1. OBJETO

SAUCC80 CONTRATAR LA PRESTACION DE SERVICIOS PARA LA SUBGERENCIA DE ATENCION AL USUARIO Y COMUNICACIONES EN TODO LO RELACIONADO CON ACTIVIDADES DE ATL EN EL MARCO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES PLANTEADA POR LA SUBGERENCIA

1.1. Alcance del Objeto

Se requiere que el contratista realice la difusión de la pauta de las campañas de comunicaciones, las cuales serán divulgadas a través de diferentes medios de comunicación tradicionales, virtuales, masivos y alternativos.

El contratista deberá realizar la intermediación entre los medios de comunicación y TRANSMILENIO S.A., con el fin de realizar el direccionamiento de la pauta de divulgación de las campañas de comunicaciones de la Entidad.

Lo anterior, incluye acciones y/o productos comunicativos tales como:

1. Realizar la ejecución de los planes de medios para la difusión de los mensajes y estrategias planteadas por la Entidad, realizando la planeación, ordenación de compra de espacios y seguimiento de medios para implementar campañas de divulgación en medios de comunicación masivos, directos y alternativos.
2. Producir materiales y/o piezas de comunicación, en caso de que se requieran para su divulgación, que sean solicitados por la Entidad, con el fin de realizar la difusión correspondiente de las campañas en cada uno de los medios, a partir de los diseños entregados por TRANSMILENIO S.A., como por ejemplo (producción de eucoles, producción de comerciales, producción de cuñas, producción de materiales en medios exteriores, producción de piezas para medios impresos y producción de piezas para medios alternativos y preproducción, producción y realización de programas de televisión entre otros).
3. Coordinar con la Entidad, la divulgación de campañas en medios de comunicación de carácter: masivos, directos, y/o alternativos, los planes de comunicación requeridos por la Entidad.
4. Desarrollar una estrategia de negociación, optima y favorable, con cada medio de comunicación, desplegando las acciones necesarias que permitan acceder a espacios, franjas o audiencias que estos tengan dentro de su programación o contenido.
5. Ejecutar los planes de medios a solicitud de TRANSMILENIO S.A., la cual solicitará por demanda cada uno de ellos según sus necesidades y estrategia de comunicación durante la ejecución contractual.
6. Realizar informes de impacto, alcance y frecuencia de las campañas ejecutadas donde se especifiquen los resultados de los planes de pauta ejecutados.

1.2. Clasificación UNSPC

CODIGO	SEGMENTO	FAMILIA	CLASES
80141600	Servicios de Gestión, Servicios Profesionales de Empresa, y Servicios Administrativos.	Comercialización y distribución	Actividades de ventas y promoción de negocios
82101800	Servicios editoriales, de diseño, de artes gráficas y bellas artes	Publicidad	Servicios de agencia de

			publicidad
82101500	Servicios editoriales, de diseño, de artes gráficas y bellas artes	Publicidad	Publicidad impresa
82101600	Servicios editoriales, de diseño, de artes gráficas y bellas artes	Publicidad	Publicidad difundida
82101900	Servicios editoriales, de diseño, de artes gráficas y bellas artes	Publicidad	Colocación y cumplimiento de medios
80141500	Servicios de gestión, servicios profesionales de empresa y servicios administrativos	Comercialización y distribución	Investigación de mercados

2. PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución para la presente contratación será de doce (12) meses o hasta agotar el presupuesto oficial.

3. DEFINICIONES

- **Campaña De Divulgación:** difusión de un mensaje especifico, a un grupo objetivo seleccionado, con el objeto de mantener informados a los ciudadanos sobre los planes, proyectos, servicios y principales acción de la Administración Distrital y sus entidades a través de medios de comunicación de carácter masivo, directo, comunitario y/o alternativo, que contribuyan al desarrollo de la estrategia de comunicación.

- **Medio Masivo:** El que tiene amplio alcance y penetración en la población y tiene un fin de lucro, como es el caso de la televisión, radio, periódicos, revistas, internet, cine, publicidad exterior como vallas, eucoles, entre otros.

- **Medio Directo:** El que llega a un grupo identificado de personas con características similares o con un perfil definido, identificadas en una base de datos con algún dato básico para contactarlos, por ejemplo, insertos a suscriptores de una revista, mailings a correos electrónicos, correos directos, mensajes de texto a celulares, entre otros.

- **Medio Alternativo:** El que no posee un amplio alcance y penetración en la población pero que por su carácter de segmentación llega a un nicho específico de personas y tiene una alta afinidad con ellas. Por ejemplo, afiches en universidades, avisos en cartas de restaurantes, voceadores en barrios, entre otros. Dentro de esa categoría también se involucra toda la divulgación de mensajes por medios digitales.

