. Con su respectivo amplificador recomendado por el fabricante.
	Cabina pasiva para dispersión de frecuencias bajas, con mínimo 1 parlantes de 18" o superior. Respuesta de frecuencia 30Hz - 110 Hz o superior, SPL 139 Db o superior, 3200 watts de potencia (RMS) deben responder uniformemente, cubriendo toda el área de la audiencia sin distorsión. Cajas de madera. NO PLASTICO. Con su

	respectivo amplificador recomendado por el fabricante.
	PAQUETE 1: Sistema PA con 2 cabinas pasivas, más 8 Cabinas pasivas, debe contar con una estructura certificada para colgado de sistema, tipo scaffolding y todo lo necesario para el correcto montaje del sistema Line Array con sus respectivos motores y/o diferenciales.
	PAQUETE 2: Sistema PA con 4 cabinas, más 12 Cabinas pasivas, debe contar con una estructura certificada para colgado de sistema, tipo scaffolding y todo lo necesario para el correcto montaje del sistema Line Array con sus respectivos motores y/o diferenciales.
	PAQUETE 3: Sistema PA con 4 cabinas, más 16 Cabinas pasivas, debe contar con una estructura certificada para colgado de sistema, tipo scaffolding, y todo lo necesario para el correcto montaje del sistema Line Array con sus respectivos motores y/o diferenciales.
	PAQUETE 4: Sistema PA con 4 cabinas, más 24 Cabinas pasivas, debe contar con una estructura certificada para colgado de sistema, tipo scaffolding, y todo lo necesario para el correcto montaje del sistema Line Array con sus respectivos motores y/o diferenciales.
	PAQUETE 5: Sistema PA con 4 cabinas, más 8 Cabinas pasivas, debe contar con una estructura certificada para colgado de sistema, tipo scaffolding, y todo lo necesario para el correcto montaje del sistema Line Array con sus respectivos motores y/o diferenciales.
	Cajas directas activas estéreo, HPF que cuenten con ground lift y pad entre 15 dB y 20 dB. Distorsión mínima en +0 dB (0.005%) Distorsión en -10dB mínimo (0.002%).
	Consola Digital para sistema de televisión con las siguientes características: mínimo 48 canales previos recuperables, mínimo 4 canales de mezcla estéreo, 8 multi-efectos estéreo, 24 buses de mezcla + 1 estéreo, 12 ecualizadores gráficos, fuente de alimentación doble y sistema de UPS. Debe contar con su splitter activo, para la conexión de consola de sala, monitores y televisión. De mínimo 48 canales Solo conectores cannon. Con sistema de monitoreo de señales individualmente. Sub-snakes suficientes para cubrir la cantidad de canales solicitados, con mínimo 20 metros de longitud cada uno.
	Consola Digital para sistema de televisión con las siguientes características: mínimo 64 canales previos recuperables, mínimo 4 canales de mezcla estéreo, 8 multi-efectos estéreo, 24 buses de mezcla + 1 estéreo, 12 ecualizadores gráficos, fuente de alimentación doble y sistema de UPS. Debe contar con su splitter activo, para la conexión de consola de sala, monitores y televisión. De mínimo 64 canales Solo conectores cannon. Con sistema de monitoreo de señales individualmente. Sub-snakes suficientes para cubrir la cantidad de canales solicitados, con mínimo 20 metros de longitud cada uno.
	Consola Digital con las siguientes características: Mínimo 112 canales previos recuperables, mínimo 4 canales de mezcla estéreo, mínimo 8 multi-efectos estéreo, mínimo 24 buses + 16 matrices + 2 estéreo, mínimo 12 ecualizadores gráficos, fuente de alimentación doble y sistema de UPS. Conexión por FIBRA ÓPTICA para optimización de señal. Debe contar con su Splitter activo, para la conexión de consola de sala, monitores y televisión. De mínimo 112 canales Solo conectores cannon. Con sistema de monitoreo de señales individualmente. Sub-snakes suficientes para cubrir la cantidad de canales solicitados, con mínimo 20 metros de longitud cada uno.
	Motor diferencial de cadena con mínimo de 1 tonelada de capacidad.
	Set de intercomunicación de mínimo ocho (8) puntos inalámbricos.
	Set de 10 radios de comunicación con su respectivo manos libres, pera y cargadores
	Sistema de In ears monitor estéreo en banda UHF con su respectivo sistema de antenas, distribuidores audífonos y baterías Entorno: Escenarios de tamaño grande. Potencia de salida RF. Seleccionable Respuesta en frecuencia: 35 Hz - 15 kHz o superior, Distorsión armónica: mínimo 0.5%, Relación señal ruido: mínima de 90 dB, mic/line level, Control de volumen personal: Duración de baterías en el receptor mínimo 4 horas
10.	Cabeza móvil beam (led,20 watts por led, 6 ruedas de control de color (2 de 5 colores fijos, 3 para cambio de color cmy, 1 x corrección cto variable, zoom de 10 grados a 60 grados, juego de tres lentes frontales intercambiables (fresnel- clara-difusa), rueda de efectos con 5 posiciones (1 libre).
	Cabeza móvil spot, cambio de color cmy, 1 rueda de 6 colores fijos, 1 rueda de corrección cto variable, 3 ruedas de gobos, zoom de 10 a 60 grados, sistema de estrobo de doble hoja, iris mecánico, enfoque variable, pan 540 grados, kilt 270 grados.
	Cabeza móvil wash (led 20 watts por cada led, 6 ruedas de control de color (2 de 5 colores fijos, 3 para cambio de color cmy, 1 x corrección cto variable, zoom de 10 grados a 60 grados, juego de tres lentes frontales intercambiables (fresnel- clara-difusa), rueda de efectos con 5 posiciones (1 libre).
	Cuepix panel 5x5 de 25 bombillas led de 30w rgb cob leds.

