



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
SECRETARÍA DE HACIENDA

ANEXO No. 1

FICHA TÉCNICA PLAN DE MEDIOS CONCEJO DE BOGOTÁ, D.C. 2017

1. OBJETO:

Prestar los servicios de diseño, producción y ejecución de estrategias de divulgación en medios de comunicación de carácter masivo y alternativo para el Concejo de Bogotá, D.C.

2. ALCANCE DEL OBJETO

Los servicios a prestar comprenden la formulación y ejecución de un plan de medios para la promoción y divulgación de cada una de las campañas del Concejo de Bogotá, D.C., en el cual justifique la estrategia y los medios seleccionados y la proposición de alternativas que permitan el logro de los fines institucionales y metas planteadas en el Plan de Desarrollo en cuanto a la divulgación de la información que requiera la Corporación, por lo cual el contratista debe:

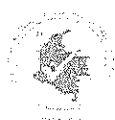
1. Diseñar, contratar y ejecutar estrategias de divulgación óptimas de los programas que adelanta el Concejo de Bogotá D.C., en medios de comunicación de carácter masivo, a saber: televisión, radio, revistas, prensa, portales de internet y cualquier otro medio audiovisual o escrito, sujetos a los lineamientos creativos y corporativos que requiera el Cabildo Distrital.
2. Realizar inversión en pauta publicitaria, avisos y espacios en medios de comunicación masiva, comunitaria, alternativa y digital de carácter local y nacional.
3. 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 los medios contratados después de finalizada cada campaña.

3. CLASIFICACIÓN UNSPSC

Los servicios objeto del presente proceso de selección se encuentran identificados en el clasificador de bienes y servicios UNSPSC, como se indica a continuación:

CODIGO UNSPSC	SEGMENTO	FAMILIA	CLASE
821015	Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	Publicidad	Publicidad impresa
821016	Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	Publicidad	Publicidad difundida
821018	Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	Publicidad	Servicios de agencia de publicidad
821119	Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	Escritura y traducciones	Servicios de noticias y publicidad
831217	Servicios Públicos y Servicios Relacionados con el Sector Público	Servicios de información	Servicios de comunicación masiva

Sede Administrativa: Carrera 30 N° 25-90 - Código Postal 111311
Dirección de Impuestos de Bogotá: Avenida Calle 17 N° 65B-95 - Código Postal 111611
Teléfono (571) 338 5000 • Línea 195
contactenos@shd.gov.co
• Nit. 899.999.061-9
Bogotá, Distrito Capital - Colombia



BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS



ANEXO No. 1

**FICHA TÉCNICA
PLAN DE MEDIOS CONCEJO DE BOGOTÁ, D.C.
2017**

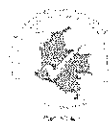
4. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS Y CATEGORÍAS:

CATEGORIA	Medios Recomendados
Posicionamiento del Concejo de Bogotá, D.C. ante la Ciudadanía.	<p>Medios Masivos y comunitarios: Prensa, Radio, Televisión, Medios digitales, Revistas, entre otros.</p> <p>Medios Alternativos: PUBLIMILENIO, EUCOL, Vallas vías principales, comerciales en salas de cine y pendones.</p> <p>Se utilizarán estos mismos medios para promover debates de control político, Proyectos de Acuerdo, Campañas de sensibilización frente a temas de orden social, temas de interés que requieran intervención del Concejo como autoridad de la ciudad y/o alianzas que decidan realizarse con la Administración Local.</p>
Informes de Gestión y Foros	Rendiciones de cuentas, foros y eventos institucionales, transmisión en vivo o en diferido a través de canales de televisión.

El monto de la Inversión Publicitaria propuesta por el Concejo de Bogotá D.C. será aplicado en cada medio seleccionado de acuerdo con el Plan de Medios aceptado, a partir de las siguientes especificaciones técnicas:

Nota: Las siguientes especificaciones deben ser desarrollados en los medios relacionados en el formato de oferta económica.

