ANEXO No. 1 - ANEXO TÉCNICO
ESPECIFICACIONES Y CONDICIONES DEL SERVICIO A CONTRATAR

1. **OBJETO:** Prestar servicios para la promoción, divulgación y publicidad que requiera el Fondo Nacional del Ahorro S.A.

1.1. ALCANCE DEL OBJETO:

El proveedor deberá llevar a cabo todas las actividades y gestiones necesarias para el cumplimiento de las estrategias de mercadeo teniendo en cuenta las siguientes líneas:

- ✓ Asesoría como agencia de publicidad en el acompañamiento y apoyo al Fondo Nacional del Ahorro S.A para el cumplimiento de sus estrategias internas de comunicaciones y mercadeo.

- ✓ Comunicación pública en medios audiovisuales tradicionales, digitales, redes sociales, medios alternativos, y los demás que requiera la sociedad.

- ✓ Diseñar, planear, ordenar y ejecutar el plan de divulgación institucional con cobertura local, regional, nacional e incluso internacional si fuere necesario para actividades fuera del país.

2. CONDICIONES GENERALES:

2.1. Plazo de ejecución: Desde la fecha de suscripción del acta de inicio, previo cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución, hasta el 31 de marzo de 2027 o hasta el agotamiento de los recursos del contrato, lo primero que ocurra.

2.2. **Lugar de ejecución:** Los servicios contratados deberán ser ejecutados por el contratista a nivel nacional, sin embargo, se fija como domicilio contractual la ciudad de Bogotá· D.C., en la sede principal del Fondo Nacional del Ahorro S.A, Carrera 65 No. 11-83.

NOTA 1: Dentro del presente anexo técnico el Fondo Nacional del Ahorro S.A., se identifica como “Fondo”, “Entidad”, “Sociedad”.

3. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE LOS SERVICIOS A CONTRATAR

Para el cumplimiento de las especificaciones técnicas desarrolladas en el presente documento, el proveedor deberá tener en cuenta lo siguiente:

- **Aprobación del Manejo de Imagen:** Cualquier servicio solicitado para llevar a cabo las actividades descritas debe obtener la aprobación del manejo de imagen de la Gerencia de Mercadeo y Comunicaciones del Fondo Nacional de Ahorro S.A.

- **Concordancia con Políticas y Procedimientos:** Los servicios prestados deben ajustarse y cumplir con las políticas y procedimientos establecidos por la Sociedad.

- **Alcance en Planes Estratégicos:** Las actividades deben enmarcarse en el Plan de Mercadeo y el Plan Estratégico Institucional del Sociedad.

- **Alineación con Objetivos del Plan Nacional de Desarrollo:** Se espera que todas las acciones estén en concordancia con los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo.

3.1. CENTRAL DE MEDIOS Y PLAN DE DIVULGACIÓN INSTITUCIONAL:

El contratista deberá llevar a cabo la elaboración, planificación, ordenación y ejecución del plan de divulgación institucional, el cual tendrá como objetivo la difusión de los mensajes y estrategias previamente establecidos, abarcando un alcance que puede ser local, regional y nacional de acuerdo con las necesidades de la entidad, para lo cual se espera que el Contratista desarrolle planes específicos relacionados con los productos de colocación y captación del Fondo Nacional del Ahorro S.A. La ejecución de este plan implicará la implementación y emisión de los diversos mensajes producidos de acuerdo con los lineamientos estratégicos, metas y público objetivo definidos. El contratista deberá asegurar la coherencia con las directrices establecidas y garantizar la alineación con los objetivos estratégicos del Fondo Nacional del Ahorro S.A., abarcando así la diversidad geográfica y demográfica requerida para alcanzar el máximo impacto. En todo caso, para el desarrollo y diseño de los planes de medios, el contratista deberá optimizar los recursos disponibles en el contrato para el beneficio del Fondo Nacional del Ahorro S.A.

