F02 - ANEXO – CONDICIONES TÉCNICAS ESENCIALES PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO Y/O ENTREGA DE BIEN	Fecha	05/Marzo/2013

1. DENOMINACIÓN DEL BIEN O SERVICIO

Acompañar de forma permanente el desarrollo del Plan de Comunicaciones del ICBF, con la cconceptualización, desarrollo y difusión de estrategias creativas 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, 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, para el cumplimiento de la misión del ICBF.

2. DENOMINACIÓN TÉCNICA DEL BIEN O SERVICIO

N/A

3. UNIDAD DE MEDIDA

Eje 1	Estrategias de comunicación	Mes
Eje 2	Producción de piezas de comunicación	Piezas mensuales
Eje 3	Plan de medios y ejecución del mismo.	Pauta mensual
Eje 4	Capacitaciones en habilidades comunicativas	Capacitaciones mensuales
Eje 5	Manual de aplicación de imagen institucional.	Manual

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

No aplica

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, con la conceptualización, desarrollo y difusión de estrategias creativas que promuevan mensajes para la protección y prevención de vulneración de los derechos de los NNA y el bienestar de las familias colombianas. De igual forma se requiere el acompañamiento para la ejecución de un plan de medios para la difusión de los mensajes, el diseño y producción de piezas, herramientas de comunicación y actividades de movilización ciudadana, para el cumplimento de la misión y fortalecimiento de la imagen institucional del ICBF.

A partir de las necesidades en materia de comunicación del ICBF, se definieron cinco ejes para el desarrollo del contrato, articulados con el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Entidad:

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.

Sede de la Dirección General
Avenida carrera 68 No. 64c – 75. PBX: 437 76 30
Línea gratuita nacional ICBF 01 8000 91 8080
www.icbf.gov.co

5.3. Diseño, coordinación y ejecución de un plan de medios para la difusión de mensajes institucionales, con alcance nacional y regional, que defina los escenarios, de conveniencia y oportunidad a través de los cuales se deban implementar y emitir según los públicos objetivos.

5.4. Realizar capacitaciones y entrenamientos para potencializar las habilidades comunicativas de voceros principales, directivos y comunicadores de la entidad, con el propósito de fortalecer el posicionamiento del ICBF en los medios de comunicación.

5.5. Desarrollar un proceso de arquitectura de marca para el Instituto Colombiano del Bienestar Familiar, realizando un diagnóstico y análisis del universo de marcas, programas y estrategias vigentes con alcance nacional.

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

En relación con los cinco 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 y violencia intrafamiliar, prevención de explotación sexual comercial infantil, fortalecimiento de lazos afectivos en la familia, prevención de embarazo adolescente, trabajo infantil, prevención del consumo de sustancias psicoactivas (SPA), uso y manipulación de pólvora en menores de edad, entre otros.

- El contratista debe desarrollar una (1) estrategia a nivel interno para fortalecer el sentido de pertenencia, compromiso institucional, con el fin de incrementar la eficiencia y productividad laboral, a nivel nacional, impactando a los once mil (11.000) colaboradores con los que cuenta la entidad.

- El contratista debe desarrollar los diseños de todas las piezas que se requieran para las estrategias planteadas y las que la Institución requiera para el cumplimiento de los objetivos misionales.

- Asesorar al ICBF en el desarrollo de estrategias de relacionamiento con diferentes actores claves para construir alianzas, convenios, proyectos y otros en cumplimiento a la misión de la entidad.

- 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

Sede de la Dirección General
Avenida carrera 68 No. 64c – 75. PBX: 437 76 30
Línea gratuita nacional ICBF 01 8000 91 8080
www.icbf.gov.co

alternativos, activaciones, movilizaciones, y otros escenarios de conveniencia y oportunidad para transmitir los mensajes.

- El contratista debe proponer un plan de medios para la difusión de cada estrategia, con alcance regional y nacional, contemplando free pres y pauta, para lo cual debe poner contemplando los programas de responsabilidad sociales y alianzas con medios de comunicación que se traduzcan en la optimización del presupuesto a favor de la Entidad.

- 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.

- Adicionalmente, el contratista debe estar en capacidad para desarrollar todas aquellas actividades que se deriven de dichas estrategias, entre ellas: acciones BTL (Below the line - debajo de la línea), PR (Relaciones Públicas) contempladas, CRM (Customer Relationship Management), entre otras.

