FICHA TÉCNICA DEL PROCESO PLAN DE MEDIOS DE DISTRISEGURIDAD

OBJETO

"CONTRATAR LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE DIFUSIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA DAR A CONOCER LA MISIONALIDAD INSTITUCIONAL, LOS PROGRAMAS Y PROYECTOS DE DISTRISEGURIDAD Y SUS RESPECTIVOS AVANCES, EN EL MARCO DEL DE PROYECTO IMPLEMENTACION DE INICIATIVAS PARA FOMENTO Y FORTALECER LA CONVIVENCIA CIUDADANA EN EL DISTRITO DE CARTAGENA DE INDIAS CON BPIN 2024130010022".

ALCANCE DEL OBJETO

Los servicios a prestar comprenden el diseño y la ejecución de un plan de medios orientado a la divulgación de las campañas institucionales de Distriseguridad. Dicho plan deberá justificar la estrategia de comunicación, los medios seleccionados y las alternativas propuestas para garantizar el cumplimiento de los fines institucionales y las metas establecidas en el Plan de Desarrollo de la entidad, por lo cual el contratista debe:

1. **Diseñar y ejecutar estrategias de divulgación óptimas de los programas que adelanta Distriseguridad** en medios de comunicación de carácter masivo a través de la creación de contenido, activación y difusión que incluye cubrimiento, contenido radial, contenido digital y contenido experiencial.

2. **Realizar mediciones de alcance, frecuencia de los mensajes publicitarios emitidos** y sobre la gestión de medios desplegada y del impacto de la divulgación institucional en el medio seleccionado después de finalizada cada campaña.

3. **Generar contenidos donde se difundirán los avances en programas y proyectos**, cuyo objetivo principal es posicionar a Cartagena positivamente a nivel local, a través de la cual se evidencie el mejoramiento en convivencia resaltando el orgullo y sentido de pertenencia de sus habitantes, y promueva a Cartagena como el principal centro de comportamiento social y convivencia pacífica, demostrando su vasto potencial en Colombia; a nivel local en medios de comunicación tradicionales y digitales de amplia circulación local.

4. **Difundir los avances en programas y proyectos** en medios de comunicación tradicionales y digitales de amplia circulación local, con el objetivo de dar a conocer a la ciudadanía de Cartagena las gestiones de Distriseguridad para alcanzar el objetivo principal de la estrategia de comunicaciones.

5. **Presencia en Medios de Comunicación Radial Digitales:** Difusión de los programas y proyectos de Distriseguridad en un medio de comunicación digitales de múltiples visitas y amplia cobertura local.

ESPECIFICACIONES TECNICAS

ANEXO #1			
ITEM	**ACTIVIDADES:**	**UNID**	**CANTIDAD**
1	Páginas de contenido en periódico impreso de medio de comunicación tradicional con mas de 60 mil lectores.	UN	3
2	Contenido Nativo digital + 50.000 Native ADS + historia	UN	3
3	Contenido digital y distribución en redes sociales (Facebook, Instagram y X) del medio masivo seleccionado y display.	UN	6
4	Reel para difusión en redes sociales del medio seleccionado con mas de 1.5 millones de usuarios en Instagram, Facebook, X, YouTube y TikTok.	UN	6
5	Reel entrevista en las redes (Instagram, Facebook, X, YouTube y TikTok)	UN	1
6	Cuñas texto hasta 12" durante la transmisión en vivo en emisora con más de 50 mil seguidores	UN	10
7	Post de videos e imágenes en redes sociales de la emisora seleccionada con mas de 11 mil seguidores	UN	8
8	Cuñas radiales de 30” en emisoras radiales y noticiosas del medio seleccionado con mas de 4 mil oyentes	UN	170
9	Publicidad en Circuito de Pantallas Digitales en medio de transporte masivo con difusión en 50 Pantallas internas de SITM, SETP, TPC con transmisión de al menos 1 hora diarias divididas en videos de 10 segundos C/u.	UN	10.800

Los servicios a prestar comprenden la ejecución de actividades para la divulgación de las informaciones generadas en Distriseguridad, en el cual se justifique la estrategia y campaña en el medio escrito de amplia difusión seleccionado y la proposición de alternativas que permitan el logro de los fines institucionales y metas planteadas en el Plan de Desarrollo distrital en cuanto a la divulgación de la información que requiera la entidad.

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL CONTRATISTA

1. El contratista deberá ser una central de medios legalmente constituida, con experiencia acreditable en la planificación, gestión, ejecución y medición de planes de medios para campañas institucionales, preferiblemente desarrolladas para entidades públicas, garantizando conocimiento del marco normativo de la comunicación pública.

2. El contratista deberá contar con medios de comunicación escritos, radiales y digitales de carácter tradicional y digital aliados que tengan la capacidad técnica, operativa y logística necesaria para

diseñar, justificar y ejecutar un plan de medios integral orientado a la promoción y divulgación de las acciones, programas y proyectos adelantados por Distriseguridad, en concordancia con los objetivos del Plan de Desarrollo Distrital.

3. El contratista es el responsable de la selección estratégica de medios de comunicación escritos, radiales y digitales de carácter tradicional y digital, asegurando amplia circulación y cobertura local, incluyendo medios impresos con un mínimo de sesenta mil lectores comprobados y plataformas digitales con altos niveles de tráfico y alcance.

4. El contratista deberá contar con medios de comunicación escritos, radiales de carácter tradicional y digital aliados con capacidad de producir, adaptar y difundir contenidos informativos en formatos impresos, digitales, radiales y audiovisuales, tales como contenido nativo digital, piezas para redes sociales, reels, entrevistas y demás productos comunicacionales definidos en el anexo técnico, garantizando estándares de calidad editorial, narrativa, técnica y visual, acordes con la imagen institucional de Distriseguridad.