Adicionalmente, el contratista deberá presentar una propuesta que incluya un plan detallado para la divulgación e inversión en las estrategias de comunicaciones. Este plan deberá abarcar tanto los canales de comunicación actuales como aquellos potenciales que puedan ser identificados para fortalecer la difusión de mensajes y estrategias. La propuesta deberá reflejar un análisis completo de los recursos necesarios, estrategias de inversión eficientes y una visión clara sobre cómo optimizar los canales de comunicación para alcanzar los objetivos establecidos. Este enfoque busca garantizar que el contratista no solo ejecute el plan de divulgación, sino que también contribuya de manera proactiva al mejoramiento y expansión de las estrategias de comunicación del Fondo Nacional del Ahorro S.A.

Los planes de divulgación institucional, alineados con los objetivos y audiencias específicas, contemplarán una diversidad de canales de comunicación. Estos podrán incluir la utilización de radio con cobertura a nivel nacional, regional, local y/o comunitaria-cultural, así como la presencia en prensa tanto a nivel nacional como local. La divulgación podrá extenderse a través revistas especializadas de ser necesario y todos los medios digitales tanto en sitios propios como en canales de cobertura nacional y cualquier otro medio o canal que se considere necesario para la eficaz divulgación de los mensajes, en base a análisis de audiencia específicos para cada estrategia. Este enfoque busca asegurar una cobertura amplia y adaptada a las características y preferencias de la audiencia objetivo.

Dentro del contrato, se requiere unos perfiles denominados “director de proyecto y ejecutivo de cuenta”, los cuales serán responsables de gestionar todas las interacciones con los terceros interesados en ofrecer sus productos o servicios al Fondo Nacional del Ahorro S.A. Esto incluirá la evaluación interna en la agencia para determinar la idoneidad del medio de acuerdo con las necesidades específicas de comunicación de la entidad, así como su viabilidad económica. Las propuestas de los medios, tras esta evaluación, deberán ser presentadas de manera formal y sustentadas ante el Supervisor del contrato del FONDO NACIONAL DEL AHORRO S.A. Este proceso garantizará una selección informada y estratégica de los medios, alineada con los objetivos de comunicación y los aspectos económicos considerados en el marco del contrato.

El contratista deberá remitir un informe de impacto correspondiente a cada una de las campañas difundidas en medios de comunicación pública, con el propósito de evaluar su eficiencia. Este informe deberá ser entregado mensual, con el fin de proporcionar insumos que permitan la toma de decisiones estratégicas para campañas futuras.

El Contratista tendrá la responsabilidad de supervisar que la pauta correspondiente al plan de divulgación institucional aprobado previamente por el supervisor del FONDO NACIONAL DEL AHORRO S.A., sea difundida de acuerdo con los diferentes medios, formatos, horarios, días y espacios previamente ordenados. Además, deberá proporcionar de manera oportuna los soportes y certificaciones correspondientes de las publicaciones y/o pautas. Este proceso asegurará un control efectivo sobre la ejecución de la estrategia de divulgación, garantizando la correcta emisión en los medios seleccionados y proporcionando documentación respaldatoria que valide la difusión planificada.

El Contratista deberá realizar y presentar al Fondo Nacional del Ahorro S.A., dentro de los primeros diez (10) días calendario siguientes al cierre del trimestre, un informe detallado de implementación de pauta correspondiente al servicio de central de medios (ATL) prestado. Dicho informe deberá contener, como mínimo, la siguiente información: campaña, cifras consolidadas de alcance, impacto, inversión ejecutada, niveles de difusión, medios utilizados, públicos objetivo-impactados, así como los factores relevantes para la toma de decisiones estratégicas en materia de divulgación y la medición de resultados de los planes de medios institucionales.

El contratista deberá garantizar el cumplimiento de directivas, normativas y reglamentaciones del Gobierno Nacional y demás disposiciones legales relacionadas con la difusión de pauta en medios de comunicación.

