

FICHA TÉCNICA DEL PROCESO PLAN DE MEDIOS CONCEJO DE BOGOTÁ D.C. 2014

1. OBJETO:

Prestar el servicio de diseño, producción y ejecución de estrategias de divulgación en medios de comunicación de carácter masivo, alternativo y comunitario para el Concejo de Bogotá.

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, 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 sugiera 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. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS Y CATEGORÍAS:

CATEGORIA	Medios Recomendados
Posicionamiento del Concejo de Bogotá 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>

**FICHA TÉCNICA DEL PROCESO
PLAN DE MEDIOS CONCEJO DE BOGOTÁ D.C.
2014**

	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.
Informes de Gestión y Foros	Rendiciones de cuentas y Foros, transmisión en vivo o en diferido a través de canales de televisión.

El monto de la Inversión Publicitaria propuesto 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	<p>Radio</p> <p>Cuña Radial:</p> <p>Veinte (20) o treinta (30) segundos, en diferentes franjas horarias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 6:00 A.M. – 8:00 A.M. • 12:00 M.D – 2:00 P.M • 7:00 P.M- 10 PM <p>Incluyendo la Grabación de cuñas radiales, locutor y musicalización sin costo adicional.</p>	Según el Plan de Medios recomendado por la Agencia o Central de Medios.

**FICHA TÉCNICA DEL PROCESO
PLAN DE MEDIOS CONCEJO DE BOGOTÁ D.C.
2014**

Medio	Especificaciones Técnicas	Cantidad
	<p>Espacio Radial de 30 Minutos Bogotá: Producción y transmisión de programa radial institucional, en una emisora de amplia sintonía en la ciudad. Será un espacio radial de 30 minutos, un día a la semana.</p>	Según el Plan de Medios recomendado por la Agencia o Central de Medios.
2	<p>Prensa</p> <p>Aviso Prensa página impar Tamaños:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2 columnas x 15 centímetros • 3 columnas x 15 centímetros • 3 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 <p>Sección: Bogotá y/o otras secciones, en periódicos de alta circulación, locales y comunitarios, en la ciudad de Bogotá.</p>	Según el Plan de Medios recomendado por la Agencia o Central de Medios.
3	<p>Revistas</p> <p>Avisos revistas Tamaño: media ½ página en policromía.</p>	Según el Plan de Medios recomendado por la Agencia o Central de Medios.
4	<p>Televisión</p> <p align="center">Emisiones</p> <p>Producción y transmisión en directo: Tema: Rendición de cuentas y foros Duración: cuatro (4) horas</p>	Según el Plan de Medios recomendado por la Agencia o Central de Medios.

**FICHA TÉCNICA DEL PROCESO
PLAN DE MEDIOS CONCEJO DE BOGOTÁ D.C.
2014**

Medio	Especificaciones Técnicas	Cantidad
	Horario: 9:00 am – 1:00 pm Retransmisión (en diferido) por televisión Tema: Rendición de cuentas y foros Duración: una (1) hora Horario: entre 6:00 am – 8:00 am	Según el Plan de Medios recomendado por la Agencia o Central de Medios.
Comerciales y Menciones		
	Comerciales: Duración: veinte (20) segundos o treinta (30) segundos Horario: Triple AAA o Prime Time	Según el Plan de Medios recomendado por la Agencia o Central de Medios.
	Menciones: Duración: veinte (20) segundos Horario: Triple AAA o Prime Time	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.
AVISOS EN PARADERO O EUCOLES , deben tener: <ul style="list-style-type: none"> • Material Poliéstireno Calibre 25 • Impresión Serigráfica full color • Tamaño Cartel (121 x 177 	Según el Plan de Medios recomendado por la Agencia o Central de Medios.	



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
SECRETARÍA DE HACIENDA

**FICHA TÉCNICA DEL PROCESO
PLAN DE MEDIOS CONCEJO DE BOGOTÁ D.C.
2014**

Medio	Especificaciones Técnicas	Cantidad
	cms) <ul style="list-style-type: none"> Superficie de Impresión (118.5 x 174 cm) Superficie visible útil (a caja) (116x171 cm). 	
	PUBLIMILENIO	
	Módulos Tipo MCV , deben tener <ul style="list-style-type: none"> 227 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 Módulos tipo MPEF , deben tener: <ul style="list-style-type: none"> 10 láminas en poliestireno Calibre 20 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.) 	Según el Plan de Medios recomendado por la Agencia o Central de Medios. Según el Plan de Medios recomendado por la Agencia o Central de Medios.
	Módulos tipo MPES , deben tener: <ul style="list-style-type: none"> 10 láminas en poliestireno Calibre 20 laminado o impreso a 1.200 DPI Área Impresa y de corte (1.21 m base x 0.59 m altura) 	Según el Plan de Medios recomendado por la Agencia o Central de Medios.