- El contratista debe asesorar la estrategia de redes sociales externas e internas del ICBF, con unidad gráfica, de contenido y garantizando la alineación con el Plan Estratégico de Comunicaciones del ICBF.

- 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 que involucre como mínimo las cinco (5) estrategias, 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 el siguiente número de personas:

  Un (1) Director de cuenta, un (1) Ejecutivos de cuenta), un (1) productor de eventos, un (1) Director Creativo, dos (2) creativos (1 copy – diseñador), un (1) planner de medios, un (1) diseñador On line, quienes deben acreditar los títulos y experiencia consignada en el **anexo No. 1 – Perfil del personal mínimo requerido.**

- 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, 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:

Sede de la Dirección General
Avenida carrera 68 No. 64c – 75. PBX: 437 76 30
Línea gratuita nacional ICBF 01 8000 91 8080
www.icbf.gov.co

MEDIO	PIEZAS
Televisión	Comerciales, cortinillas; super impuesto.
Radio	Cuñas, cortinillas.
Impresos y exterior	Avisos de prensa, revista, afiches, vallas, eucoles, postales, plegables, volantes, stickers, tropezones, brochures, separatas, calendarios, separador de libros, colga puertas, cudrenos, agendas, entre otros.
Digitales	Sitios web, banners, perfil facebook, twitter, emailing, infografías.
Elementos promocionales	Botones, manillas, globos, stands, inflables, camisetas, mouse pad,

- Para material audiovisual y de multimedia, deberá presentar versiones preliminares para la aprobación supervisor. 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 liderar la planeación, implementación y seguimiento de estrategias digitales.

- Para medios digitales, el contratista debe estar en capacidad de desarrollar tácticas para optimizar el posicionamiento en buscadores y de motores de búsqueda para mejorar la visibilidad del sitio o sitios web del ICBF en los resultados orgánicos de los diferentes motores de búsqueda tales como Google, Bing, entre otros. (Estrategia SEO), producir web analytics o estadísticas de las estrategias difundidas a través de las redes o cualquiera de los medios de comunicación electrónica del ICBF.

- El contratista debe acompañar en la estructuración de emailing para diversas estrategias, garantizar su envío a los públicos de interés acordados con el ICBF y realizar seguimiento de efectividad de estos correos electrónicos.

- El contratista debe garantizar los canales, funcionamiento y soporte para llevar a cabo tweetcams y transmisiones via estreaming, para el ICBF.

- Para las producciones de material, piezas o servicios y demás productos que se requieran, el contratista debe presentar por lo menos tres cotizaciones de proveedores legalmente constituidos, con precios promedios del mercado. El supervisor del contrato en el marco del Comité de Comunicaciones de la Entidad, aprobará la cotización más favorable, 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.

Sede de la Dirección General
Avenida carrera 68 No. 64c – 75. PBX: 437 76 30
Línea gratuita nacional ICBF 01 8000 91 8080
www.icbf.gov.co

- 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.

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 realizará, coordinará y ordenará un plan de medios general (incluyendo free press y pauta), sobre los cuales debe optimizar el recurso para beneficio de la Entidad.

- El plan de medios deben incluir radio con cobertura nacional y regional, prensa nacional y local, televisión nacional y regional, revistas, medios digitales, alternativos y demás medios necesarios para la difusión de los mensajes.

- 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; (b) publicación en prensa y revistas: tres ejemplares por cada publicación; publicidad en televisión: certificación de pauta IBOPE; publicidad exterior: certificación del medio y fotos.

- El contratista debe soportar el plan de medios sugerido en estudios de hábitos de consumo del público objetivo de la pauta, 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.

- El contratista debe gestionar y obtener espacios de pauta en emisoras comunitarias en todos los departamentos del país en que funcionen legalmente, sin afectar el presupuesto general del plan de medios. Así mismo, debe negociar bonificados o abonados en los medios contratados dentro del plan, que generen valor agregado a la oferta, en beneficio del ICBF.

- El ICBF podrá cambiar y solicitar otros formatos y contenidos de acuerdo con las necesidades que se vayan presentando en el desarrollo de las estrategias, basados en las necesidades de la Institución.

Sede de la Dirección General
Avenida carrera 68 No. 64c – 75. PBX: 437 76 30
Línea gratuita nacional ICBF 01 8000 91 8080
www.icbf.gov.co

6.4 Realizar capacitaciones y entrenamientos para potencializar las habilidades comunicativas de voceros principales, directivos y comunicadores de la entidad, con el propósito de fortalecer el posicionamiento del ICBF en los medios de comunicación.