En ese sentido, el contratista deberá aportar los siguientes documentos de acuerdo al tipo de pauta requerida:

- Pauta radial: certificación del medio
- Pauta en prensa y revistas: envío digital del ejemplar y/o certificación, en caso de utilizarse este servicio.
- Pauta exterior: certificación del medio y fotos, en caso de utilizarse este servicio.
- Pauta digital: certificación del medio, impresión del medio (pantallazo) vía correo electrónico y los informes de rendimiento de la pauta que den cuenta del engagement, alcance, likes, compartidos y respuestas a las publicaciones.
- Programas institucionales: copias en cd, DVD y/o digitales de los programas, en caso de utilizarse este servicio.

El Contratista deberá soportar el plan de divulgación institucional (plan de medios o flow) que presenta para aprobación, con estudios de hábitos de consumo de medios del público objetivo de la pauta o campaña, respondiendo a criterios tales como: afinidad, alcance, cobertura geográfica, reputación del medio y de sus líderes de opinión, oportunidad y asertividad en la transmisión del mensaje, frecuencia de emisión, formatos, posicionamiento del medio y propuesta económica. Cada plan se debe presentar valorizado, indicando valores unitarios, descuentos, valores brutos y valores totales. Igualmente, debe ponderarse el peso específico de cada medio o tipo de medio en el plan general.

El contratista deberá trasladar todos los descuentos que concedan los medios al Fondo Nacional del Ahorro S.A., incluyendo la pauta bonificada.

El Fondo Nacional del Ahorro S.A. podrá cambiar y solicitar formatos y contenidos, de acuerdo con las necesidades que se vayan presentando en el desarrollo de las estrategias, basados en las necesidades del Fondo Nacional del Ahorro S.A.

Por otro lado, el contratista deberá suministrar a solicitud del Fondo Nacional del Ahorro S.A, los siguientes estudios y herramientas de medición de audiencia para medios tradicionales (ATL) y medios digitales (redes sociales Fondo Nacional del Ahorro S.A) durante la vigencia del contrato, los cuales no generaran costo adicional para la Entidad:

- **RADIO**: ECAR y su software de análisis y planificación de medios.

- **MEDIOS EN GENERAL**:

  - TGI: Tipo de investigación de mercado “single-source” que se caracteriza por realizar un estudio integral de estilos de vida, consumo de medios y de productos de las personas) y sus dos herramientas: Choices (permite consultar toda esta información a nivel de cruces de datos, así como la generación de mapas de correspondencia para el análisis multivariante y de clústeres o grupos para una mayor y mejor segmentación del target de consumo de una categoría. Permite crear informes de análisis tabulados con el fin de realizar perfiles de exposición de los diferentes targets ante los medios de comunicación y preferencias de consumo, con lo cual se logra obtener una visión del mercado, competencia, posicionamiento de marca, opiniones, actitudes y afinidad de medios), y ZEUS, la cual, es una herramienta que permite hacer planeación multimedia, y a partir de variables demográficas iguales, asociar los comportamientos de la población.

  - EGM: estudio sobre el consumo de los medios de comunicación en el mundo realizado por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación.

NOTA: La Entidad podrá solicitar tanto el TGI como el EGM y ninguno de ellos reemplaza al otro.

- Para medios digitales, el contratista deberá ofrecer en caso de ser solicitado por la supervisión del FONDO NACIONAL DEL AHORRO S.A., el estudio COMSCORE, que revela cómo y dónde los consumidores se vinculan con puntos de encuentro digitales cuyos algoritmos revelan los caminos estadísticamente relevantes y diferentes hacia la conversión; permitiendo entender mejor las audiencias, las marcas y sus consumidores al igual, deberá contar con la suscripción activa, durante el tiempo del contrato, a las herramientas digitales **Fanpage Karma, metricool y Sprout Social**, que permitan la evaluación y entrega de indicadores sobre la gestión de las redes sociales del FONDO NACIONAL DEL AHORRO S.A.. Estas herramientas deberán estar habilitadas con acceso para el equipo digital del Fondo Nacional del Ahorro S.A.

