

**F02 - ANEXO – CONDICIONES TÉCNICAS ESENCIALES  
PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO Y/O ENTREGA DE  
BIEN**

**Fecha**

09/Abril/2015

**1. DENOMINACIÓN DEL BIEN O SERVICIO**

Acompañar de forma permanente el desarrollo del Plan de Comunicaciones del ICBF, con la conceptualización y desarrollo de estrategias creativas, la ejecución de un plan de medios para la difusión de las estrategias, el diseño y producción de piezas de comunicación y actividades de movilización ciudadana y talleres de sensibilización de las campañas, para el cumplimiento de la misión del ICBF para la protección y prevención de vulneración de los derechos de los niños, niñas y adolescentes (NNA), en el marco de la Ley de la Infancia y la Adolescencia, y el bienestar de las familias colombianas.

**2. CÓDIGO ESTÁNDAR DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DE NACIONES UNIDAS  
(UNSPSC, V.14.080)**

| <u>Producto</u> | <u>Nombre</u>                              |
|-----------------|--------------------------------------------|
| 821015          | Publicidad Impresa                         |
| 821016          | Publicidad difundida                       |
| 82101800        | Servicios de agencia de publicidad         |
| 821019          | Colocación y cumplimiento de medios        |
| 82141502        | Diseño o gráficos artísticos               |
| 82141504        | Servicios de diseño de gráficos o gráficas |
| 82141505        | Servicios de diseño por computador         |
| 82141507        | Servicios de diseño de serigrafía          |
| 82101801        | Servicios de campaña publicitaria          |
| 82101802        | Servicios de producción publicitaria       |

**3. UNIDAD DE MEDIDA**

|       |                                                       |                               |
|-------|-------------------------------------------------------|-------------------------------|
| Eje 1 | Estrategias de comunicación                           | Mes                           |
| Eje 2 | Producción de piezas de comunicación y movilizaciones | Unidad, Piezas o Activaciones |
| Eje 3 | Plan de medios y ejecución del mismo.                 | Unidad o Pauta                |
| Eje 4 | Talleres de sensibilización de las estrategias        | Taller                        |

#### **4. NORMATIVIDAD APLICABLE (específica para el servicio y/o bien)**

- Constitución Política de Colombia TITULO II.DE LOS DERECHOS, LAS GARANTIAS Y LOS DEBERES CAPITULO 1.DE LOS DERECHOS FUNDAMENTALES
- Ley 1068 de 2006 Código de Infancia y Adolescencia.
- Ley 12 de 1991 mediante la cual se incorpora en la legislación interna la Convención Internacional sobre los Derechos del Niño de la Naciones Unidas, que establece la forma en la que deben ser tratados y atendidos todos los niños y las niñas del mundo en los diferentes ámbitos de su vida, a partir su reconocimiento como sujetos de derechos

#### **5. DESCRIPCIÓN GENERAL**

El ICBF requiere contratar los servicios de una persona jurídica para acompañar de manera permanente el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Entidad, esto implica la conceptualización, desarrollo y difusión de estrategias creativas, la ejecución de un plan de medios para la difusión de los mensajes, el diseño y producción de piezas, y la realización de actividades de movilización ciudadana.

A partir de las necesidades expresadas en el párrafo anterior en materia de comunicación del ICBF, se definieron y clasificaron en cuatro ejes para el desarrollo del Plan Estratégico de Comunicaciones objeto del contrato, los cuatro ejes son:

- 5.1.** Conceptualización, desarrollo creativo y diseño de campañas que promuevan la garantía de los derechos de los NNA y el bienestar de las familias colombianas.
- 5.2.** Producción de piezas de comunicación, que a partir de las estrategias planteadas, se hagan necesarias, para medios audiovisuales, digitales y alternativos.
- 5.3.** Ejecutar el plan de medios para la difusión de mensajes institucionales, con alcance nacional, regional y local, entregado por el ICBF.
- 5.4.** Realizar talleres de sensibilización de las estrategias de comunicación desarrolladas a los públicos objetivos de las mismas.