- El contratista debe entregar al supervisor del contrato para su aprobación, un cronograma de trabajo que contemple las actividades específicas, temáticas, lugares y fechas en las que se realizaran las jornadas, dentro de los quince (15) días calendario después de legalizado el contrato.

- El contratista debe realizar las siguientes capacitaciones, con las especificaciones y temáticas señaladas en el siguiente cuadro:

TIPO DE CAPACITACIÓN	CONTENIDOS	No. ASISTENTES	CIUDADES	PERFIL CAPACITADORES	DURACIÓN
Media Training	- Fortalecimiento de habilidades de comunicación. - Comunicación en crisis. - Comunicación kinésica, proxémica y paralingüistica ante medios. - La comunicación efectiva de mensajes de acuerdo al medio. - ¿Cómo enfrentar entrevistas de manera adecuada? - ¿Cómo responder a diversos tipos de preguntas? - Preguntas abiertas, preguntas cerradas. - Las claves de la relación con los medios de comunicación. - Presentaciones en situaciones de crisis. - La conferencia de Prensa.	1	Bogotá	Comunicador Social y/o Periodista con más de 10 años de trayectoria en medios de comunicación y/o entrenamiento de voceros para medios de comunicación. Consultor en procesos de entrenamiento en habilidades de comunicación y estrategia de comunicaciones para ejecutivos de alto nivel, políticos y voceros corporativos en momentos de crisis.	8 horas (2 jornadas de 4 horas)

Sede de la Dirección General
Avenida carrera 68 No. 64c – 75. PBX: 437 76 30
Línea gratuita nacional ICBF 01 8000 91 8080
www.icbf.gov.co

TIPO DE CAPACITACIÓN	CONTENIDOS	No. ASISTENTES	CIUDADES	PERFIL CAPACITADORES	DURACIÓN
	(Intervienen periodistas de Radio, TV y diarios)				
Formación de voceros	- Técnicas para un adecuado manejo de la relación con la prensa. - - Ejercicios prácticos para reaccionar en distintas situaciones frente a los medios. - La comunicación como competencia - Los periodistas y el medio - El mensaje - El encuentro con el medio - El Vocero - Pautas para que las entrevistas sean más productivas para la entidad y el periodista. - Ejercicios de simulación de entrevistas	20 por ciudad	Barranquilla Bogotá Cali Medellín	Comunicador Social y/o Periodista con más de 10 años de trayectoria en medios de comunicación y/o manejo de comunicaciones corporativas y crisis reputacional. Consultor en procesos de entrenamiento en habilidades de comunicación y estrategia de comunicaciones para ejecutivos de alto nivel, políticos y voceros corporativos en momentos de crisis.	8 Horas (1 jornada)
Desarrollo de habilidades comunicativas y estratégicas de la comunicación institucional	- La comunicación como elemento de mitigación de crisis reputacionales. - Relaciones Públicas en instituciones de Gobierno como el ICBF - La comunicación interna como potenciadora del clima organizacional	30	Bogotá	Comunicadores sociales y/o Periodistas con especialización o maestría en Comunicación Organizacional y experiencia en temas como Relaciones Públicas, Comunicación Interna y Medios para fortalecer la estrategia de	8 horas (1 jornada)

Sede de la Dirección General
Avenida carrera 68 No. 64c – 75. PBX: 437 76 30
Línea gratuita nacional ICBF 01 8000 91 8080
www.icbf.gov.co

TIPO DE CAPACITACIÓN	CONTENIDOS	No. ASISTENTES	CIUDADES	PERFIL CAPACITADORES	DURACIÓN
	- Comunicación y gestión de cambio - Cómo escribir mejor para impactar a los periodistas - Comunicación digital, avances y retos para fortalecer la comunicación organizacional			comunicación en entes de Gobierno. Experiencia mínima de 4 años en el desarrollo de este tipo de capacitaciones y vinculación académica.	

- Los contenidos, horarios y ciudades, pueden ser adecuados y mejorados de acuerdo a las necesidades institucionales, en coordinación con l contratista y el supervisor designado para el contrato por parte del ICBF.

- Los talleres deben ser dictados por profesionales en comunicaciones u otras áreas con experiencia mínima de 5 años, en medios de comunicación y manejo de formación de voceros en diferentes entidades tanto públicas como privadas.