	Estrip led de 30 watts
	Cuepix strip tri 5 bombillas led de 30w rgb cob leds
	Elipsoidales 36° debe incluir dimmer, c clamp y filtros rosco o lee).
	Elipsoidales 20° debe incluir dimmer, c clamp y filtros rosco o lee).
	Par 64 con debe incluir dimmer, c clamp y filtros rosco o lee)
	Par LED – RGBAW, 12 canales DMX - 200 IP-12 Watts, 6-in-1 RGBAW + UV LEDS, 60° grados beam y 25 grados Field ángulos, Flickr operación para Tv y Film y IP65 180 Watts cambio de color CMY.
	Barra led de mínimo 240 leds de 30 w rgbwa con estrobo de o a 20 hz en cualquier color dmx solo marcas reconocida en el mercado
	Estrobo de 3000 w
	Minibrut 1 x 2 de led,2 long life de 100 w warm white 3,200k cob leds-62 grados beam ángulo,flickr operación para tv y film,strobe fx-
	Minibrutos de 4 bombillas, 2600 watts
	Seguidor hmi 2000 w con bombilla nueva con su respectivo porta filtros e iris, debe incluir operador y sistema de comunicación con el operador de luces.
	Torre hidráulica autosuficiente de luz, 2000 watts de potencia solo marcas reconocidas en el mercado, debe incluir operador, sistema de comunicación.
	Banco de dimmers 12 canales 2,4 kw
	Máquina hazer con líquido controlado por dmx y control manual, tiempo máximo de carga máximo 6 minutos, capacidad del tanque 2 litros, con 3 canales de función.
	Controlador dmx de 512 canales.
	Consola de luces con 4 universos dmx, doce teclas de usuario lcd, trackball retroiluminado, con codificador giratorio para el tercer eje y cuatro botones configurables para el cursor y la posición, diez faders de reproducción motorizados, 8 puertos usb, 48 soft - keys para selección de herramientas, 2 pantallas táctiles la consola debe contar con los accesorios necesarios para su buen funcionamiento tales como cables, splitter dmx, conectores.
11.	Cámara full hd con trípode, adicional para circuito cerrado y cableado. El sistema debe permitir realizar grabaciones de mínimo 2 horas de duración, cuyo material debe ser entregado en dvd y formato digital.
	Pantalla de leds mínimo de pitch 4mm out-door de mínimo 8 metros de ancho x 1.28 metros de alto ip65, de 3600 - 4600 cd/m2, viewing angle 120 / 120 grados, support input s-video, vga, dvi, hdmi, hd, sdi, módulo de 64cms x 64cms. Debe contar con el sistema de elevación tales como scaffolding o puentes en truss, con su respectivo motor de elevación de 1 tonelada de capacidad o más si el peso de la pantalla lo necesita, debe contar con los contrapesos o puntos de anclaje correspondientes a la capacidad de carga del mismo sistema.
	Pantalla de leds mínimo de pitch 4mm out-door de mínimo 4 metros de ancho x 3 metros de alto ip65, de 3600 - 4600 cd/m2, viewing angle 120 / 120 grados, support input s-video, vga, dvi, hdmi, hd, sdi, módulo de 64cms x 64cms. Debe contar con el sistema de elevación tales como scaffolding o puentes en truss, con su respectivo motor de elevación de 1 tonelada de capacidad o más si el peso de la pantalla lo necesita, debe contar con los contrapesos o puntos de anclaje correspondientes a la capacidad de carga del mismo sistema.
	Pantalla de leds mínimo de pitch 4mm out-door de mínimo 4 metros de ancho x 4 metros de alto ip65, de 3600 - 4600 cd/m2, viewing angle 120 / 120 grados, support input s-video, vga, dvi, hdmi, hd, sdi, módulo de 64cms x 64cms. Debe contar con el sistema de elevación tales como scaffolding o puentes en truss, con su respectivo motor de elevación de 1 tonelada de capacidad o más si el peso de la pantalla lo necesita, debe contar con los contrapesos o puntos de anclaje correspondientes a la capacidad de carga del mismo sistema.
	Pantalla de leds mínimo de pitch 4mm out-door de mínimo 5 metros de ancho x 3 metros de alto ip65, de 3600 - 4600 cd/m2, viewing angle 120 / 120 grados, support input s-video, vga, dvi, hdmi, hd, sdi, módulo de 64cms x 64cms. Debe contar con el sistema de elevación tales como scaffolding o puentes en truss, con su respectivo motor de elevación de 1 tonelada de capacidad o más si el peso de la pantalla lo necesita, debe contar con los contrapesos o puntos de anclaje correspondientes a la capacidad de carga del mismo sistema.
	Pantalla de leds mínimo de pitch 4mm out-door de mínimo 6 metros de ancho x 4 metros de alto ip65, de 3600 - 4600 cd/m2, viewing angle 120 / 120 grados, support input s-video, vga, dvi, hdmi, hd, sdi, módulo de 64cms x 64cms. Debe contar con el sistema de elevación tales como scaffolding o puentes en truss, con su respectivo

	motor de elevación de 1 tonelada de capacidad o más si el peso de la pantalla lo necesita, debe contar con los contrapesos o puntos de anclaje correspondientes a la capacidad de carga del mismo sistema.
	Pantalla de leds mínimo de pitch 4mm out-door de minimo 10 metros de ancho x 7 metros de alto ip65, de 3600 - 4600 cd/m2, viewing angle 120 / 120 grados, support input s-video, vga, dvi, hdmi, hd, sdi, módulo de 64cms x 64cms. Debe contar con el sistema de elevación tales como scaffolding o puentes en truss, con su respectivo motor de elevación de 1 tonelada de capacidad o más si el peso de la pantalla lo necesita, debe contar con los contrapesos o puntos de anclaje correspondientes a la capacidad de carga del mismo sistema.
	Procesador digital 4k.
	Procesador digital full hd.
	Televisor de 32" plasma, lcd o led con entradas de heme- vga - sdi - usb - con su respectiva base modular con diferentes alturas, debe contar con sistema de teatro en casa.
	Televisor de 42" plasma, lcd o led con entradas de hdmi- vga - sdi - usb - con su respectiva base modular con diferentes alturas debe contar con sistema de teatro en casa.
	Televisor de 50" plasma, lcd o led con entradas de hdmi- vga - sdi - usb - con su respectiva base modular con diferentes alturas debe contar con sistema de teatro en casa.
12.	**EXPERIENCIA DEL PERSONAL – NIVEL DE EDUCACIÓN O NIVEL ACADÉMICO** **Personal Requerido:** Un (1) Gerente de cuenta **Perfil y Experiencia:** puede ser un profesional en mercadeo, marketing, publicidad, comunicación o en carreras afines. Experiencia mínima de (5) años en dirección de cuentas nacionales o internacionales de consumo masivo o servicios. **Funciones Principales:** - Ser el Gerente y planear todas las actividades relacionadas con la cuenta. - Desarrollar estrategias creativas y tácticas de comunicación. - Supervisar al ejecutivo de la cuenta. - Supervisar y aportar a planes de medios. - Desarrollar propuestas estratégicas 360 grados de comunicación, como promociones, internet, redes sociales etc. - Realizar seguimiento y análisis del desempeño de la marca y sus productos. - Realizar seguimiento y presentación de análisis de las tendencias de la competencia y el mercado. - Analizar los resultados de las investigaciones de mercados. - Manejar y supervisar que el presupuesto informado por la CCB, se cumpla.
	Personal Requerido: Un (1) Director de Cuenta **Perfil y Experiencia:** puede ser un profesional en mercadeo, publicidad, comunicación o carreras afines. Experiencia mínima de (2) años en dirección de cuentas nacionales o internacionales de consumo masivo o servicios. **Funciones Principales:** - Dirigir y organizar el desarrollo de cada campaña ATL, BTL, DIGITAL - Realizar informes de objetivos cumplidos y próximos a cumplir. - Análisis de costos, pérdidas, reducción de costos, sobrecostos, entre otros. - Acompañar los procesos de selección de campaña, realización, ajustes y campaña final. - Seleccionar y coordinar proveedores de ser necesario. - Administrar recursos y realizar proceso de entregas y facturación.
	Personal Requerido: Un (1) Director Digital **Perfil y Experiencia:** puede ser un profesional en Publicidad, Comunicación Social, Marketing o carreras afines. Experiencia laboral como director digital con mínimo 2 años en el cargo. Sólida experiencia con herramientas de marketing online y tecnologías basadas en web. Comprensión de cómo funcionan los canales digitales. Experiencia práctica con software SEO / SEM y CRM. Experiencia certificada en análisis de datos. Excelentes habilidades interpersonales y de gestión de equipos. Fuertes habilidades analíticas. Certificado en liderazgo para equipos de marketing, inbound marketing, posicionamiento en buscadores, growth marketing, estrategia digital en entidades reconocidas, y verificables.

Funciones Principales: - Dirigir las campañas en las redes sociales. - Acompañar el proceso preproducción, producción y postproducción de piezas para redes sociales. - Realizar análisis de entorno, optimizar recursos económicos en pauta. - Socializar con equipo interno y externo (Policía Nacional) hallazgos que generen cambios de metodología o comunicación. Realizar reuniones con equipos de área de las instituciones, realizar recomendaciones y seguimiento al manejo que se le da a cada campaña en cada red social.
Personal Requerido: Un (1) Director de Producción Gráfica **Perfil y Experiencia:** puede ser un profesional en producción gráfica o afines. Experiencia mínima de (6) años en empresas relacionadas con la gestión de proyectos, Producción, planeación, pre-producción, ejecución, liquidación de proyectos audiovisuales y experiencias en medios masivos eventos corporativos e institucionales en el sector público y privado. **Funciones Principales:** - Realizar aprobación de archivos para impresión - Seleccionar personal para realizar cada proceso - Analizar y optimizar material en pro de mejorar la comunicación, recursos y cumplir objetivos. Selección de material, calidad, cantidad, gramaje entre otros.
Personal Requerido: Un (1) Director de producción de campo **Perfil y Experiencia:** puede ser un profesional o tecnólogo en mercadeo o publicidad o afines; Debe contar con certificaciones de eventos en el cual haya estado con un aforo mínimo de 25.000 personas, con experiencia mínima de (4) años en agencias de publicidad. **Funciones Principales:** - Dirigir la producción técnica - Coordinación de personal y/o material para producción de eventos - Revisión de calidad de stands y montajes Coordinación logística, creación de cronogramas de trabajo, preproducción, producción y posproducción.
Personal Requerido: Un (1) Director Creativo **Perfil y Experiencia:** puede ser un profesional en publicidad o Diseño Industrial con especialización en gerencia de mercadeo, con habilidades en comunicación y puesta en práctica de los procesos creativos, asegurándose de mantener la estrategia y coherencia de la marca, tanto a nivel visual como de contenido. Experiencia mínima de 6 años. **Funciones Principales:** - Acompañar a los diferentes equipos en cada proceso. - Crear propuestas creativas, diferenciales y que cumplan con los estándares de la Policía nacional, ministerio de defensa y gobierno nacional. - Presentar propuestas y/o campañas al equipo seleccionado por parte de cada área de la policía nacional. - Seleccionar el equipo gráfico, fotográfico, de video etc., que se encargará de plasmar la idea creativa junto al concepto a las piezas definidas previamente. - Revisar y corroborar las piezas salientes por parte de la empresa.
Personal Requerido: Un (1) Director Copy **Perfil y Experiencia:** puede ser un profesional en mercadeo, marketing digital, comunity manager, publicidad, comunicación o carreras afines. Experiencia mínima de (2) años en agencias de publicidad. **Funciones Principales:** - Ordenar y seleccionar personal apto para cada objetivo específico, utilizando su experiencia para identificar cualidades y conexiones personales con cada idea creativa - Dirigir al equipo relacionado con textos. - Aprobar cada campaña, revisar textos y dar aprobación a estos - Acompañar las correcciones de estilo, ortografía o idioma de cada pieza, video o audio.

