

FICHA TÉCNICA

OBJETO DEL CONTRATO:

Prestación de servicios de una agencia, para la asesoría de comunicaciones, mediante la gestión de información pública, producción y ejecución de estrategias de marketing digital y contenido multimedia para la Oficina de Comunicaciones Estratégicas de la Fuerza Aeroespacial Colombiana.

1. Calidad Mínima / Patrones de Desempeño Mínimos

Los servicios contratados deberán garantizar el fortalecimiento de la comunicación estratégica de la FAC, mediante un modelo, eficaz, oportuno, coherente y medible, tanto en el ámbito interno como externo, facilitando la adecuada difusión de mensajes y contenidos institucionales.

1.1 El contratista deberá contar con capacidades y experiencia certificada en:

- Producción y ejecución de estrategias integrales de comunicación, relaciones públicas y free press en medios de alto reconocimiento e impacto, a nivel nacional y/o internacional. Así como la distribución y difusión de contenidos en medios tradicionales y digitales, además el desarrollo e implementación de estrategias de marketing digital acreditada, mediante certificación que respalde los resultados obtenidos a lo largo de su actividad económica.
- Producción y ejecución de estrategias en imagen y posicionamiento para marca persona y/o institucionales, orientada a la prevención y gestión de crisis. La experiencia deberá demostrarse con resultados obtenidos con contratos anteriores, los cuales sean medibles y verificables.
- Uso e implementación de herramientas digitales y/o tecnológicas para el análisis de opinión pública, escucha digital y seguimiento al comportamiento de las conversaciones y tendencias en los medios de comunicación.
- Establecimiento de alianzas o convenios interinstitucionales, públicas o privadas.
- Eficiencia y efectividad en las actividades y entregables dispuestas en este proceso contractual.
- Preproducción, producción y postproducción de contenidos multimedia (video, audio, piezas gráficas, Inteligencia artificial) para plataformas digitales y medios tradicionales.
- El contratista deberá contar con equipos audiovisuales profesionales de última generación para producción en campo y estudio como: cámaras digitales formato cine o broadcast con sensores de alta gama, con capacidad de grabación mínima en resolución 4K UHD, perfiles de color profesionales (Log/RAW) y ópticas intercambiables. Sistemas de captura de audio de alta sensibilidad que incluyan micrófonos de condensador y/o dinámicos, equipos de estabilización y soporte profesional (gimbals, trípodes, sliders o steadycam), sistemas de iluminación profesional con control de temperatura y color, así como software

especializado de edición de imágenes, video, corrección de color, posproducción de audio y masterización, debidamente licenciados.

Para lo anterior, el contratista deberá acreditar experiencia específica en la producción y ejecución de estrategias integrales de comunicación, relaciones públicas, free press y marketing digital, incluyendo la generación, distribución y difusión de contenidos en medios tradicionales y digitales.

Acreditación:

Para la verificación de este requisito, el proponente deberá aportar certificaciones de contratos ejecutados, actas de liquidación, actas de recibo final o documentos equivalentes, en los cuales se evidencie de manera expresa:

- El desarrollo de estrategias de comunicación o marketing.
- La ejecución de actividades de relaciones públicas, free press o difusión de contenidos.
- El alcance de las actividades ejecutadas.
- El valor y periodo de ejecución del contrato.

Las certificaciones deberán estar debidamente suscritas por la entidad contratante o quien haga sus veces y corresponder a contratos ejecutados.

No se aceptarán documentos que no permitan identificar de manera clara y verificable la relación directa entre el objeto contractual y las actividades exigidas en el presente requisito.

2. Actividades y entregables:

2.1. Plan de medios y posicionamiento de narrativas:

El contratista deberá proponer, elaborar y ejecutar un Plan de Medios que garantice la publicación y difusión de notas periodísticas y contenidos de la FAC, así como, la participación de voceros institucionales en medios de comunicación de cobertura nacional o internacional, para exaltar el cumplimiento de la misión de la Fuerza Aeroespacial Colombiana y/o difundir información de carácter público. Las acciones se implementarán en los medios de mayor consumo en Colombia, con base en estudios y métricas del Reuters Institute, el Consorcio Nacional de Medios y Comscore.

- <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2025/colombia>
- <https://www.comscore.com/por/Insights/Blog/Ranking-de-Medios-auditados-por-Comscore-en-Colombia>
- <https://grupocnm.com/2025/08/28/consumo-digital-colombia-2025-comscore/>

-Entregables:

En los 10 días hábiles posteriores a la firma del contrato, el contratista deberá entregar al Supervisor, el Plan de medios propuesto, debidamente estructurado y detallado, donde se deberá incluir como mínimo, las siguientes publicaciones y/o gestiones:

- Un (01) espacio **bimestral** en medios de comunicación de cobertura nacional o internacional, *(incluidos en los estudios y métricas del Reuters Institute, el CNM y Comscore)*, con entrevista a un vocero FAC, abordando información de interés público de la Fuerza

Aeroespacial. Este espacio deberá cumplirse en un medio diferente cada bimestre (prensa escrita, TV, radio o digital). Duración: entre 5 a 10 minutos al aire.