- El contratista debe desarrollar los contenidos pedagógicos, y el material necesario para entregar a los asistentes en todas las capacitaciones y talleres.

- El contratista debe proporcionar los elementos y herramientas tecnológicas y audiovisuales (cámara de video y fotográfica, micrófonos, grabadoras de audio, entre otros), necesarias para el desarrollo de capacitaciones y talleres.

- El contratista debe entregar un documento impreso y electrónico con las memorias de cada capacitación, así como, grabación de los ejercicios propuestos para cada participante, en las jornadas que aplique.

- Dentro de los costos de las capacitaciones, el contratista debe contemplar los gastos relacionados con traslados, alojamiento y alimentación del personal capacitador. Los costos relacionados con la logística de las capacitaciones (sitio del evento, alojamiento y alimentación de los colaboradores del ICBF que asistirán a las capacitaciones) estará a cargo del ICBF y no deberán ser incluidos en el costo por capacitación.

- Los capacitadores deberán contar con la idoneidad y experiencia necesaria para dictar las capacitaciones, de acuerdo al perfil requerido para cada tipo de capacitación, acreditadas mediante su hoja de vida.

Sede de la Dirección General
Avenida carrera 68 No. 64c – 75. PBX: 437 76 30
Línea gratuita nacional ICBF 01 8000 91 8080
www.icbf.gov.co

6.5 Desarrollar un proceso de arquitectura de marca para el Instituto Colombiano del Bienestar Familiar, realizando un diagnóstico y análisis del universo de marcas, programas y estrategias vigentes con alcance nacional.

- El contratista debe elaborar el diagnóstico y asesorar la consolidación del proceso de arquitectura de marca institucional, que defina los lineamientos para la articulación de la imagen del ICBF y de sus programas misionales, permitiendo generar un posicionamiento claro y contundente en los públicos de interés, a partir de brief entregado por la Entidad.

- El contratista debe evaluar cómo es percibido el Instituto por los diferentes públicos de interés y qué imagen proyecta la marca en su entorno, a través de técnicas como: encuestas, focus group, a colaboradores de la entidad, beneficiarios, aliados, operadores, líderes de opinión, entre otros, a nivel nacional.

- El contratista debe desarrollar una arquitectura de marca para vincular la marca institucional ICBF a sus programas, servicios, proyectos y estrategias. Esta estructura debe tener en cuenta un balance entre escenarios presentes y futuros para preparar la organización para el crecimiento, innovación y cambios.

- El contratista debe definir qué marcas se deben mantener, modificar, eliminar o crear para maximizar el posicionamiento de la Entidad, optimizando así el potencial de cada marca en el largo plazo.

- El contratista debe entregar el análisis del diagnóstico con la propuesta de la nueva estructuración marcaria, la cual estará sujeta a aprobación por parte de la Entidad.

- Una vez aprobada la nueva estructuración marcaria, el contratista elaborará el manual de manejo de marcas e imagen para ser utilizado en diferentes aplicaciones: uniformes, señaletica, impresos, piezas digitales y audiovisuales, entre otros.

- El manual debe ser entregado impreso (1 copia) y en formato digital, en CD o DVD y debe incluir todas los archivos fuentes del manual y del demo animado, las gráficas diseñadas y utilizadas en los diferentes productos las cuales serán propiedad del ICBF. Los costos relacionados con la logística de las capacitaciones (sitio del evento, alojamiento y alimentación de los colaboradores del ICBF que asistirán a las capacitaciones) estará a cargo del ICBF y no deberán ser incluidos en el costo por capacitación.

- El contratista debe realizar la socialización de la nueva estructuración marcaría, así:

  - De manera presencial en Bogotá, en dos jornadas dirigidas a 100 personas en total.

  - De forma virtual, para lo cual deberá entregar un demo animado en flash, para impactar a todos los colaboradores de la Entidad a nivel nacional.

Sede de la Dirección General
Avenida carrera 68 No. 64c – 75. PBX: 437 76 30
Línea gratuita nacional ICBF 01 8000 91 8080
www.icbf.gov.co

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 DPS 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, Cds, 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 aceptación, efectividad e impacto de la campaña y su plan de medios, con indicadores cualitativos y cuantitativos que le permita 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, detallado de 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).