#### **6. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE LOS INSUMOS, BIENES, PRODUCTOS, OBRAS O SERVICIOS A ENTREGAR**

En relación con los cuatro ejes anteriores, las especificaciones técnicas de cada uno son:

##### **6.1. Conceptualización, desarrollo creativo y diseño de campañas que promuevan la garantía de los derechos de los NNA y el bienestar de las familias colombianas.**

- Conforme a la descripción de la necesidad a contratar, el contratista se compromete, durante la vigencia del contrato, a prestar sus servicios para el desarrollo de estrategias creativas en temas relacionados con la garantía de derechos de los NNA, en el marco de la Ley de Infancia y Adolescencia, y en otros relacionados con la misión institucional.

- El contratista debe desarrollar como mínimo cinco (5) estrategias creativas, relacionadas con problemáticas que impactan a los NNA, como: prevención de maltrato infantil, prevención de embarazo adolescente, y prevención en el uso y manipulación de la pólvora en menores de edad, entre otros.
- El contratista debe desarrollar los conceptos creativos de todas las piezas que se requieran para las estrategias planteadas por el ICBF en cumplimiento de sus objetivos misionales.
- Las estrategias deben contemplar tácticas para influenciar a diferentes públicos de interés, (niños, niñas, adolescentes, jóvenes, padres, cuidadores, adultos responsables, empresas, entidades del Estado y ciudadanía en general) con presencia en medios masivos, digitales y alternativos, activaciones, movilizaciones, y otros escenarios de conveniencia y oportunidad para transmitir los mensajes.
- El contratista debe contribuir en el fortalecimiento del plan de medios de la Oficina Asesora de Comunicaciones para la difusión de cada estrategia, con alcance nacional, regional y local para lo cual debe tener en cuenta los programas de responsabilidad social y alianzas con medios de comunicación que se traduzcan en la optimización del presupuesto a favor de la Entidad.
- El contratista debe asesorar la estrategia de redes sociales externas e internas del ICBF, con unidad gráfica, de contenido y garantizando la alineación con las estrategias desarrolladas.
- Una vez notificadas al contratista las estrategias priorizadas por parte del supervisor, este debe entregar a la Entidad, para su aprobación, un plan de trabajo que incluya un cronograma de ejecución de cada una de las estrategias con un plan de medios, diseño y producción de piezas y actividades de movilización.
- El contratista tiene libertad para establecer, de acuerdo con el enfoque y organización, el número de personas a utilizar en el desarrollo del contrato. Sin embargo, el equipo propuesto por el contratista debe cumplir como mínimo, con los perfiles y número de personas establecidas en cualquiera de los tres escenarios de personal mínimo requerido encontrados en los anexos No. 1, No. 2 y No. 3
- Para efectos de la verificación de la experiencia del personal propuesto, sólo se tendrán en cuenta las hojas de vida de los perfiles mínimos requeridos. Las hojas de vida y sus respectivos soportes deberán ser aportadas por los oferentes en el marco del proceso licitatorio.

**6.2 Producción de piezas de comunicación y movilizaciones ciudadanas, que surjan a partir de las estrategias planteadas, para medios audiovisuales, digitales y alternativos.**

- Llevar a cabo la producción y desarrollo de todas las piezas audiovisuales, digitales y alternativas que sean propuestas en las campañas, tales como:

| MEDIO                                 | PIEZAS                                    |
|---------------------------------------|-------------------------------------------|
| Televisión                            | Comerciales, cortinillas; súper impuesto. |
| Radio                                 | Cuñas, cortinillas.                       |
| Actividades de movilización ciudadana | Activación o movilización                 |
| Artes finales                         | Afiches, vallas, eucoles                  |