Medio	Especificaciones Técnicas	Cantidad
1 Radial	Cuña Radial: Quince (15), Treinta (30) y Cuarenta y cinco (45) segundos, en diferentes franjas horarias, los cuales se relacionan por emisora en el Formato No. 4 "Propuesta Inicial de Precio".	Según el Plan de Medios recomendado por la Agencia o Central de Medios.
2 Prensa	<p>Aviso Prensa página impar</p> <p>Tamaños:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 3 columnas x 15 centímetros • 2 columnas x 12 centímetros • 1 columna x 9 centímetros • 2 columnas x 8 centímetros <p>Color:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Blanco y Negro • Full Color 	Según el Plan de Medios recomendado por la Agencia o Central de Medios.





ANEXO No. 1

**FICHA TÉCNICA
PLAN DE MEDIOS CONCEJO DE BOGOTÁ, D.C.
2017**

Medio	Especificaciones Técnicas		Cantidad
		Sección: Bogotá o páginas corrientes, según corresponda, en periódicos de alta circulación, locales y comunitarios, en la ciudad de Bogotá.	
3	Revistas	Avisos revistas Tamaño: media ½ página en policromía.	Según el Plan de Medios recomendado por la Agencia o Central de Medios.
4	Televisión	Emisiones Producción y transmisión en directo: Tema: Rendición de cuentas, foros y eventos institucionales Duración: hasta cuatro (4) horas Horario: Entre 9:00 am – 1:00 p.m y 6:00 pm a 10:00 pm.	Según el Plan de Medios recomendado por la Agencia o Central de Medios.
		Comerciales: Duración: Treinta (30) segundos Horario: Triple AAA o Prime Time y entre 6:00 a.m. a 9:00 a.m.	Según el Plan de Medios recomendado por la Agencia o Central de Medios.
5	Piezas Publicitarias	Medios Alternativos PENDONES , deben tener: <ul style="list-style-type: none">• Perforaciones• Impresión digital• Policromía full color en mínimo 300 DPI• Doble banner• Unión por electrosellados o sellado térmico.• Tamaño 2 m de largo x 1 m de ancho, retractil	Según el Plan de Medios recomendado por la Agencia o Central de Medios.
		AVISOS EN PARADERO O EUCOLES , deben tener: <ul style="list-style-type: none">• Material Poliestireno Calibre 25• Impresión Serigráfica full color	Según el Plan de Medios recomendado por la Agencia o Central de Medios.





ANEXO No. 1

**FICHA TÉCNICA
PLAN DE MEDIOS CONCEJO DE BOGOTÁ, D.C.
2017**

Medio	Especificaciones Técnicas	Cantidad
	<ul style="list-style-type: none"> • Tamaño Cartel (121 x 177 cms) • Superficie de Impresión (118.5 x 174 cm) • Superficie visible útil (a caja) (116x171 cm). 	
	<p>PUBLIMILENIO</p> <p>Módulos Tipo MCV, deben tener</p> <ul style="list-style-type: none"> • Láminas en poliestireno Calibre 20 laminado o impreso a 1.200 DPI • Área Impresa y de corte (1.21 m base x 0.29 m altura) • Área Visible: 1.19 m base x 0.27 m altura <p>Módulos tipo MPEF, deben tener:</p> <p>Láminas en poliestireno Calibre 20</p> <ul style="list-style-type: none"> • Laminado o impreso a 1.200 DPI • Área Impresa y de corte (1.21 m base x 1.77 m altura) • Área Visible: 1.16 m base x 1.71 m altura.) 	<p>Según el Plan de Medios recomendado por la Agencia o Central de Medios.</p> <p>Según el Plan de Medios recomendado por la Agencia o Central de Medios.</p>
	<p>COMERCIALES EN SALAS DE CINE: Duración: 30 segundos</p> <p>En salas Silver, Premium y Súper Premium.</p>	<p>Según el Plan de Medios recomendado por la Agencia o Central de Medios.</p>
	<p>VALLAS EN VÍAS PRINCIPALES EN BOGOTÁ, en sitios tales como: Carrera Séptima, la Carrera 30, la Avenida 68, Calle 26, Avenida Boyacá, Avenida de las Américas, Autopista del Sur, Autopista Norte, Avenida Primero de Mayo, Avenida Caracas, entre otras.</p>	<p>Según el Plan de Medios recomendado por la Agencia o Central de Medios.</p>