  Además, el contratista debe estar en capacidad de desarrollar tácticas para optimizar el posicionamiento en motores de búsqueda para mejorar la visibilidad del sitio web del Fondo Nacional del Ahorro S.A en los resultados orgánicos de los diferentes buscadores que tengan alto impacto y alcance. Debe, asimismo apoyar al Fondo Nacional del Ahorro S.A en lo relativo a web analytics o estadísticas de las estrategias difundidas a través de redes sociales o cualquier medio de comunicación digital, alineada con las estrategias tanto externas como internas.

El material para emitir podrá ser producido y proporcionado por el Fondo Nacional del Ahorro S.A. y/o la agencia de medios en caso de requerirse. Las partes acordarán los aspectos relativos a la entrega del material, tales como tiempos, modalidad, formas, lugar, especificaciones técnicas, etc.

3.1.1. Solicitud y aprobación:

El Fondo Nacional del Ahorro S.A., deberá remitir al contratista, a través de correo electrónico, las solicitudes de los planes de medios pertinentes con un plazo de anticipación de tres (3) días hábiles antes de la emisión del material publicitario. En este contexto, el contratista deberá presentar, en un lapso máximo de un (1) día hábil posterior a la solicitud, el plan de medios que incluirá las salidas y descuentos correspondientes. Esto permitirá que el supervisor del contrato evalúe y apruebe, en un plazo de 1 día hábil, o realice las modificaciones pertinentes al plan de medios suministrado.

Cabe destacar que, cuando las circunstancias lo requieran y con el fin de garantizar una ejecución eficiente y oportuna de las estrategias publicitarias contempladas en el contrato, los plazos establecidos podrán ser ajustados de acuerdo con las necesidades específicas de la campaña, ya sea prolongando o reduciendo los tiempos establecidos.

El Fondo Nacional del Ahorro S.A., se reserva el derecho de ajustar las fechas de lanzamiento o mantenimiento al aire de los comerciales y el tiempo de duración de estos, notificando al Contratista con un plazo de un (1) día hábil de antelación a la pauta programada. En el caso de modificaciones se informará al contratista sobre las nuevas fechas acordadas. En situaciones excepcionales que requieran una cancelación con un plazo inferior al establecido, el contratista deberá gestionar el no pago del recargo alguno por esta eventualidad.

El Contratista deberá documentarse respecto al portafolio de productos y servicios ofrecidos por el Fondo Nacional del Ahorro S.A., para tales efectos, la Gerencia Mercadeo y Comunicaciones de la Sociedad llevará a cabo sesiones de socialización con el personal del contratista. Durante dichas sesiones, se proporcionará al contratista información esencial sobre el Fondo Nacional del Ahorro S.A., incluyendo su Misión, Visión, Principios, Manual de Marca, Objetivos Estratégicos (PEI), Políticas y demás documentos citados en el numeral correspondiente. Además, se hará entrega de los diversos documentos necesarios para la correcta operación de los servicios, tales como lineamientos técnicos, manuales, procedimientos, guías, formatos, entre otros, con el fin de garantizar una ejecución eficiente y conforme a los estándares establecidos por la Sociedad.

3.1.2. Asesoramiento integral para redes sociales.

El contratista se compromete a proporcionar asesoramiento integral para la estrategia de redes sociales del Fondo Nacional del Ahorro S.A., así como en medios digitales, abarcando tanto la unidad gráfica como el contenido. Este servicio incluirá la formulación de estrategias efectivas para las plataformas de redes sociales, asegurando una coherencia visual y temática que refleje la identidad de la sociedad. Asimismo, el contratista ofrecerá orientación en la creación y gestión de contenido digital, adaptado a las tendencias actuales y a las características específicas de cada plataforma.

El contratista deberá colaborar activamente con el Fondo Nacional del Ahorro S.A. en la planificación y ejecución de estrategias digitales, proponiendo ideas innovadoras y manteniendo una comunicación fluida para ajustar la estrategia según las necesidades y objetivos de la Sociedad.

El contratista deberá contar con accesos a banco de imágenes durante toda la ejecución del contrato, en alta resolución, libres de derechos para uso, para la creación, desarrollo y producciones de las piezas y campañas de comunicación, este banco deberá contar con mínimo 90 fotografías mensuales.