- **Acción ATL: Above The Line (Sobre la línea):** Se refiere al tipo de publicidad que tiene un amplio alcance y que no es tan segmentado. Básicamente, este tipo de publicidad se usa para campañas de posicionamiento y, como ejemplo están los medios masivos como: Impresos (diarios y revistas), radio y Internet y televisión.

- **Costo Punto Raiting:** Es el valor unitario por cada punto de raiting que marca un programa específico en la televisión nacional. Se obtiene de dividir el costo de un determinado espacio programa, por el raiting específico del mismo. El resultado (C.P.R.), nos permite evaluar el aspecto cuantitativo, seleccionado la compra más rentable. Equivale al costo de un por ciento de audiencia.
- **Muelle Internacional Pantallas:** Son pantallas ubicadas dentro de las salas con la información en tiempo real.

- **Parrilla de medios:** Es la disposición en el tiempo de los programas de un canal de televisión o emisora de radio la cual indica la hora de comienzo y fin de cada programa durante el día.

- **Pauta Digital:** Se entiende por pauta digital, aquella que tiene un amplio alcance en la audiencia objetivo a través de las distintas plataformas digitales, incluidas las redes sociales, y cumple con los siguientes indicadores: alcance, participación, reacciones, retrinos, respuestas, comentarios, interacciones, clics al sitio web, registros, conversiones, reproducciones totales o parciales, visitas, y/o demás indicadores de desempeño claves que determine cada plan de comunicaciones.

4. CARACTERÍSTICAS Y CONDICIONES TÉCNICAS

4.1. ASPECTOS GENERALES:

El contratista deberá:

- **FICHA TÉCNICA**: El presente documento tiene como anexo, el estudio de mercado de los servicios que requiere TRANSMILENIO S.A. para realizar la divulgación de las campañas de comunicación dirigidas a los usuarios actuales y potenciales del Sistema
- Al estructurar los planes de medios y debido a la dinámica de los medios de comunicación es posible que existan variaciones en cuanto a rating, lecturabilidad, circulación o audiencia, razón por la cual, el/la supervisor/a del contrato hará necesario ajustarlos de acuerdo con las tarifas reales del mercado en ese momento, buscando así optimizar la inversión del presupuesto. Por esta misma dinámica es posible que se requiera una franja horaria o un espacio que no estaba contemplada en el estudio de mercado o que surja un nuevo medio en el sector que sea relevante para incluir en la planeación, con el objetivo de ampliar el cubrimiento de difusión y poder llegar así a un mayor número de personas objetivo.

Por lo anterior, se establece el siguiente procedimiento:

- **NOTA 1:** Cuándo en el estudio de mercado del servicio este el medio pero no está contemplado un ítem, y la Supervisión del contrato lo requiera, el contratista deberá realizar la cotización del ítem requerido junto con las tarifas del medio y éste deberá ser enviado a la supervisión quien aprobará dicha cotización mediante acta.
- **NOTA 2:** Cuando en el mercado surja un nuevo medio de comunicación y la supervisión del contrato considera que la audiencia a la que va dirigido el medio es conveniente para la implementación de las campañas, el contratista deberá realizar la cotización del ítem requerido junto con las tarifas del medio y ésta será enviada a la supervisión quien dará su aprobación mediante acta.
- Durante la ejecución del contrato, se deberá observar que todo producto y/o servicio comunicacional involucre la imagen de TRANSMILENIO S.A., que deberá ser aprobado por la Subgerencia de Atención al Usuario y Comunicaciones. Para tal fin, el contratista deberá consultar el Manual de Comunicaciones de la Alcaldía Mayor de Bogotá y solicitar por escrito la aprobación por parte del/la Supervisor/a de las piezas comunicativas producidas.

4.2. EL CONTRATO COMPRENDE LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES y PROCEDIMIENTOS:

4.2.1. Una vez enviado el brief por parte de la Subgerencia de Atención al Usuario y Comunicaciones, el Contratista deberá enviar al supervisor del contrato, los planes de medios para su correspondiente aprobación, entre 1 y 3 días hábiles, contados a partir de la solicitud por parte de la Subgerencia de acuerdo al listado de medios relacionados en la ficha técnica, la cual hace parte integral del presente anexo.

4.2.2. Una vez aprobado el plan de pauta, el contratista enviará máximo a los 3 días calendario a la supervisión del contrato, el plan de pauta definitivo para aprobación por parte de la supervisión a partir del cual el contratista ordenará la pauta.