- En el acompañamiento permanente al Plan de Comunicaciones de la Entidad, el contratista debe desarrollar el diseño y artes finales de todas las piezas que se contemplen en las estrategias planteadas de las cuales se deben presentar 3 cotizaciones previamente.
- Para material audiovisual y de multimedia, deberá presentar versiones preliminares para la aprobación supervisor, el supervisor y la oficina de comunicaciones acompañaran todo el desarrollo de pre producción del material. Si la propuesta no es aceptada, el Contratista correrá con los costos y/o la gestión para la repetición del trabajo, hasta su entrega previa recibida a satisfacción por parte de la Supervisión.
- El contratista debe responder por la redacción de los textos de todas las piezas, materiales, elementos promocionales, etc., tanto gramática, como ortográficamente; en el caso en que se presenten errores por estos conceptos, el ICBF no pagará los costos incurridos por el trabajo (arte, producción, publicación, impresión, etc.).
- El contratista debe acompañar en la estructuración de e-mailing para diversas estrategias desarrolladas.
- Para las producciones de material, piezas o servicios y demás productos que se requieran de cualquier medio, el contratista debe presentar por lo menos tres (3) cotizaciones de proveedores legalmente constituidos, con precios promedios del mercado, y por su parte la Oficina Asesora de Comunicaciones hará una cotización adicional. El supervisor del contrato en el marco del Comité de Comunicaciones de la Entidad, aprobará la cotización más favorable para la Entidad y la estrategia, garantizando la eficiencia, eficacia y oportunidad del servicio requerido.
- Todo esquema, plano, dibujo, diseño, pieza, elemento promocional y material en general que sea creado y/o entregado en cumplimiento del contrato será propiedad del ICBF y debe ir acompañado de sus versiones finales listas para producción, junto con todos los archivos y documentos soporte que respaldaron la creación y/o entrega del mismo.
- La producción de las piezas de comunicación generadas en desarrollo del objeto contractual, deben cumplir con las características técnicas establecidas por cada uno de los medios donde se vayan a publicar. En el evento que alguna de estas no cumpla con

los requisitos establecidos, el contratista será el responsable de hacer los ajustes requeridos, asumirá los costos que estos cambios impliquen y establecerá con el medio respectivo los plazos de entrega siempre teniendo en cuenta las fechas de entregas fijadas por el supervisor del contrato.

- El contratista debe estar en capacidad para desarrollar las actividades que se deriven de las estrategias requeridas, entre ellas: acciones BTL (Below the line - debajo de la línea),

**6.3 Ejecución de un plan de medios para la difusión de los mensajes y estrategias planteadas, con alcance nacional y regional, que defina los escenarios, de conveniencia y oportunidad a través de los cuales se deben implementar y emitir los diferentes mensajes según los públicos objetivos.**

- De acuerdo a las estrategias planteadas el contratista ordenará un plan de medios general diseñado por ICBF sobre los cuales debe optimizar el recurso para beneficio de la Entidad.
- El plan de medios deben incluir radio, prensa, televisión, revistas, medios digitales y alternativos con cobertura nacional, regional, local y comunitaria.
- La negociación de los planes de medios aprobados para cada estrategia, se debe realizar en conjunto con el ICBF y debe contemplar las áreas de Responsabilidad Social de cada medio y todos los descuentos que concedan los medios de comunicación serán trasladados al ICBF, incluyendo la pauta bonificada.
- Controlar que la pauta correspondiente al plan de medios sea emitida en los diferentes medios, en los horarios, días y espacios ordenados; y entregar los soportes de las publicaciones y/o pauta de la siguiente manera:
  - (a) publicidad radial: una certificación radial del medio con grabación.
  - (b) publicación en prensa y revistas: tres ejemplares por cada publicación;
  - (c) publicidad en televisión: certificación de pauta IBOPE;
  - (d) publicidad exterior: certificación del medio y fotos.
- El pago de la pauta será sobre unidad efectivamente emitida en los medios con soporte.
- El contratista debe realizar estudios de hábitos de consumo del público objetivo de la pauta, al plan de medios sugerido que den cuenta de los comportamientos a nivel nacional, respondiendo a criterios de decisión, tales como: cobertura geográfica, reputación del medio y de sus líderes de opinión, oportunidad y asertividad en la transmisión del mensaje, frecuencia de emisión, coyuntura de aparición en un

contexto socioeconómico importante del país, y con base en estos estudios podrá dar sugerencias sobre modificaciones del mismo.