4. RESPONSABILIDADES DEL CONTRATISTA:

La propiedad de los derechos económicos (Derechos de Autor), sobre los productos, diseños, artes finales, videos, CD, grabaciones, ilustraciones, animaciones, informes, guiones, documentos y/o cualquier otra herramienta resultante de la ejecución del contrato, será de propiedad exclusiva del Fondo Nacional del Ahorro S.A., al igual que la propiedad de los bienes, libros, equipos o elementos adquiridos para el desarrollo del objeto del contrato con los recursos de la Entidad. Por lo tanto, el Fondo Nacional del Ahorro S.A. podrá en un futuro utilizar dichos bienes y productos en otros programas que adelante sin restricción alguna.

5. PERSONAL MÍNIMO REQUERIDO:

El Contratista tiene la facultad de determinar, en concordancia con el enfoque y la organización necesarios, el número de personas a emplear durante la ejecución del contrato.

Sin embargo, el contratista deberá presentar para la ejecución del contrato el siguiente personal y acreditar el cumplimiento de las condiciones descritas a continuación:

- Un (1) director de proyecto con dedicación de al menos el 100%

- Un (1) ejecutivo de cuenta con dedicación de al menos el 100%
- Un (1) Planner de medios/digital con dedicación de al menos el 100%
- Un (1) Creativo digital con dedicación al 100%

PERFIL REQUERIDO	FORMACIÓN ACADÉMICA	EXPERIENCIA GENERAL/ESPECIFICA
Director de Proyecto	Pregrado: Profesional en Comunicación social, periodismo y afines y/o publicidad y afines y/o administración (Profesional en Mercadeo y/o administrador de Mercadeo), y/o Ciencia política, relaciones internacionales y/o economía. Posgrado: Administración (Mercadeo) y/o Comunicación social, periodismo y afines	**General:** Debe acreditar como mínimo cinco (5) años de experiencia profesional en centrales de medios y/o medios de comunicación. **Específica:** Debe contar por lo menos con tres (3) años de experiencia específica como director de Cuenta de empresas con presupuestos de inversión mayores a dos mil millones de pesos ($2.000.000.000) y haber liderado o participado como gerente o director de cuenta en tres (3) proyectos de comunicaciones y/o campañas de publicidad masivas, de las cuales al menos una (1) debe ser con entidad del Estado **Responsabilidades:** • Liderar la planeación estratégica de campañas de comunicación y publicidad de alto impacto. • Coordinar equipos multidisciplinarios para asegurar la ejecución efectiva de los proyectos. • Supervisar la implementación de campañas • Realizar seguimiento al cumplimiento de objetivos, entregables y cronograma de los proyectos a su cargo. • Velar por el cumplimiento de indicadores de rendimiento y retorno de inversión (ROI) de las campañas. • Asegurar la correcta ejecución contractual del servicio, gestionando cualquier ajuste o modificación pertinente.
Ejecutivo de Cuenta	Pregrado: Profesional en Comunicación social, periodismo y afines y/o publicidad y afines y/o administración (Profesional en Mercadeo y/o administrador de Mercadeo).	**General:** Debe acreditar como mínimo dos (2) años de experiencia profesional en el área de comunicaciones y/o mercadeo y/o publicidad y medios de comunicación y centrales de medios. **Específica:** Haber liderado o participado como ejecutivo de cuentas en dos (2) proyectos en diseño y/o acompañamiento de estrategias de comunicaciones y/o publicidad con empresas del sector público y/o privado con duración mayor a seis (6) meses cada proyecto; así como en ejecución de planes de comunicación y/o campañas publicitarias; acreditar experiencia en manejo de presupuestos de inversión, mayores a mil quinientos millones de pesos ($1.500.000.000)MCTE **Responsabilidades:** • Ser el enlace directo entre el cliente y el equipo de trabajo de la agencia, garantizando fluidez y claridad en la comunicación. • Elaborar reportes de gestión y análisis de KPIs, con recomendaciones estratégicas. • Gestionar aprobaciones, ajustes y validaciones de piezas publicitarias y contenido estratégico. • Presentar informes ejecutivos al cliente sobre avances, resultados y optimización de recursos. • Realizar todas las actividades de seguimiento y facturación mensual.

