PROPUESTA EJECUTIVA | NOVIEMBRE - DICIEMBRE 2026

Servicios profesionales especializados para la Vicepresidencia de la República

Asesoría senior focalizada en la estrategia de relacionamiento y posicionamiento de las misiones vicepresidenciales del Decreto 1373 de 2026, con productos verificables y seguimiento frente al valor de partida de los indicadores.

01 / Objeto

Prestar servicios con plena autonomía, técnica y administrativa para apoyar a la Vicepresidencia de la República en la estrategia de relacionamiento y posicionamiento de las misiones vicepresidenciales del Decreto 1373 de 2026. El servicio se presta como complemento estratégico a la Oficina de Despacho y al Grupo de Comunicaciones Estratégicas, mediante quince (15) productos con contenido mínimo y criterio de aceptación verificables.

PERIODO	**Desde el cumplimiento de los requisitos de ejecución hasta el 31 de diciembre de 2026**
MODALIDAD	Prestación de servicios profesionales especializados por productos; sin ejecución operativa ni creativa.
DIRECCIÓN	María Patricia Dávila · Dávila P&M S.A.S.

02 / Principio de diseño del servicio

Se priorizan cinco frentes de alto valor, cada uno amarrado a productos concretos. El servicio aporta criterio, recomendaciones y orientaciones de comunicación como insumo de la Oficina de Despacho, en las sesiones de trabajo que esta convoque, y no reemplaza las funciones ordinarias del Grupo de Comunicaciones Estratégicas.

03 / ALCANCE DEL SERVICIO

Cinco frentes. Responsabilidades delimitadas.

01 · Apoyo especializado a la Oficina de Despacho	Análisis de asuntos prioritarios; análisis de la conversación pública y valor de partida de los indicadores de comunicación; orientaciones de comunicación institucional para el relacionamiento y el posicionamiento de las misiones (producto principal) y presentación de sus recomendaciones en las sesiones de trabajo que convoque la Oficina de Despacho.	P2, P4
02 · Planeación y articulación estratégica	Plan de trabajo; cuatro (4) sesiones de trabajo con la Oficina de Despacho durante el plazo de ejecución, dos (2) con cada grupo de productos, y sus ayudas de memoria; mapa de mínimo 40 actores y recomendaciones de relacionamiento institucional; recomendaciones de priorización de los escenarios de intervención pública para el cierre de 2026, como insumo de la Oficina de Despacho y de la Secretaría Privada, sin asumir coordinación operativa.	P1, P3, P7, P10, P15
03 · Posicionamiento institucional y mensajes	Manual de mensajes y vocería: mensajes rectores del Decreto 1373 y mensajes por misión. Dos jornadas institucionales con el equipo directivo: alineación narrativa (noviembre) y seguimiento y ajuste (diciembre).	P5, P6, P12
04 · Orientación al grupo interno de Comunicaciones	Lineamientos de comunicación digital y editorial para el Grupo de Comunicaciones Estratégicas: prioridades editoriales, tono, formatos y parrilla tipo de dos meses. Informe de seguimiento y tablero de indicadores de comunicación con la información del equipo de medición de la Vicepresidencia, y recomendaciones de comunicación institucional para 2027. No incluye ejecución ni suministro de equipos especializados.	P11, P13, P14
05 · Orientación de comunicación de proyectos especiales	Concepto rector, objetivos de comunicación, públicos, mensajes, riesgos e indicadores para Semanas Milagro y Talento ColombIA, como insumo para su ejecución por contratos independientes. No incluye keyvisuals, conceptos gráficos, diseño, producción, creación de marcas, branding ni implementación.	P8

CADENCIA

Cuatro (4) sesiones de trabajo con la Oficina de Despacho durante el plazo de ejecución, dos (2) con cada grupo de productos, con sus ayudas de memoria. Una jornada institucional en noviembre y otra en diciembre. Una sesión de trabajo en diciembre para presentar el seguimiento frente al valor de partida de los indicadores. Los proyectos especiales se priorizan dentro de esta capacidad.

Quince productos. Contenido y criterio de aceptación verificables.

Los productos, su contenido mínimo, sus criterios de aceptación y su mes de entrega se presentan a continuación, con numeración consecutiva para facilitar su verificación por el supervisor.