4.2.3. El manejo de la imagen institucional deberá estar acorde con el manual dispuesto para ello por la Alcaldía Mayor de Bogotá, cumpliendo con las características establecidas para cada campaña aprobada.

4.2.4. El contratista deberá enviar a los medios establecidos en los planes de medios, los diferentes productos tales como: cuñas, pieza, materiales en redes entre otros, una vez aprobados por la supervisión del contrato, para su correspondiente difusión y/o publicación, los cuales serán suministrados por TRANSMILENIO S.A.

4.2.5. El contratista, deberá enviar a la supervisión del contrato, informes mensuales de cada campaña en el que se relacione el comportamiento e implementación de la pauta en cada uno de los medios contratados.

4.2.6. En caso de situaciones imprevistas, el contratista deberá realizar la difusión de las pautas fuera de las establecidas y aprobadas por el supervisor del contrato, con la salvedad que estas solicitudes deberán ser revisadas por la supervisión con una antelación mínima de tres (3) días calendario, para poder cubrir eventualidades las cuales requieran de la emisión de mensajes de carácter urgente.

5. LUGAR DE EJECUCIÓN

La ejecución del contrato se realizará en la ciudad de Bogotá

6. FORMA DE PAGO

TRANSMILENIO S.A. pagará al proponente en mensualidades vencidas o a prorrata para el caso del primer mes, los valores de aquellos servicios efectivamente prestados dentro del mes inmediatamente anterior, pautados en medios de comunicación; teniendo en cuenta el porcentaje de descuento ofertado e incluida la remuneración por comisión sobre la contratación o servicio facturados en medios de comunicación.

Se entiende por remuneración por comisión el valor equivalente a la comisión que sea escogida, sobre la contratación solicitada y aprobada por la Entidad, para pautar en medios de comunicación, de acuerdo a la propuesta económica presentada por el contratista; dichos valores se pagaran dentro de los treinta (30) días calendarios siguientes a la fecha de presentación de la factura debidamente diligenciada, orden o soporte de servicio, informe de ejecución del contrato, durante el periodo respectivo, cuadro consolidado de servicios, certificación de pago al Sistema Integral de Seguridad Social y Parafiscales expedida por el representante legal o revisor fiscal, según corresponda de conformidad con la normatividad que rige la materia, especialmente el artículo 50 de la Ley 789 de 2002,

7. SUPERVISIÓN

La supervisión del contrato será ejercida por el Profesional Especializado de Prensa y Comunicación Externa G6 de la Subgerencia de Atención al Usuario y Comunicaciones o por quien el ordenador del gasto designe.

8. NORMAS DE CUMPLIMIENTO OBLIGATORIO

La entidad que regula las centrales de medios y agencias de publicidad es la Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria la cual expidió el código de autorregulación publicitaria en octubre del 2013. Las Asociaciones que reúnen a las empresas de este sector son: La Unión Colombiana de Empresas Publicitarias (UCEP2) , Asomedios, la IAB Colombia (Asociación Internacional sin fines de lucro de Publicidad en Internet) y la Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia -ANDA- (www.andacol.com) .

Para la prestación de este servicio no se requiere de permisos, licencias u otras autorizaciones legales. El artículo 10 de la Ley 1474 de 2011 decretó lo siguiente: "Los recursos que destinen las entidades públicas y las empresas y sociedades con participación mayoritaria del Estado del orden nacional y territorial, en la divulgación de los programas y políticas que realicen, a través de publicidad oficial o de cualquier otro medio o mecanismo similar que implique utilización de dineros del Estado, deben buscar el cumplimiento de la finalidad de la respectiva entidad y garantizar el

derecho a la información de los ciudadanos. En esta publicidad oficial se procurará la mayor limitación, entre otros, en cuanto a contenido, extensión,tamaño y medios de comunicación, de manera tal que se logre la mayor austeridad en el gasto y la reducción real de costos. Loscontratos que se celebren para la realización de las actividades descritas en el inciso anterior, deben obedecer a criterios preestablecidos de efectividad, transparencia y objetividad.