PERFIL REQUERIDO	FORMACIÓN ACADÉMICA	EXPERIENCIA GENERAL/ESPECIFICA
Planner de medios/ digital	Pregrado: Profesional en Comunicación social, periodismo y afines y/o publicidad y afines y/o administración (Profesional en Mercadeo y/o administrador de Mercadeo).	**General:** Debe acreditar como mínimo dos (2) años de experiencia profesional en el área de comunicaciones y/o mercadeo y/o publicidad y/o medios de comunicación y/o centrales de medios. **Específica:** Tener por lo menos dos (2) años de experiencia específica como planner integral. Haber liderado ejecución de planes de medios ATL y/o digital (incluidas redes sociales) en mínimo un (1) año. Demostrar experiencia en negociación con medios de comunicación digital y pauta en medios de comunicación regionales, locales, comunitarios. **Responsabilidades:** • Diseñar e implementar estrategias de medios integrales ATL y digitales, incluyendo redes sociales y medios regionales. • Seleccionar medios adecuados y negociar espacios publicitarios en medios digitales, regionales, comunitarios y locales. • Elaborar planes de medios detallados con cobertura nacional y segmentación estratégica del público objetivo. • Gestionar presupuestos y optimizar la inversión para maximizar el alcance e impacto de las campañas. • Realizar análisis comparativo de medios y performance digital para la toma de decisiones informadas. • Supervisar la ejecución de pauta digital y validar el cumplimiento de objetivos y métricas definidas. • Coordinar con los equipos creativos y de cuentas para la correcta alineación de contenido y medios.
Creativo Digital	Pregrado: Profesional Diseño (Diseño gráfico)	**General:** Debe acreditar como mínimo dos (2) años de experiencia profesional en la producción de campañas de comunicación en medios digitales y redes sociales. **Específica:** Haber participado en la producción de Tres (3) proyectos de producción de campañas de comunicación masiva que incluya medios de comunicación, digitales e incluidas redes sociales. Responsabilidades: Participar en todas las fases del proceso creativo enfocado en piezas y campañas digitales. Desde la recepción del brief hasta la entrega final, establecer un calendario en donde se identifiquen los tiempos de entrega, imprevistos y minimizar los riesgos. Responsable por la entrega de imágenes y piezas audiovisuales para RRSS según la necesidad de comunicación de la entidad. Cada pieza gráfica o audiovisual que presente requerirá unos códigos visuales concretos y diferenciados.

El Contratista deberá presentar al Supervisor dentro de los tres (3) días hábiles siguientes a la fecha de suscripción del contrato, las hojas de vida del Recurso Humano mínimo requerido para la ejecución del contrato, para revisión y aprobación como requisito para la suscripción del acta de inicio.

Deben anexarse la formación académica y la experiencia mínima solicitada, acompañadas de todos los soportes correspondientes para verificar el cumplimiento mínimo exigido.

Si bien se ha estimado un porcentaje mínimo de dedicación por cada perfil, el Contratista deberá garantizar que, en caso de presentarse alguna eventualidad, estará en capacidad de atender en menos de 24 horas un requerimiento urgente o inusual que le realice el Fondo Nacional del Ahorro S.A.

NOTAS:

- El personal mínimo que se requiera para el proyecto no podrá ser modificado durante la ejecución del contrato, salvo que exista una justa causa que debe ser sustentada ante el Fondo Nacional del Ahorro S.A. En este caso, se podrá reemplazar siempre que su experiencia y formación académica sean igual o superior a la descrita en el presente documento y previa autorización, por escrito, del Supervisor del contrato; para ello, el contratista tendrá 3 días hábiles para notificar la persona que reemplazará junto con su Hoja de Vida para la validación y aprobación de este por parte del supervisor del contrato.
- El Contratista podrá incluir el personal adicional que considere pertinente para cumplir con el objeto del contrato. No obstante, este personal no será objeto de verificación, ni generará costo adicional para la Sociedad.
- El personal destinado por el contratista para la ejecución del contrato no tendrá ningún tipo de vinculación laboral con el Fondo Nacional del Ahorro S.A. El valor de su nómina debe ser asumido por el Contratista y ejecutarán sus actividades desde las instalaciones de sus oficinas o aquellas que disponga el Contratista para tal fin.
- El Fondo Nacional del Ahorro S.A. se reserva el derecho de solicitar el cambio del personal designado cuando en el desarrollo del contrato, se produzcan resultados insatisfactorios en el cumplimiento de sus funciones y/o se afecte la imagen institucional o la adecuada ejecución del contrato.