	Personal Requerido: Un (1) Director de Cine **Perfil y Experiencia:** puede ser un profesional en Dirección de cine, medios audiovisuales, comunicación social o a fines; Maestría con énfasis en medios audiovisuales o afines; Certificación de 3 proyectos o más como director. Experiencia mínima de 5 años; Debe tener mínimo (1) reconocimiento en proyectos. **Funciones Principales:** - Dirigir el arte de todo el material audiovisual - Acompañar el desarrollo de material audiovisual. - Llevar a cabo de inicio a fin, las entregas de material audiovisual.
	Personal Requerido: Un (1) Director BTL **Perfil y Experiencia:** puede ser un profesional en diseño, marketing, publicidad o carreras afines; Experiencia mínima de (3) años en cargos relacionados a dirección, coordinación de eventos y personal. **Funciones Principales:** - Dirigir los proyectos en campo, manejo y dirección de personal en contacto con público. - Ejecutar proyectos hasta cumplir objetivos, alcanzar metas en campo. - Supervisar la ejecución de cada proyecto. - Recibir información de cliente, analizar y comunicar al equipo para atender el requerimiento. - Asistir a reuniones de tráfico para garantizar la óptima ejecución de cada acción. - Tramitar los equipos físicos y personales según requerimiento.
	Personal Requerido: Tres (3) Ejecutivos **Perfil y Experiencia:** puede ser unos profesionales en mercadeo, publicidad, comunicación, o carreras afines. Experiencia mínima de 2 años comunicación organizacional y en el manejo de cuentas o eventos nacionales o internacionales de consumo masivo o servicios en agencia de publicidad o medios. **Funciones Principales:** - Supervisar la ejecución de campañas de divulgación. - Supervisar toda la producción de campañas. - Manejar el tráfico interno. - Tramitar los ajustes, tiempos y movimientos. - Llevar a cabo el proceso de apertura de órdenes de trabajo (OT). - Llevar a cabo el proceso facturación. - Coordinar los procesos administrativos y coordinación del proceso creativo y de producción. - Atender diariamente las solicitudes por parte de la Policía Nacional.
13.	**Personal Requerido:** Cuatro (4) Copy **Perfil y Experiencia:** puede ser unos profesionales en comunicación social y periodismo, publicidad, mercadeo o carreras afines. Experiencia mínima de 1 año en desarrollo y conceptualización de campañas de divulgación, debe ser creativo, original, con habilidades de persuasión. Los copy deben tener la capacidad de redacción usando diferentes estilos, desde el más técnico al más cercano, debe captar rápidamente las ideas y plasmarlas de forma clara por escrito. Estar al día de las nuevas tendencias y la cultura popular, permanecer actualizado sobre los nuevos medios de divulgación, encajando positivamente a las críticas y las frustraciones en dado caso de hacer varios cambios en su ejercicio laboral, con capacidad de trabajo bajo presión, debe tener un dominio fluido de la lengua escrita (ortografía, gramática y puntuación), Comprensión visual, Habilidades interpersonales, de trabajo en equipo y de TIC. **Funciones Principales:** - Realizar el desarrollo conceptual de las piezas de divulgación. - Definir y aprobar los textos de todas las piezas. - Dirigir y supervisar los procesos de producción cuando así se requiera. - La función de escribir – revisar – corregir textos y ortografía de la lengua española e inglesa.
	Personal Requerido: Cuatro (4) Diseñador Gráfico Junior **Perfil y Experiencia:** puede ser unos profesionales en diseño gráfico, publicidad, mercadeo, arquitectura, comunicación o afines. Experiencia mínima de 1 año en temas relacionados con el diseño gráfico.

	Funciones Principales: - Realizar el desarrollo conceptual / gráfico de las piezas de divulgación. - Definir y proponer las imágenes, fotografías, ilustraciones o cualquier otro elemento gráfico.
	Personal Requerido: Un (1) Fotógrafo **Perfil y Experiencia:** puede ser un profesional en Diseño Gráfico, Fotografía o carreras afines, con especialización en fotografía. Experiencia en fotografía de eventos. Debe tener capacidad de aprendizaje y curiosidad, ser creativo, con pasión por la fotografía, paciente, persistente, debe tener visión y ser flexible. Experiencia mínima de 2 años. **Funciones Principales:** - Realizar trabajo y acompañamiento a temas fotográficos, asesoría en imagen y manejo de fotos. - Revisar el material y seleccionarlo para el diseño de piezas o publicaciones.
	NOTA 1: en caso que el personal solicitado para la ejecución del contrato, requiera ser reemplazado por el Contratista, éste solicitará al coordinador del contrato el cambio respectivo, enviando los documentos soportes del profesional que permitan validar el cumplimiento de los requisitos y perfiles establecidos en el presente anexo, caso en el cual el coordinador del contrato aprobará el nuevo profesional en un término máximo de 5 días hábiles.
	NOTA 2: el personal antes mencionado debe suscribir un documento donde manifiesten que trabajarán únicamente en el presente proyecto, su labor se destinará 100% a cumplir los objetivos de esta contratación, este documento debe contener toda la información personal y la manifestación expresa de dicho consentimiento.
	NOTA 3: dentro de la producción de las diferentes actividades de divulgación institucional, se podrá incluir diferentes perfiles necesarios para la correcta ejecución, tales como director, director de proyecto, asistentes, director de fotografía, operadores, gaffer, técnicos de luces, productor, coordinador, realizador, productor de campo, sonidista, videógrafo, fotógrafo, animador, locutor, presentador, personal de logística y otros que puedan requerirse durante la ejecución del contrato, y demás profesionales que se requieran para la creación de estratégicas.
14.	Las actividades aquí realizadas, deben estar enmarcadas con las características técnicas, necesidades y diseños conceptuales proporcionados por la Policía Nacional para cada campaña, programa o acción de comunicación a desarrollar. Para esto, el contratista deberá crear o adaptar los conceptos, contenidos y/o necesidades provistas por la Policía Nacional en una propuesta creativa – audiovisual y gráfica que cumpla con el objetivo solicitado para cada campaña específica, o programa, o unidad de contenido, o acción de comunicación y enviar para aprobación del coordinador del contrato. Dichas propuestas deberán tener en cuenta, ser sustentadas y desarrolladas atendiendo las características culturales o idiosincrasia de las diferentes poblaciones o regiones a las cuales serán dirigidas, conforme al público objetivo. El contratista deberá proponer la línea gráfica de la campaña o programa o acción de comunicación, el "look-and-feel", con la paleta de colores, uso de tipografías, etc., de acuerdo con los lineamientos gráficos y de marca proporcionados por la Policía Nacional. Los diseños gráficos deberán ser aprobados por el coordinador del contrato previamente a su producción. La Policía Nacional proporcionará los brief de cada necesidad de comunicación y el contratista deberá realizar los siguientes procesos con entregables de acuerdo con la necesidad presentada: • Concepto creativo (slogan y diseño) para ATL, o OUTDOOR o eventos (según aplique). • Propuesta gráfica KV (Key Visual) • Story, guiones y shooting • Presupuesto desglosado con el ítem del tarifario de producción al cual corresponde. **NOTA**: estos entregables deben ser desarrollados por el personal especializado del equipo de trabajo para cada uno de los temas y cada entregable deberá ser aprobado por la Policía Nacional a través del coordinador del contrato. Así mismo, los cambios o ajustes que se soliciten por parte del coordinador del contrato, deberán ser efectuados dentro de los términos en que sean requeridos.