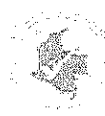
ANEXO No. 1

**FICHA TÉCNICA
PLAN DE MEDIOS CONCEJO DE BOGOTÁ, D.C.
2017**

Medio		Especificaciones Técnicas	Cantidad
6	Medios Digitales	<p>Banners: Presencia fija en banner de 300x250 en la página principal de los principales medios digitales.</p>	Según el Plan de Medios recomendado por la Agencia o Central de Medios.
7	Diseño y Producción	<p>Elaborar el diseño y producción: en los diferentes medios tales como: radio, prensa, televisión, revistas, piezas publicitarias, Banners, con las especificaciones dadas en la presente ficha técnica.</p> <p>El componente de diseño y producción que define el mensaje, historia, idea, narración o experiencia útil lo realiza el contratista siguiendo un procedimiento estándar con base en la información de los objetivos de las campañas y la segmentación del mercado entregada por la Entidad y que incluye las siguientes etapas: desarrollo de propuestas de concepto; presentaciones de los montajes y guiones, ajustes, aprobación y paso a producción. Como resultado de este procedimiento se obtiene un producto que es la pauta y el medio a utilizar para su divulgación, que puede ser impreso, digital o audiovisual.</p> <p>Nota: En el evento en que el comercial que será transmitido en salas de cine corresponda a una adaptación de comerciales de televisión, los costos de diseño y producción no podrán ser nuevamente facturados.</p>	Según el Plan de Medios recomendado por la Agencia o Central de Medios.

Nota: Las anteriores especificaciones deben ser desarrollados en los medios relacionados en el Formato No. 4 "Propuesta Inicial de Precio".

En el evento de requerir, según el plan de medios recomendado, medios diferentes a los incluidos en el presente Anexo, como material Impreso, material P.O.P. u otros medios alternativos de





ANEXO No. 1

FICHA TÉCNICA PLAN DE MEDIOS CONCEJO DE BOGOTÁ, D.C. 2017

información, el contratista deberá presentar la correspondiente cotización para aprobación del supervisor, quien verificará, de manera previa, que el valor cotizado se encuentre dentro de los precios del mercado.

El contratista debe velar por el cumplimiento de las normas que regulan la comunicación y sus principios en cada una de las actividades que ejecute durante el contrato, a saber cómo mínimo las siguientes:

- ACUERDO 002 DE 1995, reglamenta la comercialización en los canales regionales de televisión
- LEY 1341 DE 2009, define principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –TIC–.
- LEY 182 DE 1995, reglamenta el servicio de la televisión, se conforman la Comisión Nacional de Televisión
- LEY 680 DE 2001, dictan otras disposiciones en materia de Televisión
- RESOLUCIÓN 000415 DE 2010, Reglamento del Servicio de Radiodifusión Sonora
- RESOLUCIÓN 3066 DE 2011, Protección de los Derechos de los Usuarios de los Servicios de Comunicaciones.

5. OBLIGACIONES ESPECIALES DEL CONTRATISTA

1. Diseñar, contratar y ejecutar estrategias de divulgación en medios de comunicación de carácter masivo y alternativo, a saber: televisión, radio, revistas, prensa, portales de internet y cualquier otro proveedor que se considere para los programas que se adelantan en el Concejo de Bogotá, D.C., así como el manejo de la imagen corporativa del Concejo de Bogotá D.C.
2. Una vez firmada el Acta de Inicio, deberá presentar a más tardar dentro de los diez (10) días calendario siguientes, el cronograma y el Plan de medios y su justificación soportadas en los estudios especializados en medios masivos de comunicación propuestos de conformidad con el insumo dado por el supervisor (los objetivos de las campañas y la segmentación del mercado) y las especificaciones técnicas establecidas para cada uno de las categorías y medios de la presente ficha técnica y del formato de oferta económica.