- Una (01) nota periodística mensual en un medio de comunicación de cobertura nacional y/o internacional (*incluidos en los estudios y métricas del Reuters Institute, el CNM y Comscore*) prensa escrita, TV, radio o digital, generada con información o contenidos suministrados por la Oficina de Prensa FAC. Estas publicaciones deberán registrarse en un medio diferente cada mes.
- Una (01) nota (informe especial, editorial o publireportaje) en medios de comunicación de alcance nacional (*incluidos en los estudios y métricas del Reuters Institute, el CNM y Comscore*) con motivo del Aniversario No. 107 de la Fuerza Aeroespacial Colombiana, difundida el **08 de noviembre** de 2026, previamente revisado y aprobado por la Oficina de Prensa FAC.
- Un (01) informe de gestión y posicionamiento, presentado al Supervisor del Contrato que contenga el análisis de las tres (03) principales noticias relacionadas con la FAC: positivas, negativas y neutras, publicadas durante cada trimestre en la vigencia del contrato. Frecuencia: **bimestral** (último viernes de cada bimestre).
- Un (01) informe tipo planilla que especifique el seguimiento de las actividades realizadas y los entregables correspondientes al lapso, detallando fecha, temas, formatos, enlaces, periodistas, contacto y observaciones, para fortalecer los lazos de cooperación y difusión en temas de interés. Frecuencia: **mensual** (primeros cinco días de cada mes).

Nota 01: En los informes mensuales de cumplimiento el Contratista deberá anexar los soportes de las publicaciones mediante enlace digital (link), video, foto o pdf, según sea el formato de la publicación.

2.2. Comunicación digital: Proveer servicios de Inteligencia Artificial y soluciones digitales que incluyan generación de estrategias, producción contenido y creación de códigos para la Oficina de Comunicaciones Estratégicas (OCOES).

-Entregables:

Suministro de créditos de inteligencia artificial para la producción de videos y/o contenidos digitales para las publicaciones orgánicas de las redes sociales FAC y generación de códigos QR libres de publicidad para los proyectos comunicacionales de la Fuerza, durante el tiempo de duración del contrato, de la siguiente manera:

- Suministro de 15.000 Créditos para IA, **cada mes**, en plataformas como Nano Banana, DeeVid AI, Grok.
- Seis (06) contenidos durante la **vigencia del contrato**, creados con IA pedidos por OCOES, tres (03) de ellos en formato video (min: 30 seg – max: 60 seg, cada uno) y tres (03) en piezas gráficas (posters, infografías, layers, etc).

- Diez (10) Códigos QR libres de publicidad durante la **vigencia del contrato**.

Nota 02: La plataforma para el uso de créditos de IA será definida y acordada entre la FAC y el contratista, en la reunión inicial, quedando sujeta a los límites de consumo de créditos establecidos en dicho acuerdo.

2.3. Campaña para Redes Sociales: Desarrollar, a través de una estrategia digital, contenidos específicos con propuestas innovadoras, alineadas a las tendencias vigentes, orientadas a maximizar el alcance, relevancia e impacto de los mensajes en los públicos objetivo.

-Entregable: Dos (02) campañas de redes sociales con base en las necesidades temáticas previamente acordadas por la FAC.

Productos por Campaña:

- Tres (03) posts estáticos
- Un (01) carrusel
- Tres (03) stories interactivos
- Dos (02) reels (15-20 seg)
- Un (01) videoclip (1 min)
- Copys completos
- Archivos optimizados por cada plataforma.

Banco de contenido:

- Fotos editadas / Clips reutilizables / Recursos visuales (fondos, mockups, íconos) Archivos editables.

Guía rápida de publicación:

- Establecer los archivos a usar en cada red.
- Determinar el orden de publicación / Hora y fecha para mejor resultado y mayor alcance.
- Elaborar el texto correspondiente a cada pieza.

2.4. Marketing digital: Gestionar, con base en un presupuesto establecido entre el contratista y la FAC, la optimización de contenido orgánico y campañas ADS, priorizando pauta digital hacia los públicos objetivos identificados, de acuerdo con el CPM (costo por impresión), garantizando un mínimo de 3.000 impresiones diarias por cada red social, durante siete días (una semana), como parte de las dos campañas para redes sociales antes mencionadas (punto 2.3.). Pauta digital para 02 publicaciones por cada campaña que se desarrollará durante el lapso del contrato: 04 publicaciones con pauta en total, la cual se escogerá de acuerdo con el contenido producido.