- El contratista debe negociar bonificados o abonados en los medios contratados dentro del plan, que generen valor agregado a la oferta, en beneficio del ICBF.

#### **6.4. Realizar talleres de sensibilización de las estrategias de comunicación desarrolladas a los públicos objetivos de las mismas.**

- El contratista debe entregar al supervisor del contrato para su aprobación, como complemento de cada una de las estrategias la propuesta de talleres de sensibilización a los públicos objetivos que se desarrollarán en conjunto con el área técnica del ICBF y la oficina de comunicaciones.
- El desarrollo de contenido de estos talleres se realizará con las áreas misionales involucradas y el supervisor del contrato.
- El supervisor del contrato en el marco del Comité de Comunicaciones de la Entidad, aprobará la propuesta de talleres garantizando la eficiencia, eficacia y oportunidad del servicio requerido.
- El contratista debe estar en la capacidad logística de realizar los talleres según la aprobación técnica de la Entidad.
- Dentro de los costos de los talleres en el momento del desarrollo, el contratista debe contemplar los gastos relacionados con traslados, alojamiento y alimentación del personal capacitador. Los costos relacionados con la logística de las capacitaciones, para la realización de estos talleres el ICBF requerirá al contratista de 3 cotizaciones, el supervisor del contrato elegirá la que más se adapte a los requerimientos de la entidad.

### **7. OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA**

#### **7.1. Obligaciones específicas**

- 7.1.1. Llevar a cabo con plena autonomía técnica y administrativas todas las actividades contenidas en el numeral 6 del presente documento.
- 7.1.2. Prestar apoyo permanente y tener total disposición para informar y orientar al ICBF sobre cualquier aspecto de las actividades a realizar
- 7.1.3. Ofrecer, sin costo para ICBF, los valores agregados y ventajas competitivas del Contratista, como el tracking publicitario de las marcas con inversión en medios masivos, ECAR, IBOPE, TGI o EGM y RAC, evaluación de la competencia, rating,

estudios especiales, etc. De igual forma, ofrecer los servicios de las alianzas estratégicas del Contratista (centrales de medios, mercadeo relacional, investigaciones, eventos, etc.).

- 7.1.4. Entregar al ICBF copia de las facturas de los medios de comunicación, donde se especifique el valor acordado con el ICBF y se discriminen todos los descuentos relacionados con la pauta.
- 7.1.5. La propiedad de los derechos económicos (Derechos de Autor), sobre los productos, diseños, artes finales, videos, CD, grabaciones, y cualquier otra herramienta, resultante de la ejecución del contrato será de propiedad exclusiva del ICBF, al igual que la propiedad de los bienes, libros, equipos o elementos adquiridos para el desarrollo del objeto del contrato con los recursos del mismo. Por lo tanto, el ICBF podrá en un futuro utilizar dichos bienes y productos en otros programas que adelante.
- 7.1.6. El contratista debe llevar a cabo el registro y demás trámites correspondientes ante la Oficina de Derechos de Autor, respecto de los productos que así lo requieran, para obtener el efectivo reconocimiento de dichos derechos patrimoniales a favor del ICBF.
- 7.1.7. El contratista debe realizar el seguimiento y medición a cada una de las campañas desarrolladas; para lo cual, debe presentar un informe bimensual de medición sobre la efectividad e impacto de la campaña y su plan de medios, con indicadores cuantitativos que le permitan al ICBF evaluar los resultados de su inversión, para ser presentado al Comité de Comunicaciones de la Entidad.
- 7.1.8. Cada vez que los resultados del seguimiento y medición lo determinen, debe presentarse una propuesta de ajuste a la estrategia y/o a sus diferentes planes.
- 7.1.9. El contratista y el equipo de trabajo asignando debe asistir a las reuniones de seguimiento que se programen, atender solicitudes, resolver inconvenientes y realizar las propuestas necesarias para la buena ejecución del mismo.
- 7.1.10. Adoptar y seguir las pautas para el manejo de la imagen y lenguaje institucional del ICBF, establecidas en el Manual de Imagen Institucional.
- 7.1.11. El contratista, en desarrollo del contrato debe presentar los siguientes informes documentados con sus respectivos soportes, al supervisor del contrato, en medio físico y magnético:
  - 7.1.11.1. Un informe mensual dentro de los primeros cinco (5) días del mes, (respectivo) detallando el avance del contrato que reporten las actividades y recursos ejecutados, control de divulgación ordenada con pruebas de emisión en medios masivos y alternativos, que indique el movimiento de las órdenes aprobadas y saldo a la fecha del total del contrato (en Word y Excel, desprotegido).
  - 7.1.11.2. Un informe final de la ejecución del contrato discriminando por períodos facturados por tipo de servicio prestado (en Excel, desprotegido).