15.	El contratista deberá garantizar la ejecución de cada una de las campañas o unidades de contenido o programas o demás acciones de comunicación con el lleno de los requisitos o características solicitadas por la Policía Nacional. A continuación, se describen las generalidades:
16.	**A) ATL** El desarrollo de las campañas o programas o demás acciones de comunicación deberán tener en cuenta y ser sustentadas en las características culturales o idiosincrasia de la población conforme al público objetivo y regiones. Se deberá trabajar con equipos humanos y técnicos calificados que permitan alcanzar los objetivos propuestos por la entidad, con resultados de calidad. El contratista se encargará de la gestión de todos los recursos necesarios para la prestación del servicio, los cuales podrán ser, entre otros: humanos, técnicos, logísticos y otros servicios requeridos para obtener los resultados para la producción de campañas o unidades de contenido o demás acciones de comunicación en cumplimiento del objeto del contrato. **Producción creativa de material audiovisual** Para la producción de material audio visual se debe tener en cuenta: -Cámaras de cine y de video 4k, entre otras. -Sonido profesional. Sistema profesional boom solapa, entre otros. -Sistema de luces. -Edición, graficación, mezcla de sonido, luces, música. -Fotografía. Debe tenerse en cuenta que cada proyecto o campaña requerirá una necesidad técnica diferente que será previamente informada por el coordinador del contrato. La producción deberá desarrollarse en el marco de las diferentes regiones del país que se requieran, con sus respectivos derechos a perpetuidad, para el uso de modelos en televisión nacional, televisión regional, televisión por cable, cine, redes sociales o medios internos. **Producción de piezas gráficas** Una vez el coordinador del contrato apruebe las propuestas de los conceptos creativos y sus respectivas estrategias, el contratista procederá a realizar la producción de las piezas gráficas con el acompañamiento permanente del coordinador. **Producción para cuñas radiales** Se harán cuñas radiales originales de 20 segundos a 30 segundos. El guion, la música, efectos y casting de los locutores, deberán ser previamente aprobados el coordinador del contrato. **Producción para radio y/o plataformas digitales** Se realizarán grabaciones de audio y/o entrevistas para la producción de audios tipo podcast, se debe contar con el personal y locación adecuados para la preproducción, producción y posproducción, estas piezas deberán ser entregadas completas, deberán ser previamente aprobados por el coordinador del contrato. **Producción OUTDOOR** Se solicitará al contratista la producción del KV para medios exteriores como paraderos, vallas, pantallas; entre otros, a nivel nacional. El contratista deberá entregar previamente los editables. Esta producción deberá incluir desde el diseño hasta su ejecución. Es responsabilidad del contratista realizar la logística para el montaje de Outdoor. **Producción para medios impresos** Se solicitará producción de referencias de KV para periódicos, revistas; entre otros. El contratista deberá entregar los editables con adaptaciones en los tamaños que se requieran y con las diferentes especificaciones técnicas de los medios. **Producción de fotografías**

	Se solicitará servicios de fotografía profesional y de registro en calle. Se deberán entregar las fotos originales con derechos para el uso de los modelos para medios digitales, divulgación exterior e impresos exclusivamente a perpetuidad. **Producción para redes sociales** Se solicitará la producción de piezas gráficas para redes sociales como Instagram, Facebook, TikTok y YouTube, entre otras. Piezas de fotos fijas tipo cuadro digital para todas las redes sociales, carruseles, animaciones (formato gif), entre otros.
16.	Producción de videos de unidades de contenido y adaptación para redes sociales. Se solicitará al contratista producción de unidades de contenido, que se refiere a piezas audiovisuales con temáticas específicas a nivel nacional. La duración de estos contenidos será de 30 segundos a un minuto y medio y deberán ser adaptados a los siguientes formatos digitales, entre otros: • videos para Instagram. • videos para Facebook • videos para TikTok • Pre roll, bumper ads o videos promocionales para YouTube. De igual forma, el contratista deberá contar con herramientas de monitoreo necesarias para evidenciar el alcance del producto, generando análisis de métricas.
	B) ACCIONES DE COMUNICACIÓN
17.	Durante el desarrollo de acciones de comunicación in house desarrolladas por la Policía Nacional, en especial, por la Oficina de Comunicaciones Estratégicas, se podrá requerir servicios de apoyo como agencia de publicidad para el desarrollo de dichas actividades, que permitan dar cumplimiento al objetivo final de comunicación.
18.	En esta etapa se podrá requerir edición, animación, graficación, entre otros. La edición deberá ser realizada con equipos técnicos y humanos calificados.
19.	Durante la ejecución del contrato, se requerirá la prestación de servicios de apoyo logístico para los eventos que adelante la Policía Nacional en cumplimiento de su misión y funciones. En este sentido, el contratista deberá proporcionar el soporte logístico necesario para la realización de eventos presenciales o virtuales solicitados por la Entidad, tales como congresos, conferencias, desarrollo de estrategias en las regiones, áreas metropolitanas, departamentos, direcciones y oficinas asesoras, entre otros. Estos eventos podrán llevarse a cabo en distintas localidades del país, de forma presencial o virtual, y podrán ser requeridos en uno o varios lugares de manera simultánea. El coordinador del contrato deberá hacer entrega de un brief que contenga los requisitos y características del apoyo logístico requerido para cada tipo de actividad a realizar. En el desarrollo de los eventos se debe tener en cuenta que comprende la ejecución de actividades logísticas conexas necesarias para la asistencia y realización de eventos, los cuales podrán requerir: transporte, sonido, sillas, carpas, elementos didácticos como tableros, computadores, entre otros. (No tiquetes, pasajes, hospedaje y alimentación para los participantes del evento, a excepción de la alimentación del personal de logística). Las visitas técnicas de inspección pre-montaje deben ser asumidas por el contratista. El contratista deberá proveer los siguientes servicios: montaje y desmontaje, mantenimiento, personal de atención al ciudadano en las experiencias itinerantes, registro de participantes y evaluación de los eventos en caso de ser requerido, entre otros.