Anexando copia de las tarifas vigentes, sobre las cuales se aplicarán los descuentos logrados, los cuales no podrán ser superiores a los valores y porcentajes adjudicados en la subasta. La presentación del Plan de Medios se hará en medio impreso y en archivo magnético y el mismo será revisado para aprobación o ajustes por parte el supervisor del contrato dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a su presentación.

En caso de requerir ajustes, estos deberán presentarse al supervisor dentro de los tres (3) días hábiles siguientes a la solicitud, para surtir nuevamente el proceso de revisión y aprobación.





ANEXO No. 1

FICHA TÉCNICA PLAN DE MEDIOS CONCEJO DE BOGOTÁ, D.C. 2017

3. Asignar como mínimo un ejecutivo permanente para el manejo de la cuenta, el cual deberá ser presentado para la firma del Acta de Inicio del Contrato.
4. Presentar las opciones de medios alternativos de publicidad con criterios de exposición de marca, claridad de mensaje y masividad de exposición.
5. Realizar los procesos administrativos, contables generales y de costos necesarios para la inversión de los recursos destinados al objeto del contrato y responder por la adecuada planificación que permita desarrollar el objeto del contrato con la oportunidad, cubrimiento, eficacia y calidad requeridos.
6. Realizar "benchmarking" a entidades pares del Concejo de Bogotá, D.C., que sustenten el proceso creativo. (uno semestral)
7. Responder por la calidad del servicio del personal, por la calidad de los equipos y por los adelantos tecnológicos que ponga a disposición del Concejo de Bogotá, D.C., con el fin de estar a la vanguardia de los medios masivos y alternativos y en general por todos aquellos medios que se destinen para la realización y ejecución del contrato.
8. Mantener fijos los precios unitarios contenidos en la propuesta final de precio, durante la ejecución del contrato y su liquidación. Solo podrán ser modificados a favor de la Entidad, de conformidad con la obligación especial N° 10. Relacionada con el traslado al Concejo de Bogotá D.C. de la totalidad de los descuentos y bonificaciones derivadas de las negociaciones con los proveedores.
9. Trasladar al Concejo de Bogotá D.C. la totalidad de los descuentos y bonificaciones, incluyendo los descuentos por pronto pago en los casos que aplique, derivadas de las negociaciones con los proveedores, presentando previamente los documentos definitivos de negociación a suscribirse con los mismos, junto con la factura emitida por el correspondiente proveedor, para la aprobación del supervisor del contrato.
10. Ejecutar las estrategias de inversión más idóneas y efectivas en medios, que garanticen la efectiva divulgación del mensaje que se desee transmitir a la comunidad en la ciudad de Bogotá.
11. Negociar directamente las tarifas y paquetes de divulgación con los proveedores, previa aprobación del supervisor designado, de acuerdo con las políticas y objetivos establecidos y así maximizar los recursos destinados para el objeto contractual.
12. Disponer para la grabación de cuñas radiales, del locutor que requiera el Concejo de Bogotá D.C., durante la ejecución del contrato, sin costo adicional.