No.	Producto	Contenido mínimo	Criterio de aceptación	Mes
P1	Plan de trabajo y cronograma	Actividades, responsables, fechas, metodología y fechas de entrega de cada producto.	Aprobación escrita del supervisor.	Nov.
P2	Análisis de la conversación pública y valor de partida de los indicadores	Análisis de la conversación pública sobre el Decreto 1373 y sus misiones, con base en la información de medios y redes que suministre la Vicepresidencia y en fuentes públicas citadas; valor de partida de cada indicador de comunicación; vacíos de percepción y recomendaciones.	Documento con el registro y la fuente de cada dato, recibido a satisfacción.	Nov.
P3	Mapa de actores y recomendaciones de relacionamiento institucional	Matriz de mínimo cuarenta (40) actores (entidades nacionales y territoriales, otras ramas, órganos autónomos, gremios, academia, cooperación e inversionistas), clasificados por misión, interés e influencia, con objetivo y mensaje recomendados, y responsable y fecha de interlocución sugeridos a cargo de la Vicepresidencia.	Matriz completa y recomendaciones de relacionamiento.	Nov.
P4	Orientaciones de comunicación institucional para el relacionamiento y el posicionamiento de las misiones (producto principal)	Objetivos de comunicación; públicos; mensajes generales y por frente de trabajo (Talento ColombIA, Modernización del Estado, seguridad energética, inversiones e internacionalización, productividad y competitividad); recomendaciones por canal; secuencia de comunicación recomendada para noviembre y diciembre de 2026; roles sugeridos para el Despacho y el Grupo de Comunicaciones Estratégicas; metas sugeridas por indicador a partir del valor de partida.	Documento recibido a satisfacción por el supervisor y presentado a la Oficina de Despacho.	Nov.
P5	Manual de mensajes y vocería	Mensajes rectores del Decreto 1373; mensajes por misión.	Documento validado en la jornada P6.	Nov.
P6	Jornada institucional 1: alineación narrativa	Taller con el equipo directivo y el Grupo de Comunicaciones Estratégicas sobre las orientaciones de comunicación y el manual de mensajes.	Metodología, lista de asistencia, acta con conclusiones y compromisos, registro fotográfico y encuesta de alineación antes y después.	Nov.

No.	Producto	Contenido mínimo	Criterio de aceptación	Mes
P7	Sesiones de trabajo y ayudas de memoria del primer paquete	Dos (2) sesiones de trabajo con la Oficina de Despacho; ayudas de memoria de estas y de las reuniones con equipos y líderes temáticos.	Ayudas de memoria con decisiones, compromisos y responsables.	Nov.
P8	Orientación de comunicación de proyectos especiales	Para mínimo dos (2) proyectos de alta visibilidad (Semanas Milagro y Talento ColombIA): concepto rector, objetivos de comunicación, públicos, mensajes, riesgos e indicadores, como insumo para su ejecución por contratos independientes.	Un documento por proyecto, recibido a satisfacción.	Dic.
P9	Informe de avance del primer grupo de productos	Actividades ejecutadas, avance por producto y soportes.	Informe aprobado por el supervisor.	Nov.
P10	Recomendaciones de priorización de escenarios de intervención pública	Escenarios de intervención pública recomendados para las misiones en el cierre de 2026 (foros, medios, territorios y escenarios internacionales), con objetivo, público y mensaje sugeridos para cada uno, como insumo de la Oficina de Despacho y de la Secretaría Privada.	Documento con la matriz de escenarios recomendados, recibido a satisfacción.	Dic.
P11	Lineamientos de comunicación digital y editorial	Prioridades editoriales, tono, formatos y parrilla tipo de dos (2) meses para el Grupo de Comunicaciones Estratégicas. No incluye producción de piezas.	Documento entregado y socializado al Grupo.	Dic.
P12	Jornada institucional 2: seguimiento y ajuste	Revisión de la aplicación de las orientaciones de comunicación frente al valor de partida de los indicadores y recomendaciones para 2027.	Metodología, lista de asistencia, acta, registro fotográfico y compromisos.	Dic.
P13	Informe de seguimiento y tablero de indicadores de comunicación	Comparación de cada indicador frente al valor de partida (P2), con la información que suministre la Vicepresidencia; análisis y recomendaciones; presentación en sesión de trabajo con la Oficina de Despacho.	Informe, tablero y acta de la sesión.	Dic.
P14	Recomendaciones de comunicación institucional para la vigencia 2027	Prioridades, secuencia de las misiones, actores a priorizar, metas sugeridas y recomendaciones para el Grupo de Comunicaciones Estratégicas.	Documento recibido a satisfacción.	Dic.
P15	Sesiones, ayudas de memoria e informe final de ejecución	Dos (2) sesiones de trabajo; ayudas de memoria de estas y de las reuniones con equipos y líderes temáticos; informe final de ejecución.	Ayudas de memoria e informe final aprobados.	Dic.