19.	El contratista se encargará de la gestión de todos los recursos necesarios para la prestación de servicios (humanos, consumibles, energía), bienes (bodegaje, herramientas, camiones, sistemas) y otros servicios requeridos. En caso de ser necesario, el contratista deberá proporcionar los materiales necesarios para la participación de la ciudadanía en las actividades, garantizando la disponibilidad de estos en cada una de las jornadas de implementación. La gestión de los permisos o autorizaciones para el uso de los espacios públicos será realizada por el contratista. El contratista deberá entregar un informe a la finalización de cada evento con las respectivas fotografías y/o videos, y soportes de la ejecución del evento conforme a lo aprobado por el coordinador del contrato. Una de sus principales tareas es la de optimizar el proceso logístico, ocupándose de toda la logística complementaria con el fin de obtener los mejores resultados para la ciudad y garantizando el cumplimiento del objeto del contrato. A continuación, se realiza una descripción general de los servicios a proporcionar por parte del contratista: **Montaje y desmontaje** El contratista proporcionará el montaje de las estructuras, módulos y materiales de cada una de las jornadas o eventos en la calidad definida en el diseño de la experiencia y en la producción inicial, llevando a cabo las actividades requeridas para ello. Así mismo, el contratista se encargará del adecuado desmontaje y embalaje de las piezas, materiales y estructuras. El contratista deberá garantizar el suministro de energía mediante la provisión de una planta eléctrica, de ser necesaria, para cada una de las jornadas. **Transporte y Bodegaje** El contratista garantizará la operación del adecuado funcionamiento y servicio de los eventos o jornadas, para lo cual proporcionará el transporte hasta y desde el punto programado por la Policía Nacional para cada una de las jornadas de implementación de las experiencias. En los momentos en que los elementos físicos de los eventos o jornadas no estén en uso, antes o después de una jornada, o en días en que no haya programación, deberán ser almacenados en un lugar seguro proporcionado por el contratista, a su costa. **Mantenimiento y gestión de riesgos** El contratista se encargará de realizar mantenimiento preventivo a las piezas, materiales y estructuras física de las experiencias itinerantes: limpieza, pintura, aceite, actualizaciones, etc. En caso de fallas, daños, reparaciones o pérdida, el contratista asumirá los costos de reposición o mantenimiento derivado de estas, durante la ejecución del contrato. **Recurso humano** El contratista deberá disponer el personal para la prestación del servicio desde la planeación, funcionamiento hasta la finalización, cumpliendo los requisitos mínimos exigidos por la Policía Nacional de acuerdo con la especificidad de cada evento o jornada, este personal dependerá única y exclusivamente del contratista y por tanto no tendrá vínculo laboral ni contractual con la Policía Nacional. Cabe aclarar, que habrá eventos donde la Policía Nacional proporcionará personal correspondiente a temas técnicos específicos.

19.	El contratista deberá proporcionar la dotación o vestuario de cada uno de los facilitadores y coordinadores de cada una de los eventos o jornadas, sin embargo, en caso de que se requiera una dotación o vestuario especial por parte la Policía Nacional, este deberá ser acorde al diseño aprobado por la Policía Nacional y con base en el manual de imagen de marca de la administración y deberá ser incluido en la cotización del respectivo evento o jornada. **NOTA**: cabe señalar que el Contratista será el único responsable de la salud, seguridad e integridad física del personal que sea contratado y utilizado para cualquier evento o campaña de divulgación en la ejecución del contrato, liberando de toda responsabilidad civil, penal, fiscal, contractual y extracontractual a la Policía Nacional por cualquier accidente, diferencia, alteración, lesión e incluso la muerte, exonerando de cualquier tipo de responsabilidad, así mismo a sus funcionarios y delegados como el Coordinador del contrato, renunciando a cualquier derecho o demanda, indemnización o cualquier acción legal en contra de cualquiera. **Registro y servicios de comunicaciones** Se requiere la consolidación de una base de datos de los participantes de cada una de las jornadas o eventos, que contenga la información organizada de cada uno de los ciudadanos o participantes, garantizando la protección de datos personales, tal como lo establece la Ley 1581 de 2012. Esta información deberá ser recabada en medio digital, mediante el uso de una tablet o computador, y un programa de bases de datos o un servicio SAAS (Software como servicio, que permite a los usuarios accesar la información a través de internet). El contratista deberá proporcionar a su costa los servicios tecnológicos requeridos para ello y garantizar la conexión a internet en cada una de las experiencias itinerantes. **Evaluación BTL** El contratista se encargará de ejecutar los mecanismos de monitoreo y evaluación del proyecto, los cuales implicarán conteos de los visitantes, de la duración de las visitas, levantamiento de estadísticas de ingreso, permanencia e interacción con las distintas actividades, entre otros. El contratista acordará con la Policía Nacional al inicio del contrato, la frecuencia y la forma de proporcionar dichos datos a la Entidad. Es fundamental que toda la información sea conservada y entregada en medio magnético por parte del contratista. Se requerirá eventualmente de la aplicación de encuestas a los ciudadanos o participantes por parte del personal del contratista, para lo cual la Policía Nacional aprobará previamente la metodología específica.
20.	Presentar la estrategia de plan de medios necesarios para la emisión y divulgación de las producciones audiovisuales de las campañas establecidas por la Policía Nacional o unidades de contenido que responden al brief enviado por la Policía Nacional. El plan de medios deberá contemplar cubrimiento a nivel nacional, regional y local, teniendo en cuenta la oferta de medios de comunicación masivos y según sea la necesidad, los cuales podrán ser, entre otros: 1. Televisión comunitaria, regional, por cable y nacional. 2. Cine. 3. Radio regional y radio nacional. 4. Periódicos y revistas. 5. Medios alternativos y medios digitales. 6. OOH. Se deberá justificar la estrategia de medios a utilizar en cada una de las solicitudes realizadas por la Policía Nacional para la planificación, sustentación, direccionamiento estratégico, ordenación y compra de medios, para esto se deberá contar de manera permanente con estudios, investigaciones y análisis especializados en medición de medios masivos de comunicación a través del uso de herramientas como EGM y/o TGI, IBOPE, ECAR y COMSCORE, sin ningún costo para la Entidad y a disposición de la misma, adicionalmente, la estrategia de medios

20.	deberá tener en cuenta las características culturales o idiosincrasia de la población conforme al público objetivo y las regiones a las cuales se dirige. El contratista a la finalización de la ejecución de cada plan de medios deberá presentar los siguientes informes y soportes: 1. Informe de medición de alcance por cada medio de comunicación y red social. 2. Informe de optimización de recursos, donde se pueda observar el rendimiento financiero de los recursos aprobados, lo cual se traduce en negociaciones, descuentos y bonificados, esto debe estar alineado con el plan de medios aprobado, y el porcentaje de optimización no deberá ser menor que la comisión de intermediación. 3. Informe gráfico de distribución de recursos invertidos por cada medio de comunicación, región y el número de pautas realizadas. 4. Presupuestos iniciales vs reales cumplidos. 5. Soportes de ejecución de pauta: a. Radio, televisión: factura emitida por el medio de comunicación y certificado de emisión que contenga: Nombre del producto, número de emisiones, fechas y métricas. b. Medios impresos: factura emitida por el medio de comunicación y entregar un (1) ejemplar por cada periódico o revista donde se publicaron los avisos, donde se deberá evidenciar las fechas de publicación. c. Medios exteriores - OOH: factura emitida por el medio de comunicación y fotografía o vídeo de ubicación del mensaje, referenciando el punto de la pauta. d. Medios digitales: factura emitida por el medio y/o plataforma digital con evidencia de publicación, en donde se pueda validar las fechas y análisis de las métricas. Los KPI o medidores de desempeño serán establecidos por la Policía Nacional y sobre estos se deberá desarrollar la propuesta de medios que podrá ser ajustada por el coordinador del contrato. La negociación con los medios deberá hacerla el contratista, en las negociaciones y contratación de la pauta deberá: • Tener acceso a mejores tarifas y descuentos en los medios y franjas a utilizar en la divulgación. • Demostrar que a partir de los recursos aprobados se contraten medios de comunicación de mayor alcance hacia el público objetivo. • Procurar la negociación de paquetes. La Policía Nacional podrá negociar directamente con los medios para obtener mejores tarifas y solicitar al contratista su inclusión en el plan de medios respectivo. Para lo relacionado con Televisión Nacional, el contratista deberá presentar en el plan de medios, el rating y el valor por CPR de la tarifa que se está cobrando.
21.	De acuerdo a las necesidades institucionales, dentro de las campañas de divulgación deberá utilizar tipos de voces para las emisoras de la Policía Nacional, mostrando las características del estudio de grabación y su equipo humano, calidad y cantidad de efectos, manejar la preproducción del trabajo, producción con cobertura nacional, con los programas afines que utilice las emisoras en los dispositivos y sus formatos.
22.	Informar los trabajos realizados, estos deben denotar las acciones que se ejecutan para cumplir con los objetivos.
23.	Composición auditiva del concepto de la campaña de la Policía Nacional, a fin de impactar al público cautivo con un claro mensaje, grabado con voces profesionales propuesta sobre maqueta de jingle o sonorización, off, texto y guion específico de la ideación. Estos entregables se solicitarán de acuerdo al tiempo, modo y lugar que se presenten con referencia a las necesidades Institucionales, enmarcadas en el Plan de Medios.
	La Policía Nacional puede solicitar producción de cuñas radiales en los formatos, extensión y demás características de acuerdo a las diferentes necesidades.