- Ley 1341 de 2009. Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – TIC–, se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras disposiciones.
- Ley 1474 de 2011. Artículo 10. Presupuesto de publicidad. Reglamentado por el Decreto Nacional 4326 de 2011. Los recursos que destinen las entidades públicas y las empresas y sociedades con participación mayoritaria del Estado del orden nacional y territorial, en la divulgación de los programas y políticas que realicen, a través de publicidad oficial o de cualquier otro medio o mecanismo similar que implique utilización de dineros del Estado, deben buscar el cumplimiento de la finalidad de la respectiva entidad y garantizar el derecho a la información de los ciudadanos. En esta publicidad oficial se procurará la mayor limitación, entre otros, en cuanto a contenido, extensión, tamaño y medios de comunicación, de manera tal que se logre la mayor austeridad en el gasto y la reducción real de costos.
- Ley 1507 de 2012, "Por la cual se establece la distribución de competencias entre las entidades del Estado en materia de televisión y se dictan otras disposiciones".
- Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria: Expedido por la CONARP (Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria), el Código es una regulación ponderada, con principios y conductas universales de respeto a la veracidad de la información, la decencia, la honestidad y a los derechos del consumidor y de los competidores, sin limitar la creatividad en aquellos aspectos que trascienden lo objetivo de la comunicación de las características del producto o servicio. Conscientes de su existencia y efectividad, sus lineamientos constituyen una guía útil para quien hace publicidad y para quien recibe la información que a través de ésta se le suministra.
- Resolución 5111 DE 2017 – Comisión de Regulación de Comunicaciones. Por la cual se establece el régimen integral de Protección de los Derechos de los Usuarios de los Servicios de Comunicaciones.

9. OBLIGACIONES DE LAS PARTES

9.1. OBLIGACIONES GENERALES DEL CONTRATISTA

9.1.1. Cumplir en su totalidad con el objeto del contrato, con las actividades descritas en los estudios previos y anexo técnico que forman parte integral del mismo.
9.1.2. Pagar a los contratistas y personal vinculado al proyecto los honorarios, salarios, prestaciones sociales, indemnizaciones y demás obligaciones generadas en el cumplimiento del presente contrato.
9.1.3. Mantener la afiliación y realizar los aportes al sistema de seguridad social.
9.1.4. Mantener vigentes todas las garantías que amparan los riesgos que pueden originarse en la ejecución del contrato
9.1.5. Atender los requerimientos que sean formulados por TRANSMILENIO S.A., a través del supervisor del contrato para efectos de ejecutar en debida forma el mismo.
9.1.6. Ejercer las demás funciones relacionadas con el objeto del presente contrato, que no se encuentren aquí explícitamente incluidas y que sean inherentes a la ejecución del mismo.
9.1.7. Hacer las entregas pactadas en el término y condiciones descritas en el contrato, estudios previos y anexo técnico que forman parte integral del mismo.
9.1.8. Disponer de las herramientas necesarias para la ejecución del servicio prestado
9.1.9. Suministrar a TRANSMILENIO S.A., cualquier otra información que sea necesaria para el desarrollo del objeto de este contrato.
9.1.10. Las demás inherentes a la ejecución del objeto contractual.

9.2. OBLIGACIONES ESPECÍFICAS DEL CONTRATISTA

9.2.1. Emplear la infraestructura técnica, operativa, logística y garantizar el recurso humano necesario para la ejecución del contrato de acuerdo con las diferentes actividades que requiera TRANSMILENIO S.A. en el marco del objeto contractual.

9.2.2. Contar con una persona enlace entre TRANSMILENIO S.A. y el contratista que garantice un seguimiento efectivo a la ejecución del contrato.

9.2.3. Difundir la campaña de divulgación de acuerdo a lo establecido por TRANSMILENIO S.A., en los tiempos, horarios y cantidad requerida por la Entidad, de acuerdo con las especificaciones técnicas establecidas en el anexo técnico y demás documentos que hacen parte integral al presente proceso.

9.2.4. Verificar por parte del contratista antes del envío a los medios, que los materiales suministrados por la Entidad correspondan a la campaña de divulgación para la cual se estructuró el plan de medios.

9.2.5. Garantizar el monitoreo de la campaña de divulgación.

9.2.6. Garantizar que las campañas sean publicadas en los horarios y medios acordados por TRANSMILENIO S.A.

9.2.7. Presentar junto con la factura de cobro, las certificaciones de pauta a que haya lugar, mediante las cuales se acredite que la difusión de la campaña se realizó de acuerdo a las especificaciones exigidas.

9.2.8. Implementar y realizar el seguimiento y medición de la estrategia de comunicación masiva y sus diversos planes asociados.

9.2.9. Trasladar los descuentos comerciales sobre las tarifas publicadas y las bonificaciones de espacios publicitarios gratuitos otorgados por los medios de comunicación a TRANSMILENIO S.A.

9.2.10. Controlar que la pauta correspondiente al plan de medios sea emitida en los diferentes medios, en los horarios, días y espacios ordenados; y entregar los soportes de las publicaciones y/o pauta de la siguiente manera: (a) pauta radial: una certificación radial del medio; (b) publicación en prensa y revistas: tres ejemplares por cada publicación; pauta en televisión: certificación de pauta IBOPE; pauta en exteriores: certificación del medio y fotos.