6. FORMA DE PAGO:

El Fondo Nacional del Ahorro S.A. pagará al contratista el valor del contrato según las actividades realizadas de la siguiente forma:

- Respecto a los servicios de central de medios: El pago de la pauta realizada en medios masivos, no masivos, digital, OOH, entre otros, se realizará de manera mensual por los servicios efectivamente prestados, de acuerdo con la oferta económica presentada, previo recibo a satisfacción por parte del supervisor del contrato.

- Ítems no tarifados: Atendiendo a la naturaleza y objeto del presente contrato para los ítems que no se encuentren en la oferta económica se reconocerá el valor neto de la pauta aprobado previamente por la supervisión, más el porcentaje de comisión ofrecido resultante de la oferta económica.

La facturación, estará explícitamente relacionada con la entrega a entera satisfacción y previa verificación del cumplimiento de los ANS.

PARÁGRAFO PRIMERO: Facturación electrónica: el proveedor deberá previamente a la presentación de la factura, obtener del supervisor del contrato la validación de los soportes y entrega de los números de aceptación, so pena de que sea rechazada por el Fondo Nacional del Ahorro S.A. La factura electrónica, extendida con el lleno de requisitos establecidos por el Estatuto Tributario, y los archivos electrónicos referentes a la misma, deben ser remitidos al siguiente correo: facturacionelectronica@fna.gov.co.; a esta dirección no se deben enviar soportes ni anexos en imagen o archivos electrónicos diferentes a la citada factura electrónica. El pago estará sujeto al cumplimiento de los trámites administrativos a que haya lugar y se deberá presentar y entregar previamente la Certificación de cumplimiento a satisfacción expedida por el supervisor del contrato. Si la factura no se elabora correctamente o si le faltan los documentos de soporte, el término para el pago sólo empezará a contar desde la fecha en que quede corregida la factura o desde aquella en la cual se aporte el último de los documentos necesarios.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Para efectos del desembolso que trata la presente cláusula, EL CONTRATISTA deberá acreditar el pago de los aportes parafiscales y su afiliación obligatoria y pago actualizado al sistema de Seguridad Social, Salud y Pensión conforme a la Ley 100 de 1993, Ley 789 de 2002, modificado por la Ley 828 de 2003, Ley 797 de 2003, Decreto 1703 de 2002 y Decreto 510 de 2003.

• Entrega de informes para pago:

El Contratista deberá entregar dentro de los primeros 3 días hábiles del mes un informe con la ejecución del mes anterior para el pago de los servicios prestados, el cual contendrá:

1. Documento con la relación de las actividades realizadas en el mes
2. Aprobaciones por parte del supervisor del contrato o quien este designe

3. Parafiscales del mes en que se presenta el informe
4. Certificación Bancaria (únicamente el primer pago)
5. Rut: (únicamente el primer pago)

El contratista deberá presentar los primeros tres (3) días hábiles del mes los informes de ejecución por cada uno de los servicios contratados y ejecutados en donde se detalle: presupuesto aprobado y ejecutado, soportes de ejecución de las piezas entregadas, para efectos del trámite de facturación y pago en pdf, siempre detallando el balance y estado del valor del contrato vs el valor ejecutado.

7. OBLIGACIONES ESPECÍFICAS DEL CONTRATISTA:

El contratista se comprometerá a ejecutar las siguientes actividades:

1. El contratista deberá cumplir con todas las especificaciones técnicas establecidas en los anexos del contrato.

2. El futuro contratista deberá prestar apoyo permanente y tener total disposición para informar y orientar al Fondo Nacional del Ahorro S.A. sobre cualquier aspecto de las actividades a realizar, objeto de este contrato.