24.	Composición gráfica de la propuesta de ideación para la realización de piezas gráficas de ATL y digitales, con la planimetría específica, reglamento de uso de la identidad e imagen de la Policía Nacional.
	La Policía Nacional puede solicitar diseño y producción de banners en los formatos y características de acuerdo a las diferentes necesidades.
25.	Componente gráfico y visual con base en la ideación y el Key Visual para las correspondientes publicaciones en las cuentas oficiales de Facebook e Instagram de la Institución.
	FB/IG / Page Post / Imagen + Texto / Tipo de archivo: IPG o PNG / Relación de aspecto de la imagen: de 1,91:1 a 4:5 / Resolución recomendada: sube la imagen con la resolución más alta que esté disponible / La entrega de imágenes que contengan más de un 20% de texto puede verse limitada / Texto principal 125 caracteres con enlace / Relación de aspecto de la imagen: 1,91:1 a 1 / Resolución recomendada: 1.080 x 1.080 pixeles como mínimo / Título: 25 caracteres / Descripción: 30 caracteres relación 1:1
	La Policía Nacional puede solicitar componente gráfico y visual para Facebook, Instagram y TikTok en los formatos y características, de acuerdo a las diferentes necesidades.
26.	Componente gráfico y visual con base en la ideación y el KV para las correspondientes publicaciones de la cuenta oficial en X de la Institución.
	Red social X / Imagen promocionada / Imagen + Texto / Texto del Post: 280 caracteres. Cada enlace usado le resta 23 caracteres al conteo, lo que deja 257 caracteres restantes para el texto del Post. Ancho/altura de la imagen: 1024x512. Para la imagen de portada en X, se recomienda que su medida sea de 1500x500 y que su peso sea máximo de 5MB.
	La Policía Nacional puede solicitar componente gráfico y visual para X en los formatos y características de acuerdo a las diferentes necesidades.
27.	Registro fotográfico en alta calidad de imágenes del servicio policial o sus capacidades cumpliendo los requerimientos técnicos y la selección previa de cada actividad, capacidades o recursos del servicio de policía. Especificaciones técnicas requeridas: 1) 3 cámaras profesionales Nikon o Canon, tripodes, grips. 2) Set de objetivos 18mm- 55mm, 16mm – 35mm f/2.8, 24mm – 70mm f/2.8, 70mm – 200mm f/2.8. 3) 2 cabezas Elinchrom BRX 500, 2 tripodes Elinchrom, 1 Softbox Octa 135 cm, 1 Softbox Portalite rectangular, 1 Softbox Portalite octagonal, 2 sombrillas plateadas, 1 Radio control, Combo F02 – Flash Elinchrom BRX 500 x 2 luces. Derechos de propiedad para la Policía Nacional sobre las fotos sin extras y pago de derechos vitalicios a extras en caso de salir en fotos.
	La Policía Nacional puede solicitar componente fotográfico en los formatos y características de acuerdo a las diferentes necesidades.
28.	Preproducción, generar ideas creativas las cuales apliquen con múltiples posibilidades narrativas y expresivas, ofreciendo un producto atractivo e impactante tanto al público externo como interno, planear cada aspecto de la producción, indicar posibles escenarios y locaciones con sus respectivos permisos, desarrollo de un guion literario, guion técnico, storyboard, plan de rodaje entre otros elementos propios de la preproducción. Especificaciones técnicas requeridas: Estudio con croma con un mínimo de 5m2
	Producción, disponer de los equipos técnicos, tecnológicos y talento humano necesarios para adelantar proyectos audiovisuales, manejando los estándares nacionales e internacionales de cine y televisión, contando con elementos como cámaras profesionales full frame, drone, Go Pro, Gimball, Steadicam, cámara 360 (si son necesarios) iluminación entre otros elementos indispensables para el desarrollo de la producción. Especificaciones técnicas requeridas: 1) 1 tarjeta SXS de 64GB, Tarjeta SXS de 32GB. 2) Lector SXS. 3) 2 baterías BP-U. 4) 1 micrófono inalámbrico Sennheiser. 5) 1 cargador AC BP-U Sony. 6) 1 trípode Manfrotto 502. 7) 1 maleta rígida de Transporte. 8) Como mínimo Cámara Sony XDCAM-EX3 y como máximo Cámara Sony PXW-FX9. 9) Cámara 360 video esférico de 5K y fotos de 5.7K.

	10) Drone Mavick Pro. 11) 2 cabezas Elinchrom BRX 500, 2 tripodes Elinchrom, 1 Softbox Octa 135 cm, 1 Softbox Portalite rectangular, 1 Softbox Portalite octagonal, 2 sombrillas plateadas, 1 Radio control, Combo F02 – Flash Elinchrom BRX 500 x 2 luces.
	Postproducción (Edición) digital en 4k (o requerimientos específicos para cine y televisión), Sala de edición para postproducción y motion de créditos de la pieza, Software de edición Final Cut Pro X, premiere, Graficación en After efect entre otros programas de edición gaficacion y modelado en 3D, y edición de sonido Prootols en off profesional, con maqueta de jingle o sonorización específica con textos aprobados en el componente de ideación.
	Locutor institucional digital 1 x 60 SEG / RED 1 x 30 SEG. (Si es requerido), lenguaje de señas y closed caption, según lo definido por la comisión reguladora de comunicaciones.
	Música original o que cuente con todos los derechos reservados para la Policía Nacional.
	Derechos de propiedad para la Policía Nacional sobre los videos sin extras y pagos de derechos vitalicios a extras en caso de salir en videos.
	Realizar campaña expectativa tráiler con la nueva campaña (si es requerido).
	Realizar videos cortos para redes sociales bajo la campaña dispuesta (si es requerido).
	Realizar videos cortos de campañas publicitarias para la Policía Nacional (si es requerido).
	Realizar videos de proyecto musical audiovisual en un formato de grabación "live session" donde las Orquestas de la Policía Nacional ponga en escena su nivel artístico. Este formato, tendencia a nivel musical contempla grabación, producción, mezcla y masterización a nivel profesional de cinco (05) piezas musicales o más (si es requerido).
	Realizar videos de proyecto audiovisual donde requiera el portafolio de las dependencias de la Oficina de Comunicaciones Estratégicas u otras unidades Policiales (si es requerido).
	Establecer alianzas de distribución a nivel nacional en canales nacionales y redes sociales (si es requerido).
29.	Divulgación exterior, vallas publicitarias, pasacalles y pendones con medidas específicas, diseño EUCOL a escala editable (si es requerido).
	Brandeo de superficies en las medidas necesarias en impresión digital, también puede ser microperforado para vidrios (si es requerido).
	Todo el material debe cumplir con lo especificado en el Plan de Medios entregado y autorizado por la Policía Nacional y debe estar enmarcado en el Reglamento de Uso de la Identidad e Imagen de la Policía Nacional.
	El lugar de ejecución para la producción de todas las piezas que hacen parte de este contrato, será aprobado por el coordinador del contrato.
30.	El contratista podrá incluir adicionalmente dentro de la preproducción de las campañas, aspectos relacionados con el talento humano, logística y equipos, con el fin de optimizar la eficiencia, eficacia y efectividad de los productos finales, justificado en la dinámica de la Institución, la cual en ocasiones requiere las acciones en tiempos menores o de urgencia.
	La facturación de los servicios prestados, deberán llevar un anexo del desglose de la campaña de divulgación, donde se discrimine los diferentes ítems que conforman las acciones desarrolladas por el contratista, con el fin de determinar valores unitarios.
31.	Si la Policía Nacional, considera pertinente someter a estudio de seguridad al personal que prestará los servicios, el contratista permitirá y facilitará todos los medios que la Entidad le solicite para este fin. El Contratista se obliga a no suministrar información que obtenga o conozca con ocasión de la ejecución del contrato y que se encuentra marcada como confidencial; así como sobre los lugares a los cuales tenga acceso con ocasión de su servicio y sea revelada información como confidencial.
32.	**CONCEPTO AMBIENTAL:** El contratista se compromete a cumplir con la normatividad ambiental vigente, aplicable a su actividad económica o productiva.
	El contratista deberá alinearse al Sistema de Gestión Ambiental de la Policía Nacional, conforme a la norma ISO 14001:2015, con el propósito de promover la sostenibilidad ambiental en los procesos, productos y servicios de la institución, esto incluye la adherencia a la Política Ambiental.
	Cualquier infracción ambiental derivada de la omisión de permisos, concesiones o licencias ambientales, que debieron tramitarse antes, durante o al finalizar el servicio, será asumida como responsabilidad del contratista.
	Priorizar la implementación de buenas prácticas ambientales, enfocadas a la reducción de consumo de papel eficiencia energética, para contribuir al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