5. El contratista debe ejecutar la activación y difusión del contenido en redes sociales del medio masivo seleccionado, incluyendo Facebook, Instagram, X, YouTube y TikTok, así como la implementación de estrategias de pauta digital como Native Ads, display y otros formatos de alto impacto, cumpliendo con las cantidades, alcances y condiciones técnicas establecidas en el anexo de actividades.

6. Para el envío de notificaciones y mensajes de divulgación, el contratista deberá garantizar que los medios de comunicación escritos, radiales y digitales de carácter tradicional y digital dispongan de software especializado para la creación, gestión y envío automatizado de notificaciones push web, garantizando la trazabilidad, cobertura y efectividad del servicio, conforme a los requerimientos definidos por la entidad.

7. El contratista deberá garantizar la presencia institucional de Distriseguridad en medios de comunicación radiales y digitales con múltiples visitas y amplia cobertura local, asegurando la correcta difusión de los mensajes institucionales y el posicionamiento de la entidad ante la ciudadanía.

8. El contratista será responsable de realizar el seguimiento, monitoreo y medición de cada una de las campañas ejecutadas, presentando informes de resultados que incluyan indicadores de alcance, frecuencia, impactos, visualizaciones, interacciones y demás métricas relevantes, acompañados de soportes verificables emitidos por los medios contratados.

9. Los informes de ejecución y resultados deberán ser entregados a Distriseguridad una vez finalizada cada campaña o actividad, en los tiempos y formatos que defina la entidad, y deberán permitir la evaluación del cumplimiento del objeto contractual y de los fines establecidos en el estudio previo.

El proveedor deberá acreditar el cumplimiento de los siguientes requisitos técnicos:

1. Contar con medios de comunicación aliados con las siguientes redes sociales cumpliendo con los siguientes parámetros:

1.1 Para medios de comunicación radial y digital tradicional:
1.1.1 Instagram: con más de 1.8 Millones de seguidores
1.1.2. Facebook: con más 6 Millones de seguidores
1.1.3.X: con más de 4 Millones de seguidores
1.1.4. Tik Tok: con más de 2 Millones de seguidores

Acreditación: Este requisito deberá acreditarlo con pantallazos de sus perfiles públicos de dichas redes sociales con una expedición no mayor a 30 días, condición que será verificada por la entidad estatal, en la plataforma Social Media.

1.2. En Radio deberá acreditar que cuenta con mínimo 2 emisoras de opinión y noticiosas de alcance local, propias y/o de una relación comercial con las mismas, que sumadas arrojen un total de más de 1.000.000 de oyentes, en el mes inmediatamente anterior al cierre del proceso.

Acreditación: Este requisito deberá acreditarlo a través de pantallazo descargado directamente de las plataformas Adobe Analytics y/o Social Media, con una expedición no mayor a 30 días.

1.3. Las 2 emisoras de opinión y noticiosas de alcance local deberán contar con su propia versión digital (Página web) las cuales deben acreditar que, en el mes inmediatamente anterior al cierre del proceso, arrojen un total entre las dos, de por lo menos 7.000.000 de visitas al mes.

Acreditación: Este requisito deberá acreditarlo a través de pantallazo descargado directamente de las plataformas Adobe Analytics, Google Analytic GA4 y/o Social Media, con una expedición no mayor a 30 días.

2. Para medios impresos y digitales tradicionales:

El proponente deberá acreditar el cumplimiento de los siguientes requisitos técnicos:

2.2.1 Debe manejar redes sociales como FACEBOOK con mínimo 1.700.000 de seguidores, INSTAGRAM con mínimo 600.000 seguidores (Este requisito deberá acreditarlo con pantallazos de sus perfiles públicos de dichas redes sociales, condición esta que será verificada por la entidad estatal.

2.2.2 Así mismo en su versión digital deberá acreditar que en el último año ha tenido por lo menos 100.000.000 vistas y un promedio de vistas al mes de por lo menos 10.000.000.

2.2.3 Por último, deberá acreditar usuarios en versión digital de por lo menos 10.000.000.

2.2.4 En medio impreso deberá contar con mínimo 1 emisión diaria de alcance local.

2.2.5 Así mismo, es su versión impresa debe contar con un alcance mínimo de 60.000 lectores.

NOTA 1: El proponente deberá acreditar la disponibilidad de un circuito de mínimo cincuenta (50) pantallas digitales internas ubicadas en unidades del sistema de transporte público masivo o colectivo terrestre o aéreo (SITM, SETP o TPC), aptas para la difusión de contenidos institucionales.

La red deberá permitir la transmisión diaria mínima de una (1) hora de contenido, distribuida en piezas audiovisuales de diez (10) segundos cada una, dentro de la programación del circuito de pantallas.

NOTA 2: El proveedor podrá acreditar los requisitos mediante una alianza comercial con un aliado que cumpla con las especificaciones técnicas, para lo cual deberán aportar certificación firmada por las partes con fecha de expedición no superior a 30 días a la fecha del cierre del presente proceso, la cual para todos los efectos deberá contener como mínimo:
1. Objeto.
2. Alcance.
3. Partes.
4. Plazo.

PERSONAL MÍNIMO DEL EQUIPO DE TRABAJO

COMUNICADOR SOCIAL
No menor a 12 años a partir de la obtención del título profesional con Experiencia como coordinador o director de proyectos en investigación, desarrollo de contenidos e idea central y realización especifica de 2 o más libros o revistas.

Proyectó jurídicamente: Melisa Peañalosa – Asesora externa DG -
Proyectó técnicamente: Gina Corvis – Asesora de comunicaciones
Reviso: Sandra León - Asesora externa DG
Ajusto: David Fajardo - Asesor externo DG