9.2.11. Asistir a las reuniones de seguimiento que se programen con el objeto de efectuar un seguimiento a la ejecución del Contrato, atender solicitudes, resolver inconvenientes y realizar las propuestas necesarias para la buena ejecución del mismo.

9.2.12. Presentar a la entidad a la terminación del contrato, un Informe final sobre la ejecución física y financiera que incluya recomendaciones sobre las mejores prácticas a realizar en los procesos de los cuales tuvo conocimiento en la ejecución contractual.

9.2.13. Suministrar y mantener durante la ejecución del contrato y hasta la liquidación del mismo el personal ofrecido en la propuesta técnica. En caso de requerirse el cambio de alguno de los integrantes del equipo de trabajo por fuerza mayor o caso fortuito, el contratista deberá presentar a TRANSMILENIO S.A., la hoja de vida de otro profesional que tenga por lo menos los mismos años de experiencia relacionada y nivel de formación académica que el del profesional sujeto de cambio.

9.3. OBLIGACIONES AMBIENTALES A CARGO DEL CONTRATISTA

Participar en los procesos de capacitación que adelante la entidad en temática ambiental, tales como gestión de residuos sólidos, uso eficiente de la energía eléctrica y agua y Plan Institucional de Gestión Ambiental PIGA, entre otros.

9.4. OBLIGACIONES DE TRANSMILENIO

9.4.1. Determinar las campañas de comunicación institucional que requiera y solicitar al CONTRATISTA el desarrollo de estrategias y la estructuración del plan de medios ATL.

9.4.2. Definir los requerimientos técnicos en cuanto a la producción de las campañas: codificaciones, campañas digitales y actividades ATL que requiera para el desarrollo de sus campañas y solicitar al contratista la presentación de una cotización bajo dichos términos técnicos, la cual evaluará, solicitará los ajustes que considere y procederá a aprobar para que el proponente se de inicia al proceso de contratación, supervisión a la producción y entrega.

9.4.3. Informar al CONTRATISTA las fechas en las cuales se requieren cada uno de los productos y/o servicios

objeto del contrato.

9.4.4. Ejercer Supervisión al cumplimiento del objeto y obligaciones contractuales

9.4.5. Suministrar al contratista la información necesaria para el cumplimiento del contrato

9.4.6. Realizar el pago correspondiente, dentro de los treinta (30) días siguientes a la presentación de cada factura previo el lleno de los requisitos legales.

9.4.7. Las demás que correspondan para el cumplimiento del objeto contratado y de acuerdo con la naturaleza del mismo.

10. TRANSPORTE Y COMUNICACIONES

No aplica

11. MATERIALES, EQUIPOS Y HERRAMIENTA

No aplica

12. CALIDAD Y GARANTÍA DE LOS MATERIALES / BIENES SUMINISTRADOS /(si aplica)

AMPARO	VIGENCIA	%CUANTÍA
Cumplimiento de las obligaciones del contrato	Plazo de ejecución y 6 meses mas	20 % del valor total del contrato
Salarios y prestaciones sociales	Plazo de ejecución y 3 años mas	Mínimo el 5%del valor total del contrato
Calidad de los servicios	Plazo de ejecución del contrato y 6 meses mas	20 % del valor total del contrato

13. EQUIPO MÍNIMO REQUERIDO

No aplica

14. SEGURIDAD INDUSTRIAL.

Será responsabilidad del CONTRATISTA, el diseño e implementación del programa de Seguridad Industrial que aplicará durante la ejecución del contrato, de acuerdo con la legislación vigente, deberá tomar las precauciones necesarias para la seguridad del personal a su cargo o servicio al igual que los transeúntes de acuerdo con las reglamentaciones vigentes en el país.

Deberá modificar el programa completo de servicio de seguridad industrial de acuerdo con las recomendaciones que haga el Supervisor del contrato o quien haga sus veces.

15. INFORMES Y COMITÉS DE SEGUIMIENTO TÉCNICO:

No aplica

16. Área responsable de la adquisición

Aprobó: Jefe de la dependencia
Nombre: Yolima Pérez Ariza
Dependencia: Subgerencia de Atención al Usuario y Comunicaciones

Elaboró: Profesional Especializado de Prensa y Comunicación Externa G6 Nombre: Sandra Patricia López Celis

Podrán incluirse tantos revisó como sean requeridos.

Fecha de elaboración del estudio (22/01/2021)**:**