ITEM	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIOS DE REFERENCIA		
			VALOR ANTES DE IVA	PORCENTAJE DE IVA (SI APLICA)	VALOR TOTAL
1	IMPLEMENTACION Y DISEÑO PLAN DE MEDIOS	El contratista será responsable de coordinar y gestionar operativamente la distribución de la pauta publicitaria, de acuerdo con las directrices del area de planeacion, en los diferentes mercados de medios de comunicación locales y/o regionales, y/o nacionales , con el propósito de garantizar la visibilización y difusión masiva de los mensajes, de conformidad con los lineamientos, objetivos y directrices definidos en la estrategia de comunicación. Esta gestión comprenderá la ejecución de pautas en medios exteriores y/o televisión y/o radio y/o medios impresos, sus correspondientes plataformas y/o extensiones digitales, así como medios nativos digitales y/o alternativos, y/o acciones BTL, asegurando una adecuada articulación entre canales, formatos y públicos objetivo, de acuerdo con las necesidades, lineamientos y objetivos establecidos por la Entidad. Para el cumplimiento de esta actividad, el contratista desarrollará las siguientes subactividades: 1.1. Gestionar la negociación y distribución de espacios publicitarios, atendiendo los requerimientos del área de comunicaciones del Departamento Administrativo de Planeación 1.2. Ejecutar las acciones de difusión de acuerdo con los objetivos comunicacionales definidos, los públicos estratégicos priorizados, los mensajes clave y los ejes establecidos por la entidad. 1.3. Desarrollar actividades de comunicación en diferentes niveles y canales: ATL (Above The Line), y/o BTL (Below The Line), y/o OTL (On The Line) y/o TTL (Through The Line). 1.4. Presentar los soportes y/o evidencia correspondientes que detallen los diferentes medios utilizados. 1.5. Adelantar las gestiones administrativas, técnicas y operativas requeridas para la adquisición y gestión de espacios publicitarios necesarios para la ejecución de la estrategia de comunicación, garantizando oportunidad, cobertura, calidad técnica y eficiencia en el uso de los recursos. 1.6. Aplicar criterios técnicos de cobertura, alcance, pertinencia y relación costo-beneficio, orientados a la optimización y uso eficiente de los recursos públicos destinados a la pauta publicitaria. 1.7. Recolectar, organizar y/o entregar los soportes de publicación, tales como certificaciones, cuñas, avisos, registros digitales, enlaces, parrillas de programación y/o clips de emisión, según corresponda. 1.8 Elaborar y presentar informes periódicos de ejecución.	$ 127.499.160	19%	$ 151.724.000
2	CONCEPTUALIZACION, DISEÑO, Y/O DESARROLLO DE CAMPAÑAS COMUNICATIVAS	El contratista entregará la conceptualización, diseño y/o estructuración metodológica de campañas comunicativas estratégicas. 2.1. Implementar y/o adaptar las campañas diseñadas para los diferentes medios establecidos en el Plan de Medios. 2.2. Entregar productos terminados como cuñas, y/o promos para televisión, y/o diseños de avisos para prensa, publicidad en internet y/o redes sociales (banners, ventanas flotantes u otras que se estimen necesarias y convenientes), los cuales se difundirán a través del plan de divulgación de pauta.	$ 120.400.000	19%	$ 143.276.000
				SUBTOTAL	$ 247.899.160
				% ADMINISTRACIÓN	
				TOTAL	$ 295.000.000

NOTA 1: El proponente deberá diligenciar solamente la celda F6, correspondiente al porcentaje de administración que no podrá ser superior al 12%. Los proponentes que remitan propuesta con porcentaje de administración superior a 12% incurrirán en causal de rechazo.