## **Obligaciones generales**

- 7.1.12. Reportar por escrito al supervisor del contrato cualquier sugerencia que contribuya a la obtención de mejores resultados con respecto a las diademas adquiridas.
- 7.1.13. Acatar las instrucciones que imparta el Instituto para el cabal cumplimiento del contrato, a través del Supervisor del contrato.
- 7.1.14. Guardar debida y completa reserva y confidencialidad sobre la información y los documentos del ICBF que tenga conocimiento o a los que tenga acceso en virtud del objeto del contrato.
- 7.1.15. Suscribir la garantía única, presentar los amparos requeridos para el cumplimiento del contrato y mantener actualizada su vigencia acorde con los términos pactados en la cláusula pertinente del contrato. Requisito de perfeccionamiento.
- 7.1.16. Cumplir con las obligaciones frente al Sistema de Seguridad Social Integral y aportes parafiscales y presentar los recibos de pago al sistema de seguridad social (salud, pensiones y riesgos profesionales) y parafiscales (Caja de Compensación, SENA, ICBF), para efectos del pago.
- 7.1.17. Mantener los precios presentados en la oferta durante el tiempo de la ejecución del contrato.
- 7.1.18. Cumplir con las obligaciones derivadas del contrato actuando con alto grado de profesionalismo responsabilidad y eficacia en la ejecución de las tareas correspondientes
- 7.1.19. Cumplir con las demás instrucciones que le sean impartidas por el supervisor del contrato que se deriven o tengan relación con la naturaleza del mismo.
- 7.1.20. Suscribir el acta de liquidación del contrato.
- 7.1.21. Entregar al Grupo Financiero de la Dirección General el formato de autorización para abono directo en cuenta de ahorros o corriente, debidamente diligenciado y firmado, anexando certificación bancaria de la titularidad de la cuenta.

## **7.2. Obligaciones del Sistema Integrado de Gestión:**

### **7.2.1. Para el eje de Calidad**

- 7.2.1.1. El contratista debe socializar con el equipo que realizará las actividades definidas en el contrato, la información básica del ICBF (Misión, Visión, Principios, Objetivos Estratégicos y Políticas de los Sistemas de Gestión).

### **7.2.2. Para el eje de Seguridad y Salud Ocupacional**

- 7.2.2.1. Todo el personal contratista deberá estar afiliado a seguridad social en riesgos laborales.

### **7.2.3. Para el eje Ambiental**

No aplica

#### **7.2.4. Para el eje de Política de Seguridad de la Información**

- 7.2.4.1. El contratista debe garantizar los procesos adecuados para la protección y confidencialidad de la información suministrada por el ICBF.

#### **7.2.5. Para el eje de Innovación**

- 7.2.5.1. El Contratista deberá promover y desarrollar acciones de innovación y mejora que permita ajustar y fortalecer el trabajo a desarrollar con los beneficiarios.

### **8. LUGAR DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO**

El lugar de ejecución del contrato será en Bogotá y con cubrimiento en todas las ciudades del territorio nacional en las cuales se contemple desarrollar actividades, jornadas y eventos de acuerdo al desarrollo de las estrategias y necesidades institucionales.

### **9. PLAZO DE EJECUCIÓN**

El plazo de ejecución será a partir de la legalización del contrato y hasta el 31 de diciembre de 2015.