-Entregable: Un (01) Informe con análisis de los resultados obtenidos durante la campaña. Frecuencia: **cinco (05) días** hábiles posteriores a la finalización de la campaña.

2.5. Embajador de marca:

El contratista deberá proponer y suministrar a la FAC los servicios de un Embajador de marca (creador de contenido) que cuente con una comunidad digital igual o superior a 300.000 seguidores, garantizando su participación activa y estratégica como amplificador clave, de campañas prioritarias de la FAC con al menos 07 salidas durante el lapso del contrato, las cuales deberán ser activadas, potenciadas y difundidas, a través de sus canales digitales y cuentas oficiales en las diferentes redes sociales, asegurando alto alcance, visibilidad sostenida, engagement e impacto efectivo dentro de su comunidad, en concordancia con los objetivos de institucionales de la FAC.

***Nota 03:** El contratista deberá proponer mínimo cinco (05) perfiles de creadores de contenido que se alineen a los valores y principios de la FAC (honor, valor, compromiso, integridad y seguridad) y a los conceptos de respeto, legalidad y comunicación responsable. Los creadores de contenido propuestos deberán tener experiencia en entornos digitales, trayectoria verificable en redes sociales, audiencia activa y reputación digital positiva.*

-Entregable: Un (01) acta con las evidencias de las publicaciones del Embajador de marca (creador de contenido) y el análisis de los resultados obtenidos. Frecuencia: **cinco (05) días** hábiles posteriores a la finalización de cada campaña.

3. Obligaciones del contratista:

- Cumplir con la totalidad de actividades y entregables establecidos dentro de los tiempos requeridos por la Entidad, descritos anteriormente.
- El contratista deberá estar disponible las 24 horas vía telefónica o WhatsApp, para atender las consultas que surjan desde la Oficina de Prensa FAC, dando respuesta en el menor tiempo posible (no mayor a dos horas), o acudir de manera presencial si es requerido.
- El contratista y su equipo de trabajo deberá acogerse a las políticas de Reserva de la Información establecidas por la Institución, a través de los mecanismos legales dispuestos para tal fin.
- Dedicar todas sus capacidades en el cumplimiento de sus obligaciones y entregables.
- Para la producción de contenidos (videos y/o fotografías) en los diferentes escenarios y locaciones en Bogotá y sus alrededores (como Madrid, Mosquera, Cota, Cajicá, Tocancipá, entre otros) el contratista deberá asumir los gastos de transporte, alojamiento y alimentación y de su equipo de trabajo.

- En caso de requerirse en otra ciudad del país, la FAC gestionará y coordinará el desplazamiento aéreo o terrestre, del personal y el equipo técnico necesario para los rodajes y el contratista cubrirá sus gastos de alojamiento y alimentación.

5. Otras condiciones técnicas:

- El contratista deberá certificar una trayectoria mínima de seis (06) años en el desarrollo de estrategias de comunicación y relaciones públicas, entre empresas o entidades del sector público y privado. Esta experiencia deberá estar debidamente soportada mediante el Registro Único de Proponentes (RUP).
- El contratista deberá acreditar mediante copia de acta de grado y diploma, un equipo de trabajo integrado por profesionales, titulados en comunicación social y/o periodismo, economía y/o administración de empresas, diseño gráfico, producción de cine y televisión, publicidad, mercadeo o áreas afines. La conformación del equipo deberá garantizar los perfiles profesionales necesarios para el cumplimiento del objeto contractual y la adecuada prestación del servicio.
- El contratista deberá demostrar mediante certificación laboral de al menos 01 profesional de su equipo (titulado en comunicación social y/o periodismo, diseño gráfico, producción de cine y televisión, publicidad, mercadeo o áreas afines), una experiencia mínima comprobable de veinte (20) meses en análisis de datos y uso de plataformas de inteligencia digital, con competencias en social listening, métricas de desempeño y análisis aplicados a empresas del sector tecnológico.
- Todos los productos, materiales y contenidos que se generen o desarrollen en el marco del presente contrato, incluyendo: videos, fotografías, audios, campañas, piezas gráficas, contenidos digitales y cualquier otro resultado derivado, serán de titularidad exclusiva de la FAC, quien conservará todos los derechos de propiedad intelectual, explotación, reproducción, distribución y comunicación pública, sin limitación territorial ni temporal.
- El contratista conservará autonomía para la ejecución de las labores encomendadas y no será sujeto de subordinación o dependencia de la entidad contratante o su personal orgánico, por lo cual tampoco generará relación laboral, ni prestaciones sociales laborales por dicho concepto.