Sede de la Dirección General
Avenida carrera 68 No. 64c – 75. PBX: 437 76 30
Línea gratuita nacional ICBF 01 8000 91 8080
www.icbf.gov.co

7.1.11.2. Un informe final de la ejecución del contrato discriminando por períodos facturados por tipo de servicio prestado (en Excel, desprotegido).

7.2. Obligaciones generales

7.2.1. Reportar por escrito al supervisor del contrato cualquier sugerencia que contribuya a la obtención de mejores resultados con respecto a las diademas adquiridas.
7.2.2. Acatar las instrucciones que imparta el Instituto para el cabal cumplimiento del contrato, a través del Supervisor del contrato.
7.2.3. 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.
7.2.4. Presentar los amparos requeridos para el cumplimiento del contrato.
7.2.5. Cumplir con las obligaciones frente al Sistema de Seguridad Social Integral y aportes parafiscales.
7.2.6. Mantener los precios presentados en la oferta durante el tiempo de la ejecución del contrato.
7.2.7. Cumplir con las obligaciones derivadas del contrato actuando con alto grado de profesionalismo responsabilidad y eficacia en la ejecución de las tareas correspondientes.
7.2.8. 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.
7.2.9. Suscribir el acta de liquidación del contrato.
7.2.10. 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.

8. LUGAR DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO

El lugar de ejecución del contrato será en Bogotá y las ciudades 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 2013, o hasta agotar recursos.

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:

Sede de la Dirección General
Avenida carrera 68 No. 64c – 75. PBX: 437 76 30
Línea gratuita nacional ICBF 01 8000 91 8080
www.icbf.gov.co

- **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 las piezas audiovisuales, digitales y alternativas producidas y desarrolladas durante el mes.
- **Eje 4:** Capacitaciones en habilidades comunicativas – Se pagará el valor de las capacitaciones realizadas durante el mes, de acuerdo con el valor unitario establecido para las mismas.
- **Eje 5:** Manual de aplicación de imagen institucional, será pagado de la siguiente manera:
  - Un primer pago equivalente al 50% del valor correspondiente a este eje según la propuesta económica, el cual debe ser incluido por el contratista en la factura del mes en el cual el supervisor del contrato apruebe la propuesta de la nueva estructuración marcaria.
  - Un segundo pago, equivalente al 40% del valor correspondiente a este eje según la propuesta económica, el cual debe ser incluido por el contratista en la factura del mes en el cual el supervisor del contrato reciba a satisfacción el manual de manejo de marcas e imagen.
  - Un tercer pago, equivalente al 10% del valor correspondiente a este eje según la propuesta económica, el cual debe ser incluido por el contratista en la factura del mes en el cual el supervisor del contrato expida la certificación de la realización de las jornadas de socialización de la nueva estructuración marcaria y del recibo a satisfacción de la herramienta para la socialización virtual.

Con la factura, el contratista debe entregar las piezas y evidencias de los servicios prestados y certificará la emisión de los mensajes en cada uno de los medios contratados, que para el caso de radio y TV, serán los reales cumplidos que entregue el medio mensualmente, para los medios impresos la página de cada uno de los periódicos dónde se publiquen los avisos, para los medios exteriores, fotografía o vídeo de la ubicación de los mensajes en los diferentes lugares y ciudades y para el caso de los eventos fotos y/o grabación del mismo, además del resumen de la evaluación del evento.

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). Si la factura no ha sido correctamente elaborada 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. ANEXOS

Anexo No. 1: Perfil del personal mínimo requerido

Sede de la Dirección General
Avenida carrera 68 No. 64c – 75. PBX: 437 76 30
Línea gratuita nacional ICBF 01 8000 91 8080
www.icbf.gov.co

12. CERTIFICACIÓN (a suscribir por parte de los oferentes)

_____ (Nombre del contratista en caso de persona natural o del Representante Legal y/o apoderado en caso de persona jurídica), identificado con C.C No. _____, en mi calidad de representante legal y/o Apoderado de _____ (Razón Social de la empresa), identificada con NIT _____, manifiesto con la presentación y firma del presente documento que he leído, entiendo y puedo garantizar el cumplimiento total de las especificaciones técnicas contenidas en el y en caso de resultar adjudicatario me comprometo a cumplirlo en su totalidad.

_____
Firma Representante Legal y/o Apoderado
Nombre: _____
C.C. _____

Sede de la Dirección General
Avenida carrera 68 No. 64c – 75. PBX: 437 76 30
Línea gratuita nacional ICBF 01 8000 91 8080
www.icbf.gov.co