### **10. VALOR Y FORMA DE PAGO**

El valor del contrato a suscribir será hasta por el valor del presupuesto oficial, incluidos todos los costos asociados al suministro de los bienes, el IVA, demás impuestos de ley.

El valor del contrato será cancelado de acuerdo con lo señalado en el presente numeral, previa presentación de la factura mensual acompañada de los respectivos soportes, la certificación del revisor fiscal o representante legal, según corresponda, sobre el cumplimiento en el pago de los aportes parafiscales y de seguridad social de sus empleados de acuerdo con lo establecido en el artículo 50 de la Ley 789 de 2002 y artículo 23 de la Ley 1150 de 2007 y certificación de recibo a satisfacción por parte del supervisor del contrato, así:

- **Eje 1:** Estrategias de comunicación – Se pagará el valor mensual correspondiente a este rubro.
- **Eje 2:** Producción de piezas de comunicación – Se pagará el valor de las piezas producidas durante el mes.
- **Eje 3:** Plan de medios y ejecución del mismo – Se pagará el valor de la pauta al aire. Radio, TV, Sitios Web, se pagaran los mensajes realmente emitidos durante el mes. Medios impresos: se debe entregar tres (3) ejemplares de cada uno de los periódicos dónde se publicaron los avisos. Medios exteriores, mediante fotografía o vídeo de la

ubicación de los mensajes en los diferentes lugares y ciudades. Todos previa presentación de la factura emitida por el medio de comunicación.

- **Eje 4:** Talleres de sensibilización de las estrategias de comunicación desarrolladas a los públicos objetivos de las mismas. – Se pagará el valor de los talleres realizados durante el mes, de acuerdo con el valor unitario establecido para los mismos.

El pago se realizará dentro de los 30 (treinta) días hábiles siguientes a la radicación de la factura y la certificación de cumplimiento, previa aprobación del PAC (Programa Anual Mensualizado de Caja).

El último pago correspondiente al 10% del valor total del contrato, se sujetara a la entrega por parte del contratista al supervisor del mismo, de la documentación necesaria para adelantar el proceso de liquidación de conformidad con lo establecido en el manual de contratación de la Entidad.

Si las facturas no han sido correctamente elaboradas o no se acompañan los documentos requeridos para el pago y/o se presentan de manera incorrecta, el término para éste sólo empezará a contarse desde la fecha en que se aporte el último documento y/o se presente en debida forma. Las demoras que se presenten por estos conceptos, serán responsabilidad del contratista y no tendrán por ello derecho al pago de intereses o compensación de ninguna naturaleza.

Todos los pagos se realizarán conforme al PAC del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar.

## **11. TIPIFICACIÓN, ESTIMACIÓN Y ASIGNACIÓN DE LOS RIESGOS PREVISIBLES**

Con el fin de conocer los riesgos que afectarían el contrato que se pretende adelantar, tanto en aspectos favorables como adversos; y con el fin de contribuir a asegurar los fines que el estado persigue con la contratación, el ICBF ha preparado este anexo, el cual permite dilucidar aspectos que deben ser considerados en la adecuada estructuración de ofertas y planes de contingencia y continuidad del proyecto.

De este modo, corresponderá al contratista seleccionado la asunción del riesgo previsible propio de este tipo de contratación, asumiendo su costo, siempre que el mismo no se encuentre expresamente a cargo del ICBF en el Pliego de Condiciones.

Los riesgos que podrían afectar el normal desarrollo de las actividades previstas en esta contratación son:

| TABLA 1- MATRIZ DE RIESGOS |         |         |           |                          |                                                                                                                                                   |                                                     |              |         |                       |              |                                     |                                                                                                                                                                      |
|----------------------------|---------|---------|-----------|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|--------------|---------|-----------------------|--------------|-------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nº                         | CLASE   | FUENTE  | ETAPA     | TIPO                     | DESCRIPCION<br>(Que puede pasar y, como puede ocurrir)                                                                                            | consecuencias de la ocurrencia del evento           | probabilidad | impacto | valoración del riesgo | categoría    | ¿A quién se le asignan?             | tratamiento/control les a ser implementados                                                                                                                          |
| 1                          | General | externa | ejecución | Riesgo regulatorio       | Modificaciones del régimen tributario que implique afectación a la ejecución del contrato y la prestación del servicio                            | desequilibrio de la ecuación contractual            | 3            | 2       | 5                     | riesgo medio | contratista                         | reducir las consecuencias a través de planes de contingencia                                                                                                         |
| 2                          | General | externa | ejecución | Riesgo Operacional       | enfermedad profesional, accidentes de trabajo (incapacidad, muerte entre otros) sin que el recurso humano se encuentre cubierto por el régimen de | acciones judiciales                                 | 3            | 1       | 4                     | Riesgo Bajo  | contratista                         | reducción de la probabilidad de ocurrencia del evento teniendo en cuenta actividades de seguridad industrial y realizando la constitución de la garantía contractual |
| 3                          | General | externa | ejecución | Riesgo regulatorio       | Riesgo por cambios en el régimen laboral colombiano que afecte la ejecución del contrato y la prestación del servicio                             | desequilibrio de la ecuación contractual            | 3            | 2       | 5                     | riesgo medio | contratista                         | reducir las consecuencias a través de planes de contingencia                                                                                                         |
| 4                          | General | externa | ejecución | Riesgo Operacional       | Fallas en la logística y organización que afecten la prestación del servicio                                                                      | Incumplimiento en la entrega del objeto contractual | 3            | 2       | 5                     | riesgo medio | contratista                         | reducir la probabilidad de la ocurrencia del evento                                                                                                                  |
| 5                          | General | externa | ejecución | Riesgo Social y político | Situaciones de orden público que puedan alterar la seguridad e integridad de los bienes y personas susodichas                                     | Incumplimiento de la ejecución del objeto           | 2            | 5       | 7                     | Riesgo alto  | la entidad estatal                  | reducir las consecuencias a través de planes de contingencia                                                                                                         |
| 6                          | General | externa | ejecución | Riesgo de la Naturaleza  | eventos de la naturaleza fuera del control de las partes que impiden continuar con la ejecución del contrato temporal o definitivamente           | suspensión de la ejecución del objeto contractual   | 2            | 5       | 7                     | Riesgo alto  | la entidad estatal y el contratista | reducir las consecuencias a través de planes de contingencia y mitigación                                                                                            |

|   |            |         |           |                    |                                                                                                                                   |                                                  |   |   |   |             |                |                                                                        |
|---|------------|---------|-----------|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|---|---|---|-------------|----------------|------------------------------------------------------------------------|
| 7 | Específico | externa | ejecución | Riesgo operacional | : Que la pauta en medios contratada no sea emitida los diferentes medios, en los horarios, días y espacios ordenados por el ICBF. | Incumplimiento de las obligaciones contractuales | 3 | 4 | 7 | Riesgo alto | el contratista | Exigir las pólizas que garantizan el cumplimiento de las obligaciones. |
|---|------------|---------|-----------|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|---|---|---|-------------|----------------|------------------------------------------------------------------------|

|              | CATEGORIA                                            | VALORACION |
|--------------|------------------------------------------------------|------------|
| probabilidad | Raro (puede ocurrir excepcionalmente)                | 1          |
|              | Improbable (puede ocurrir ocasionalmente)            | 2          |
|              | Posible (puede ocurrir en cualquier momento futuro)  | 3          |
|              | Probable (probablemente va a ocurrir)                | 4          |
|              | casi cierto (ocurre en la mayoría de circunstancias) | 5          |