	Garantizar que todo el material que se entregue a la Policía Nacional en forma digital, se realice en un medio reutilizable, los escritos deberán estar ajustados de acuerdo a la Directiva Presidencial 04 de 2012 "Eficiencia Administrativa y Lineamientos de la Policía Nacional Cero Papel en la Administración Pública" (Aplica a los contratos en donde se deben presentar informes).
33.	El contratista deberá cumplir con la implementación del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo.
34.	El Contratista deberá nombrar un(a) ejecutivo(a) de cuenta, encargado(a) de gestionar eficientemente las solicitudes de productos y/o servicios relacionados con el objeto contractual, además, debe realizar una presentación que sirva en la toma de decisiones para la correcta ejecución del presupuesto.
35.	Una vez se suscriba el contrato y se apruebe la garantía única, se deberá suscribir un acta de inicio, con el fin de documentar los procedimientos y pormenores para el efectivo desarrollo del objeto contractual.
36.	Teniendo en cuenta factores de oportunidad, calidad y precio, el coordinador del contrato, aprobará los presupuestos para cada servicio solicitado durante la ejecución del mismo, por lo que es necesario que el contratista envíe las correspondientes cotizaciones al correo electrónico coest.gruso-cont@policia.gov.co
37.	**CESIÓN DE DERECHOS**: el Contratista deberá entregar un acta de cesión de derechos de propiedad de los productos y/o servicios derivados de la ejecución del contrato, incluyendo la creación de idea, lemas, logotipos (slogan) y estrategias de esta obra, para que la Policía Nacional use y utilice los mismos para los fines que estime pertinente.
38.	La elección, selección y determinación del servicio o producto comunicacional requerido, es responsabilidad y potestad de la unidad policial que tenga la necesidad, sin embargo, la solicitud de autorización para iniciar el proceso de adquisición debe estar ajustada al presupuesto disponible en cada caso.
39.	En los casos en que se requieran servicios distintos a los anteriormente enunciados, el Contratista deberá asegurar su capacidad de suministrarlos, considerando siempre tiempos de proveeduría, calidad, precios y disponibilidad de presupuesto, en todo caso será su responsabilidad la consecución de los mismos.
40.	Cumplir con el compromiso anticorrupción durante la ejecución del contrato manifestando que se encuentra dispuesto a suministrar la información propia que resulte necesaria para aportar transparencia al mismo y si se comprueba el incumplimiento del contratista, sus empleados, representantes, asesores o de cualquier otra persona que actué en su nombre es causal suficiente para la terminación anticipada del contrato.
41.	En lo que corresponde a la participación de un particular en actividades de preproducción y producción de campañas de divulgación, se señala que la situación puede poner en riesgo al equipo de producción, debido a las funciones que cumple la Institución, máximo cuando se utilizan instalaciones y componente logístico de la entidad, por lo cual, el riesgo del equipo productor debe asumirse por el contratista.

LA POLICÍA NACIONAL

Brigadier general **HERBERT LUGUIY BENAVIDEZ VALDERRAMA**
Director Logístico y Financiero de la Policía Nacional (E)

EL CONTRATISTA

ADOLFO ANTONIO TEJADA DÍAZ
Representante Legal de la INFOTIC S.A.

Subintendente Paola Fernanda González Beltrán
Estructurador Estudio Previo

ANEXO Nro. 3
"SERVICIOS DE REFERENCIA"

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO SIN IVA	IVA	VALOR IVA INCLUIDO
	CREACIÓN				
1	Creación de guion en documento formato Word con un máximo de 5 hojas para videos y/o comerciales de máximo 3 minutos en pro de una campaña de comunicación.	1	773.109	146.891	920.000
2	Creación de story telling, aporte gráfico para aterrizaje de ideas en video comercial de campaña de comunicación.	1	924.370	175.630	1.100.000
3	Diseño y creación de plan de rodaje, debe incluir textos explicativos, voz en off, tiempos, imágenes ilustrativas de la visual de la escena	1	991.597	188.404	1.180.001
	EDICIÓN				
1	Edición pieza audiovisual de 30".	1	2.184.874	415.126	2.600.000
2	Edición de material en bruto para realizar pieza audiovisual de 30 segundos.	1	2.941.176	558.824	3.500.000
3	Turno de animación y graficación 2D (jornada de 8 horas).	1	1.596.639	303.361	1.900.000
4	Animación y graficación de piezas audiovisuales y entre el material finalizado.	1	1.260.504	239.496	1.500.000
5	Turno de animación y graficación 3D (jornada de 8 horas).	1	1.764.706	335.294	2.100.000
6	Animación y graficación de piezas audiovisuales y entre el material finalizado.	1	1.344.538	255.462	1.600.000
7	Suministro de iluminación para vídeo en interiores (kit de 6 luces led, accesorios y grip), con luminotécnico incluido en Bogotá. Turno de 8 horas.	1	1.680.672	319.328	2.000.000
8	Suministro de iluminación para vídeo en interiores (kit de 6 luces led, accesorios y grip), con luminotécnico incluido en ciudad fuera de Bogotá. Turno de 8 horas.	1	1.680.672	319.328	2.000.000
9	Suministro de iluminación televisiva para vídeo en exteriores (kit de 6 luces led, accesorios y grip), con luminotécnico incluido en Bogotá. Turno de 8 horas.	1	2.100.840	399.160	2.500.000
10	Suministro de iluminación televisiva para vídeo en exteriores (kit de 6 luces led, accesorios y grip), con luminotécnico incluido en ciudad fuera de Bogotá. Turno de 8 horas.	1	1.260.504	239.496	1.500.000
11	Paquete de sonido profesional (Sistema profesional boom, solapa, entre otros) con sonidista incluido en Bogotá. Turno de 4 horas.	1	1.428.571	271.429	1.700.000
12	Paquete de sonido profesional (Sistema profesional boom, solapa, entre otros) con sonidista incluido en ciudad fuera de Bogotá. Turno de 4 horas.	1	2.016.807	383.193	2.400.000
13	Paquete de sonido profesional (Sistema profesional boom, solapa, entre otros) con sonidista incluido en ciudad fuera de Bogotá. Turno de 8 horas.	1	1.680.672	319.328	2.000.000
14	Suministro de servicio de cámara de vídeo 4K con operador incluido en Bogotá. Turno de 8 horas.	1	2.100.840	399.160	2.500.000
15	Suministro de servicio de cámara de video 4K con operador incluido en ciudad fuera de Bogotá. Turno de 8 horas.	1	924.370	175.630	1.100.000
16	Suministro de servicio de kit cámara de acción con operador incluido en Bogotá. Turno de 8 horas.	1	1.680.672	319.328	2.000.000
17	Suministro de servicio de kit cámara de acción con operador incluido en ciudad fuera de Bogotá. Turno de 8 horas.	1	1.680.672	319.328	2.000.000
18	Suministro de servicio de dron con operador incluido en Bogotá. Turno de 4 horas.	1	2.100.840	399.160	2.500.000
19	Suministro de servicio de dron con operador incluido en ciudad fuera de Bogotá. Turno de 4 horas.	1	1.764.706	335.294	2.100.000
20	Servicios de fotografía profesional en estudio o de registro en calle con retoques y cesión de derechos de hasta 10 fotografías finalizadas en Bogotá.	1	840.336	159.664	1.000.000
21	Servicios de fotografía profesional en estudio o de registro en calle con retoques y cesión de derechos de hasta 20 fotografías finalizadas en Bogotá.	1	1.260.504	239.496	1.500.000
22	Servicios de fotografía profesional en estudio o de registro en calle con retoques y cesión de derechos de hasta 10 fotografías finalizadas en ciudad fuera de Bogotá.	1	1.680.672	319.328	2.000.000
23	Creación y edición de render en 3d para stands, backing, diseño de espacios, debe incluir planimetría	1	2.100.840	399.160	2.500.000
	DISEÑO				
1	Diseño outdoor de KV a nivel nacional. Adaptación de piezas de divulgación exterior/outdoor (vallas paraderos, pantallas, carteles, buses, centros comerciales etc).	1	4.201.681	798.319	5.000.000