CRONOGRAMA DE ENTREGABLES

No.	Producto	Noviembre 2026	Diciembre 2026	Pago
P1	Plan de trabajo y cronograma	● 5 días hábiles tras el inicio de la ejecución		1.er pago

No.	Producto	Noviembre 2026	Diciembre 2026	Pago
P2	Análisis de la conversación pública y valor de partida de los indicadores	●		1.er pago
P3	Mapa de actores y recomendaciones de relacionamiento institucional	●		1.er pago
P4	Orientaciones de comunicación institucional para el relacionamiento y el posicionamiento de las misiones (producto principal)	●		1.er pago
P5	Manual de mensajes y vocería	●		1.er pago
P6	Jornada institucional 1: alineación narrativa	●		1.er pago
P7	Sesiones de trabajo y ayudas de memoria del primer paquete	●		1.er pago
P8	Orientación de comunicación de proyectos especiales		●	1.er pago
P9	Informe de avance del primer grupo de productos	●		1.er pago
P10	Recomendaciones de priorización de escenarios de intervención pública		●	2.º pago
P11	Lineamientos de comunicación digital y editorial		●	2.º pago
P12	Jornada institucional 2: seguimiento y ajuste		●	2.º pago
P13	Informe de seguimiento y tablero de indicadores de comunicación		●	2.º pago
P14	Recomendaciones de comunicación institucional para la vigencia 2027		●	2.º pago
P15	Sesiones, ayudas de memoria e informe final de ejecución		●	2.º pago

Primer pago (50 %): contra la entrega y aprobación del primer grupo de productos, P1 a P9.
Segundo pago (50 %): contra la entrega y aprobación del segundo grupo de productos, P10 a P15.

05 / EQUIPO DE TRABAJO

Equipo senior, dedicado y verificable.

Dávila P&M pone a disposición del contrato el siguiente equipo de trabajo durante todo el plazo de ejecución. Las hojas de vida y los soportes de formación y experiencia se acreditarán dentro de los cinco (5) días siguientes al inicio de la ejecución.

Rol	Formación	Experiencia mínima	Dedicación
Director(a) estratégico(a)	Profesional en comunicación social, ciencia política, mercadeo, administración o afines, con posgrado	Quince (15) años en comunicación estratégica, de los cuales cinco (5) en sector público o gobierno	50 %
Experto en comunicaciones gubernamentales	Profesional en comunicaciones, ciencia política, relaciones internacionales o afines	Ocho (8) años en relacionamiento institucional o asuntos públicos	50 %
Analista de medios y datos	Técnico en estadística, ingeniería, economía, comunicación o afines	Tres (3) años en monitoreo de medios, analítica digital o medición de reputación	100 %
Especialista en comunicación y creatividad digital	Profesional con experiencia en marketing digital, diseño, arquitectura o afines	Tres (3) años de experiencia en diseño de contenidos	50 %

06 / CONDICIONES Y PRESUPUESTO

Alcance acotado. Valor definido.

DELIMITACIÓN DEL CONTRATO

La orientación de comunicación de proyectos especiales comprende el abordaje estratégico y la orientación conceptual, pero no incluye desarrollo creativo ni ejecución. Tampoco incluye la vocería institucional, las funciones ordinarias del Grupo de Comunicaciones Estratégicas, el monitoreo de medios y redes, la producción de piezas publicitarias, audiovisuales o gráficas, la compra de pauta o espacios en medios, la coordinación cotidiana de equipos, administración de redes, redacción rutinaria, diseño gráfico o editorial, diseño o modificación de la identidad visual, presentaciones, producción audiovisual, desarrollo web, gestión de prensa, creación de keyvisuals, animaciones, campañas u organización y producción de eventos.

SERVICIOS NO INCLUIDOS

La creatividad aplicada, la identidad visual, las piezas, la producción, el diseño, el desarrollo digital y la implementación de proyectos no hacen parte de esta propuesta.

07 / Inversión total | Noviembre - Diciembre 2026

Honorarios por servicios profesionales especializados	$336.134.454
IVA (19 %)	$63.865.546
INVERSIÓN TOTAL, IVA INCLUIDO	$400.000.000

FORMA DE PAGO

Dos pagos del 50 % cada uno, contra la entrega y aprobación por el supervisor de cada grupo de productos, según el cronograma de entregables (numeral 04).

GASTOS NO INCLUIDOS EN EL VALOR DE LA PROPUESTA

El valor de la propuesta no incluye viáticos ni gastos de viaje, la prestación del servicio fuera del territorio colombiano, impresiones, el arrendamiento de espacios o equipos, ni la contratación de personal distinto al equipo de trabajo relacionado en el numeral 05.

PROPUESTA DE VALOR

La Vicepresidencia accede a criterio profesional especializado de alto nivel, acotado y verificable: quince productos, el valor de partida de los indicadores y su seguimiento final. La producción y la ejecución de iniciativas no hacen parte de esta propuesta.

Presenta y firma:



María Patricia Dávila
Representante Legal
Dávila Publicidad & Mercadeo S.A.S. — 06/11/2026
NIT 802014640-4
cc 22.449.452 de Barranquilla
Noviembre/2026