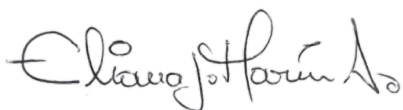
ANEXO 01

TABLA DE SERVICIOS Y VALORES

*Para cotizar los servicios en este objeto contractual se deberá diligenciar la siguiente tabla en la cual se relacionan de manera detallada las actividades y entregables (para un tiempo de ejecución de 08 meses)

ACTIVIDADES	SERVICIOS Y/O ENTREGABLES	CANTIDAD
Plan de medios y posicionamiento de narrativas	Un (01) espacio bimestral en medios de comunicación de cobertura nacional o internacional, (incluidos en los estudios y métricas del Reuters Institute, el CNM y Comscore), con entrevista a un vocero FAC, abordando información de interés público de la Fuerza. Este espacio deberá cumplirse en un medio diferente cada bimestre (prensa escrita, TV, radio o digital). Duración: entre 5 a 10 minutos al aire.	4
	Una (01) nota periodística mensual en un medio de comunicación de cobertura nacional y/o internacional (incluidos en los estudios y métricas del Reuters Institute, el CNM y Comscore) prensa escrita, TV, radio o digital, generada con información o contenidos suministrados por la Oficina de Prensa FAC. Estas publicaciones deberán registrarse en un medio diferente cada mes.	8
	Una (01) nota (informe especial, editorial o publireportaje) en medios de comunicación de alcance nacional (incluidos en los estudios y métricas del Reuters Institute, el CNM y Comscore) con motivo del Aniversario No. 107 de la Fuerza Aeroespacial Colombiana, difundida el 08 de noviembre de 2026, previamente revisado y aprobado por la Oficina de Prensa FAC.	1
	Un (01) informe de gestión y posicionamiento, presentado al Supervisor del Contrato que contenga el análisis de las tres (03) principales noticias relacionadas con la FAC: positivas, negativas y neutras, publicadas durante cada bimestre en la vigencia del contrato. Frecuencia: bimestral (último viernes de cada bimestre).	4
	Un (01) informe tipo planilla que especifique el seguimiento de las actividades realizadas y los entregables correspondientes al lapso, detallando fecha, temas, formatos, enlaces, periodistas, contacto y observaciones, para fortalecer los lazos de cooperación y difusión en temas de interés. Frecuencia: mensual (primeros cinco días de cada mes).	8
Comunicación digital	Tres (03) contenidos durante la vigencia del contrato, creados con IA pedidos por OCOES, en formato video (min: 30 seg – max: 60 seg, cada uno).	3
	Tres (03) contenidos durante la vigencia del contrato, creados con IA pedidos por OCOES, en piezas gráficas (posters, infografías, flyers, etc).	3
	Diez (10) Códigos QR libres de publicidad durante la vigencia del contrato.	10
	Suministro de 15.000 Créditos para IA, cada mes, en plataformas como Nano Banana, DeeVid AI, Grok	15.000 cada mes x 8 meses
Redes Sociales	Dos (02) campañas de redes sociales para con base en las necesidades temáticas previamente acordadas por la FAC. Productos por Campaña: Tres (03) posts estáticos Un (01) carrusel Tres (03) stories interactivos Dos (02) reels (15-20 seg) Un (01) videoclip (1 min) Copys completos Archivos optimizados por cada plataforma.	2

Marketing Digital	Cuatro (04) publicaciones de pauta, dos (02) por cada campaña que se desarrollará durante el lapso del contrato, garantizando un mínimo de 3.000 impresiones diarias por cada red social, durante una semana (siete días).	4
	Un (01) Informe con análisis de los resultados obtenidos durante la campaña. Frecuencia: cinco (05) días hábiles posteriores a la finalización de la campaña.	2
Embajador de marca	Un (01) Embajador de marca (creador de contenido) que cuente con una comunidad digital igual o superior a 300.000 seguidores, garantizando su participación activa y estratégica como amplificador clave de campañas, con al menos 07 salidas durante el tiempo del objeto contractual. Un (01) acta con las evidencias de las publicaciones del Embajador de marca (creador de contenido) y el análisis de los resultados obtenidos. Frecuencia: cinco (05) días hábiles posteriores a la finalización de cada campaña	1



TENIENTE CORONEL
ELIANA JENNIFER MARÍN ARTEAGA
GERENE DEL PROYECTO



TENIENTE
GUTIÉRREZ ÁVILA JEIMMY NATALY
ESTRUCTURADOR TÉCNICO