| TABLA 3 - IMPACTO DE RIESGO                          |            |                                                                                   |                                                                                                                     |                                                                                                 |                                                                                                               |                                                                                                          |
|------------------------------------------------------|------------|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| IMPACTO                                              |            |                                                                                   |                                                                                                                     |                                                                                                 |                                                                                                               |                                                                                                          |
| CLASIFICACION CUALITATIVA                            |            | Obstruye la ejecución del contrato de manera intrascendente                       | Dificulta la ejecución del contrato de manera baja. Aplicando medidas mínimas se puede lograr el objeto contractual | Afecta la ejecución del contrato sin alterar el beneficio de las partes.                        | Obstruye la ejecución del contrato sustancialmente pero aun así permite la consecución del objeto contractual | Perturba la ejecución del contrato de manera grave imposibilitando la consecución del objeto contractual |
| CLASIFICACION MONETARIA                              |            | Los sobrecostos no representan más del uno por ciento (1%) del valor del contrato | Los sobrecostos no representan más del cinco por ciento (5%) del valor del contrato                                 | Genera un impacto sobre el valor del contrato entre el cinco (5%) y el quince por ciento (15%). | Incrementa el valor del contrato entre el quince (15%) y el treinta por ciento (30%).                         | Impacto sobre el valor del contrato en más del treinta por ciento (30%).                                 |
| CATEGORIA                                            | VALORACION | Insignificante                                                                    | Menor                                                                                                               | Moderado                                                                                        | Mayor                                                                                                         | Catastrófico                                                                                             |
| Raro (puede ocurrir excepcionalmente)                | 1          | 1                                                                                 | 2                                                                                                                   | 3                                                                                               | 4                                                                                                             | 5                                                                                                        |
| Improbable (puede ocurrir ocasionalmente)            | 2          | 2                                                                                 | 3                                                                                                                   | 4                                                                                               | 5                                                                                                             | 6                                                                                                        |
| Posible (puede ocurrir en cualquier momento futuro)  | 3          | 3                                                                                 | 4                                                                                                                   | 5                                                                                               | 6                                                                                                             | 7                                                                                                        |
| Probable (probablemente va a ocurrir)                | 4          | 4                                                                                 | 5                                                                                                                   | 6                                                                                               | 7                                                                                                             | 8                                                                                                        |
| casi cierto (ocurre en la mayoría de circunstancias) | 5          | 5                                                                                 | 6                                                                                                                   | 7                                                                                               | 8                                                                                                             | 9                                                                                                        |
|                                                      |            | 6                                                                                 | 7                                                                                                                   | 8                                                                                               | 9                                                                                                             | 10                                                                                                       |

| TABLA 5 - CATEGORIA DEL RIESGO |                |
|--------------------------------|----------------|
| VALORACION DEL RIESGO          | CATEGORIA      |
| 8,9,10                         | Riesgo Extremo |
| 6 Y 7                          | Riesgo Alto    |
| 5                              | Riesgo Medio   |
| 2, 3 Y 4                       | Riesgo Bajo    |

## 12. ANEXOS

Anexo No. 1: Perfil del personal mínimo requerido Escenario 1  
 Anexo No. 2: Perfil del personal mínimo requerido Escenario 2  
 Anexo No. 3: Perfil del personal mínimo requerido Escenario 3

## 13. ACEPTACIÓN CUMPLIMIENTO DE REQUERIMIENTOS TÉCNICOS

Señor proveedor o contratista potencial: Al remitir cotización y/o propuesta, usted está aceptando que la misma cumple con la totalidad de los requerimientos incluidos en el presente documento y que incluye la totalidad de costos y gastos, directos e indirectos, así como los impuestos, asociados a la ejecución del contrato. Así mismo, que en caso de resultar adjudicatario del proceso de selección correspondiente, podrá prestar el servicio y/o entregar el bien, con las condiciones técnicas descritas en el presente documento.

|                                                                                                    |                                                                                                                  |                                                                                         |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                    |                                                                                                                  |                                                                                         |
| Elaboró                                                                                            | Revisó                                                                                                           | Aprobó                                                                                  |
| <b>Luz Angela Guevara<br/>Tunjano</b><br>Profesional Jurídico Oficina<br>Asesora de Comunicaciones | <b>María Julieta Pescador Silva</b><br><br>Profesional de<br>Comunicaciones Oficina<br>Asesora de Comunicaciones | <b>Angela María Calderon<br/>Fernandez</b><br>Jefe Oficina Asesora de<br>Comunicaciones |