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



**FICHA TÉCNICA DEL PROCESO
PLAN DE MEDIOS CONCEJO DE BOGOTÁ D.C.
2014**

Medio		Especificaciones Técnicas	Cantidad
		<ul style="list-style-type: none"> Área Visible: 1.18 m base x 0.55 m altura). 	
		<p>COMERCIALES EN SALAS DE CINE: Duración (30 segundos)</p>	Según el Plan de Medios recomendado por la Agencia o Central de Medios.
		<p>VALLAS EN VÍAS PRINCIPALES EN BOGOTÁ, 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>	Según el Plan de Medios recomendado por la Agencia o Central de Medios.
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, 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</p>	Según el Plan de Medios recomendado por la Agencia o Central de Medios.

**FICHA TÉCNICA DEL PROCESO
PLAN DE MEDIOS CONCEJO DE BOGOTÁ D.C.
2014**

Medio	Especificaciones Técnicas	Cantidad
	<p>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>	

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

En el evento de requerir, según el plan de medios recomendado, medios diferentes a los incluidos en la ficha técnica, como material Impreso, material P.O.P. u otros el contratista deberá presentar mínimo tres (3) cotizaciones para aprobación del supervisor.

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

FICHA TÉCNICA DEL PROCESO PLAN DE MEDIOS CONCEJO DE BOGOTÁ D.C. 2014

- 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.

4. 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, 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 tardas dentro de los diez (10) días 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 siguientes a su presentación.

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

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.

FICHA TÉCNICA DEL PROCESO PLAN DE MEDIOS CONCEJO DE BOGOTÁ D.C. 2014

4. Sustentar las opciones de medios alternativos de publicidad con criterios de exposición de marca, claridad de mensaje y masividad de exposición.
5. Responder por la adecuada planificación que permita desarrollar el objeto del contrato con la oportunidad, cubrimiento, eficacia y calidad requeridos.
6. Realizar los procesos administrativos, contables generales y de costos necesarios para la inversión de los recursos destinados al objeto del contrato.
7. Realizar “benchmarking” a entidades pares del Concejo de Bogotá, que sustenten el proceso creativo.
8. Responder por la calidad del servicio del personal y por la calidad de los equipos, adelantos tecnológicos 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.
9. Mantener fijos los precios unitarios finales durante la ejecución del contrato. 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.
10. 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 para la correspondiente aprobación del interventor, previa aprobación de la cotización presentada por el contratista, cuyos precios deben estar acordes con los del mercado.
11. 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.

FICHA TÉCNICA DEL PROCESO PLAN DE MEDIOS CONCEJO DE BOGOTÁ D.C. 2014

12. 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.
13. 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.
14. Responder por la programación, pago directo y oportuno a los proveedores soportando con recursos de su operación adecuadamente las negociaciones pactadas.
15. Presentar mínimo tres (3) cotizaciones para aprobación del supervisor, en el evento de requerir, según el plan de medios recomendado, medios diferentes a los incluidos en la ficha técnica, como material Impreso, material P.O.P. u otros.
16. 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.
17. 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.
18. Asegurar y garantizar que la implementación de las estrategias sean medibles y eficientes frente a los objetivos que se propongan.
19. Presentar un informe quince (15) días 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.
20. Entregar un Informe mensual del cumplimiento de los objetivos propuestos en la campaña. De no irse cumpliendo, la Agencia debe proponer previa aprobación del

FICHA TÉCNICA DEL PROCESO PLAN DE MEDIOS CONCEJO DE BOGOTÁ D.C. 2014

supervisor alternativas ejecutables que puedan corregir y mejorar el impacto de la campaña.

21. 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.
22. Entregar con cada cuenta 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.
23. 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.
24. 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.
25. El contratista debe contar con una sede en Bogotá D.C., durante la ejecución del contrato.
26. Recomendar de manera permanente la mejor utilización de medios alternativos así como la distribución de las pautas de divulgación de la información de la corporación.
27. 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.
28. Dar cumplimiento a lo establecido en el artículo 10 de la Ley 1474 de 2011 y demás normas concordantes.



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
SECRETARÍA DE HACIENDA

FICHA TÉCNICA DEL PROCESO PLAN DE MEDIOS CONCEJO DE BOGOTÁ D.C. 2014

29. Entrega quincenal del material producido, en medio magnético.
30. Cumplir con la normatividad y principios que regulan la profesión de la comunicación o las normas que las complementen o modifiquen.
31. 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.
32. Las demás inherentes con la naturaleza del objeto contractual.

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
HUMANANA