3. El contratista deberá guardar la confidencialidad de la información compartida por el Fondo Nacional del Ahorro S.A, salvo que se trate de un requerimiento judicial o administrativo.

4. Contar con disponibilidad los siete (7) días de la semana para las solicitudes del FONDO NACIONAL DEL AHORRO S.A.

5. Asistir a las reuniones requeridas por el Fondo Nacional del Ahorro S.A.

6. Elaborar y presentar, para revisión y aprobación de la supervisión, los planes de medios y las propuestas de pauta requeridas por el FONDO NACIONAL DEL AHORRO S.A., indicando el medio o canal, cobertura geográfica, público objetivo, formato, ubicación o franja, frecuencia, periodo de difusión, tarifas, descuentos, comisión aplicable y valor total estimado.

7. Para las solicitudes que se den por fuera de tarifario el contratista deberá negociar con los medios de comunicación las condiciones de compra de espacios publicitarios, procurando obtener tarifas competitivas, descuentos, bonificaciones,

paquetes, valores agregados y demás beneficios comerciales en favor del Fondo Nacional del Ahorro S.A.; trasladar íntegramente a la Entidad los beneficios obtenidos y reflejarlos en los soportes de ejecución.

8. Ejecutar las órdenes de pauta previamente autorizadas y aprobadas por la supervisión, y verificar la recepción oportuna por parte de los medios de los materiales suministrados y aprobados por el Fondo Nacional del Ahorro S.A., el futuro contratista no podrá sustituir medios o modificar tarifas, formatos, fechas, franjas, ubicaciones, cantidades o condiciones aprobadas sin autorización previa y escrita.

9. Reportar oportunamente a la supervisión cualquier novedad, error, omisión, cambio de programación, interrupción o incumplimiento que afecte la pauta aprobada, indicando sus causas, impacto y acciones correctivas. Gestionar, cuando la novedad sea imputable al contratista o al medio por él gestionado, la reposición, reprogramación o compensación que corresponda, sin costo adicional para el Fondo Nacional del Ahorro S.A. y previa aprobación de la supervisión.

10. Mantener actualizado el control financiero y presupuestal de la bolsa de recursos a monto agotable, identificando los valores aprobados, comprometidos, ejecutados, facturados y disponibles, con discriminación del costo de pauta, descuentos, comisión, impuestos y demás conceptos aplicables. Alertar oportunamente a la supervisión sobre el riesgo de agotamiento presupuestal y abstenerse de superar el valor máximo contractual.

11. La agencia deberá remitir un informe de impacto correspondiente a cada una de las campañas difundidas en medios de comunicación pública, con el propósito de evaluar su eficiencia. Este informe deberá ser entregado mensual, con el fin de proporcionar insumos que permitan la toma de decisiones estratégicas para campañas futuras.

12. El contratista deberá realizar y presentar al Fondo Nacional del Ahorro S.A., dentro de los primeros diez (10) días calendario siguientes al cierre del trimestre, un informe detallado de implementación de pauta correspondiente al servicio de central de medios (ATL) prestado. Dicho informe deberá contener, como mínimo, la siguiente información: campaña, cifras consolidadas de alcance, impacto, inversión ejecutada, niveles de difusión, medios utilizados, públicos objetivo-impactados, así como los factores relevantes para la toma de decisiones estratégicas en materia de divulgación y la medición de resultados de los planes de medios institucionales.

13. El futuro contratista deberá realizar los pagos a los terceros y/o medios de comunicación independientemente de los pagos efectuados por el Fondo Nacional del Ahorro S.A.

14. Las demás que se requieran de acuerdo con la naturaleza del contrato.

XIOMARA TORRADO BONILLA

Firmado digitalmente por XIOMARA TORRADO BONILLA

XIOMARA TORRADO BONILLA
Gerente mercadeo y comunicaciones