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO SIN IVA	IVA	VALOR IVA INCLUIDO
2	Diseño de referencias de KV para periódicos, revistas, entre otros. Adaptación de piezas de divulgación impresas y digitales.	1	4.201.681	798.319	5.000.000
	LOCUCIÓN				
1	Locución 20" Locutor / Actor - 1 persona	1	1.260.504	239.496	1.500.000
2	Voz en off para comerciales, se debe contemplar casting, voz masculina y femenina con múltiples entonaciones. 30 seg.	1	1.260.504	239.496	1.500.000
	PREPRODUCCIÓN				
1	Preproducción, producción, y post producción de comercial 30¨, con 1 día de Rodaje Bogotá. Contemplar los requisitos humanos y técnicos necesarios para el cumplimiento de las etapas de preproducción, producción y postproducción de comerciales.	1	16.806.723	3.193.277	20.000.000
2	Preproducción, producción, y post producción de comercial 30¨, con 1 día de Rodaje en ciudad fuera de Bogotá. Contemplar los requisitos humanos y técnicos necesarios para el cumplimiento de las etapas de preproducción, producción y postproducción de comerciales.	1	18.494.958	3.514.042	22.009.000
3	Producción de cuñas de radio/audio digital de 20" Incluye: Selección de casting (3 opciones), guion de la cuña, grabación y producción de la cuña, musicalización y edición.	1	2.521.008	478.992	3.000.000
	PRODUCCIÓN				
1	Producción de banner tradicional animado, display en diferentes medidas	1	1.260.504	239.496	1.500.000
2	Adaptación de unidades de contenido para Instagram Formato: Historias, carrusel, reel, post estático o gif y video con copy in /out	1	1.260.504	239.496	1.500.000
3	Adaptación de unidades de contenido para Facebook relación. Formato: Historias, carrusel, post estático o gif y video con copy in /out	1	840.336	159.664	1.000.000
4	Adaptación de unidades de contenido para otras redes sociales (Twitter). Formato: Carrusel, post estático o gif y video con copy in /out	1	1.680.672	319.328	2.000.000
5	Producción de bumper ads o videos promocionales para YouTube y otras plataformas de video de hasta 40"	1	1.596.639	303.361	1.900.000
6	Producción de infografías	1	806.723	153.277	960.000
	SERVICIOS				
1	Servicio de banco de stock de música libre de derechos. Plataforma por 1 año.	1	1.764.706	335.294	2.100.000
2	Servicio de banco de imágenes libre de derechos. Plataforma por 1 año.	1	1.512.605	287.395	1.800.000
3	Codificación de comercial por 1 mes.	1	1.260.504	239.496	1.500.000
4	Suministro de servicio de cámaras de cine estándar, con operador incluido en Bogotá. . Contemplar el turno de 4 horas y el transporte.	1	1.680.672	319.328	2.000.000
5	Suministro de servicio de cámaras de cine, con operador incluido en ciudad fuera de Bogotá. Contemplar el turno de 8 horas y el transporte.	1	3.361.345	638.655	4.000.000
6	Turno de animación y graficación 2D (jornada de 8 horas). Animación y graficación de piezas audiovisuales y entre el material finalizado.	1	1.260.504	239.496	1.500.000
7	Turno de animación y graficación 3D (jornada de 8 horas). Animación y graficación de piezas audiovisuales y entre el material finalizado.	1	1.764.706	335.294	2.100.000
8	Suministro de iluminación para vídeo en interiores (kit de 6 luces led, accesorios y grip), con luminotécnico incluido en Bogotá. Turno de 8 horas.	1	1.344.538	255.462	1.600.000
9	Suministro de iluminación para vídeo en interiores (kit de 6 luces led, accesorios y grip), con luminotécnico incluido en ciudad fuera de Bogotá. Turno de 8 horas.	1	1.680.672	319.328	2.000.000
10	Suministro de iluminación televisiva para vídeo en exteriores (kit de 6 luces led, accesorios y grip), con luminotécnico incluido en Bogotá. Turno de 8 horas.	1	1.680.672	319.328	2.000.000
11	Suministro de iluminación televisiva para vídeo en exteriores (kit de 6 luces led, accesorios y grip), con luminotécnico incluido en ciudad fuera de Bogotá. Turno de 8 horas.	1	2.100.840	399.160	2.500.000
12	Paquete de sonido profesional (Sistema profesional boom, solapa, entre otros) con sonidista incluido en Bogotá. Turno de 4 horas.	1	1.260.504	239.496	1.500.000

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO SIN IVA	IVA	VALOR IVA INCLUIDO
13	Paquete de sonido profesional (Sistema profesional boom, solapa, entre otros) con sonidista incluido en ciudad fuera de Bogotá. Turno de 4 horas.	1	1.428.571	271.429	1.700.000
14	Paquete de sonido profesional (Sistema profesional boom, solapa, entre otros) con sonidista incluido en ciudad fuera de Bogotá. Turno de 8 horas.	1	2.016.807	383.193	2.400.000
15	Suministro de servicio de cámara de video 4K con operador incluido en Bogotá. Turno de 8 horas.	1	1.680.672	319.328	2.000.000
16	Suministro de servicio de cámara de video 4K con operador incluido en ciudad fuera de Bogotá. Turno de 8 horas.	1	2.100.840	399.160	2.500.000
17	Suministro de servicio de kit cámara de acción con operador incluido en Bogotá. Turno de 8 horas.	1	924.370	175.630	1.100.000
18	Suministro de servicio de kit cámara de acción con operador incluido en ciudad fuera de Bogotá. Turno de 8 horas.	1	1.680.672	319.328	2.000.000
19	Suministro de servicio de dron con operador incluido en Bogotá. Turno de 4 horas.	1	1.680.672	319.328	2.000.000
20	Suministro de servicio de dron con operador incluido en ciudad fuera de Bogotá. Turno de 4 horas.	1	2.100.840	399.160	2.500.000
21	Servicios de fotografía profesional en estudio o de registro en calle con retoques y cesión de derechos de hasta 10 fotografías finalizadas en Bogotá.	1	840.336	159.664	1.000.000
22	Servicios de fotografía profesional en estudio o de registro en calle con retoques y cesión de derechos de hasta 20 fotografías finalizadas en Bogotá.	1	1.260.504	239.496	1.500.000
23	Servicios de fotografía profesional en estudio o de registro en calle con retoques y cesión de derechos de hasta 10 fotografías finalizadas en ciudad fuera de Bogotá.	1	1.680.672	319.328	2.000.000
24	Servicios de fotografía profesional en estudio o de registro en calle con retoques y cesión de derechos de hasta 20 fotografías finalizadas en ciudad fuera de Bogotá.	1	2.100.840	399.160	2.500.000
25	Servicio de compra de licencias o plataformas digitales para funcionamiento de herramientas de comunicación como transmisión de vídeos en vivo. El valor de la licencia dependerá de la plataforma.	1	4.201.681	798.319	5.000.000
26	Servicio de alquiler de Servidor para funcionamiento de página web por un año.	1	4.201.681	798.319	5.000.000
	TOTAL				

LA POLICÍA NACIONAL

Brigadier general **HERBERT LUGUY BENAVIDEZ VALDERRAMA**
Director Logístico y Financiero de la Policía Nacional (E)

EL CONTRATISTA

ADOLFO ANTONIO TEJADA DÍAZ
Representante Legal de la INFOTIC S.A.

Subintendente Paola Fernanda González Beltrán
Estructurador Estudio Previo