ANEXO No. 1

FICHA TÉCNICA PLAN DE MEDIOS CONCEJO DE BOGOTÁ, D.C. 2017

13. Responder por la programación, pago directo y oportuno a los proveedores soportando con recursos de su operación adecuadamente las negociaciones pactadas. Para dicho efecto el supervisor del contrato solicitara copia de los pagos, depósitos o consignaciones realizadas por el contratista.
14. Apoyar en forma permanente e integral la elaboración de estudios cuantitativos de desplazamiento para el cálculo del impacto, alcance y frecuencia en medios alternativos y cualitativos de caracterización de medios alternativos en altura, distancia, saturación y velocidad de tráfico.
15. Apoyar la elaboración de diagnósticos relacionados con el manejo de la información que pueda y deba suministrarse a los medios periodísticos y de comunicación, generadores de opinión pública.
16. Asegurar y garantizar que la implementación de las estrategias sean medibles y eficientes frente a los objetivos que se propongan.
17. Presentar un informe mensual después de finalizada cada campaña sobre el impacto de la divulgación institucional en los medios contratados y desarrollar mediciones de alcance, frecuencia de los mensajes publicitarios emitidos y sobre la gestión de medios desplegada. Esto con el fin de dar cumplimiento de los objetivos propuestos en la campaña. De no irse cumpliendo, la Agencia debe proponer previa aprobación del supervisor alternativas ejecutables que puedan corregir y mejorar el impacto de la campaña.
18. Controlar la publicación de la pauta ordenada a cada proveedor y asumir los costos extras que se generen por dificultades en la emisión y presentar informe escrito del resultado de la publicación.
19. Entregar para el trámite del correspondiente pago los soportes de las publicaciones y/o de la pauta de acuerdo con los requerimientos de cada proceso, de la siguiente manera:
 - Publicidad radial, televisiva y otras: certificación del proveedor donde se acredite la inversión realizada.
 - Publicación en prensa y revistas: un ejemplar por cada publicación.
 - Así mismo, debe entregar el material producido, en medio magnético (CD o DVD).

De igual manera, debe entregar para el trámite de pago los elementos relacionados con las piezas publicitarias, y la constancia de publicación en banners, junto con las artes realizadas en medio magnético (CD o DVD).





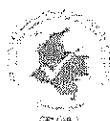
ANEXO No. 1

FICHA TÉCNICA PLAN DE MEDIOS CONCEJO DE BOGOTÁ, D.C. 2017

20. Presentar mensualmente un informe sobre la ejecución de los recursos del contrato, que indique el movimiento de las órdenes aprobadas, fecha, beneficiario y saldo disponible. Así mismo una proyección de los recursos a la finalización del plazo para establecer la oportunidad y suficiencia de los mismos. Este informe debe presentarse a más tardar el día 15 de cada mes. (presentar la certificación del medio en que se publica).
21. Presentar un informe final de actividades, a través del cual, una vez ejecutado el contrato se evalúe el cumplimiento de los objetivos de comunicación de cada campaña y de cada una de las actividades realizadas.
22. El contratista debe contar con una sede en Bogotá D.C., durante la ejecución del contrato.
23. ubicar las pautas, información, programas y/o campañas definidas en el plan de medios, en las páginas virtuales y los medios de comunicación de mayor consulta a nivel nacional y/o local.
24. Dar cumplimiento a lo establecido en el artículo 10 de la Ley 1474 de 2011 y demás normas concordantes.
25. Entrega mensual del material producido en medio magnético.
26. Cumplir con la normatividad y principios que regulan la profesión de la comunicación o las normas que las complementen o modifiquen.
27. Responder por cualquier reclamo, solicitud, demanda o proceso que formule su personal o terceros, por causas de daños o perjuicios causados por su culpa o sus dependientes a personas o propiedades de terceros, por cualquier motivo que le sea imputable.
28. Diligenciar los formatos establecidos por el Concejo de BOGOTA para el trámite de los pagos.
29. Las demás inherentes con la naturaleza del objeto contractual. *JK*

Elaborado por: Danyira Diamary Pachón Ramírez
Aprobado por: José Alberto Borbón Reyes

Sede Administrativa: Carrera 30 N° 25-90 - Código Postal 111311
Dirección de Impuestos de Bogotá: Avenida Calle 17 N° 65B-95 - Código Postal 111611
Teléfono (571) 338 5000 - Línea 195
contactenos@shd.gov.co
- Nit. 899.999.061-9
Bogotá, Distrito Capital - Colombia



BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS

