



Libertad y Orden

IMPRENTA NACIONAL DE COLOMBIA
República de Colombia
Empresa Industrial y Comercial del Estado

Nit 830.001.113-1 e-mail: compras@imprensa.gov.co
Carrera 66 No. 24 – 09 (Av. La Esperanza con Av. 68)
457 80 00 EXT. 3330 – 3204 FAX 457 80 35

INVITACIÓN A PRESENTAR OFERTA INDC-088-2013

OBJETO: SELECCIÓN DE UNA PERSONA NATURAL O JURÍDICA QUE CREE, DISEÑE Y EJECUTE UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN ESTRATEGICA Y EL PLAN DE MEDIOS QUE ATIENDA LAS NECESIDADES DE LA POLICIA NACIONAL DE COLOMBIA EN EL MARCO DE LA PRESENTE INVITACIÓN.

I. CONDICIONES GENERALES DE PARTICIPACIÓN

1. El presente proceso se rige por la normatividad civil y comercial, de conformidad con lo establecido en el artículo 14 de la ley 1150 de 2007.
2. La **IMPRENTA NACIONAL DE COLOMBIA**, recibe propuestas desde el día **veinte (20) de agosto** hasta máximo el **veintisiete (27) de agosto de 2013 a las 10:00 a.m.** las cuales deben radicarse en el centro de documentación de la entidad, ubicada en la CARRERA 66 No. 24 – 09 de Bogotá D. C., primer piso.
3. El **veintidós (22) de agosto de 2013 a las 3:00 p.m.**, se realizará una Audiencia Pública a la que podrán asistir todos los interesados en la presente contratación, en la que se realizará la presentación del proyecto objeto de la presente contratación y su alcance. La audiencia tendrá lugar en el Auditorio del Museo de Artes Gráficas ubicado en las instalaciones de la Imprenta Nacional de Colombia.
4. La propuesta **debe presentarse foliada**, en **original y dos (2) copias, en tres (3) sobres de idéntico contenido** cerrados y sellados, identificados con el número de los presentes términos de referencia definitivos, el nombre y la dirección del proponente. La propuesta debe estar escrita en idioma español, en letra comprensible, sin enmendaduras, tachones ni borrones.
5. La propuesta debe tener una vigencia de cuarenta y cinco (45) días calendario, contados a partir de la fecha límite para radicar ofertas.
6. Pueden participar todas las personas naturales, jurídicas, uniones temporales y consorcios, con **habilidad y capacidad jurídica y técnica** para ejecutar el objeto de la presente INVITACIÓN A PRESENTAR OFERTA.
7. Todos los gastos, derechos, impuestos, tasas y contribuciones que se causen con ocasión de la adjudicación y legalización del contrato serán por cuenta del contratista, de acuerdo con las normas legales vigentes.
8. No se aceptan propuestas alternativas ni condicionadas.

9. En caso de empate, se realizará un sorteo en audiencia al cual se citarán los oferentes que se encuentren en esta situación.
10. En la diligencia de apertura de urna, la comisión designada procederá a verificar el depósito de los tres (3) sobres por cada proponente, y se abrirán los sobres de CARÁCTER TÉCNICO, JURÍDICO y ECONOMICO constatando el número total de folios, datos que serán consignados en el acta de la diligencia, así como el valor total de la oferta y los datos generales de la póliza.
11. La oferta económica debe presentarse en **pesos colombianos**, indicando el **valor unitario, el I.V.A., y el valor total de la propuesta incluido el I.V.A.**

Para tal efecto **EL PROPONENTE DEBE DILIGENCIAR obligatoriamente** el cuadro de oferta económica que se indica en el literal c) documentos de carácter económico.

En caso de presentarse errores aritméticos en la propuesta, la Imprenta Nacional de Colombia procederá a corregirlos.

NOTA: La propuesta económica tan sólo se debe presentar para el concepto **No. 1** de la Campaña de la Policía Nacional de Colombia, denominado *Creación y diseño de la campaña de comunicaciones estratégicas de la Policía Nacional de Colombia*, tal como se describe a continuación.

Para la ejecución de los conceptos 2, 3 y 4, el valor a ejecutar será el que se determine en el marco del Comité de Campaña, según el procedimiento establecido en la obligación contenida en el numeral 33 del anexo 2.

12. La Imprenta Nacional de Colombia ha dispuesto para esta contratación la suma **inicial** de hasta **CUATRO MIL QUINIENTOS MILLONES DE PESOS (\$4.500.000.000,00) M/Cte.**, conforme al Certificado de disponibilidad Presupuestal número 0660 del 16 de agosto de 2013, valor previsto para el inicio de la campaña de la Policía Nacional de Colombia 2013.

Sin embargo, los proponentes tan sólo deben presentar su propuesta económica hasta por un valor de **DOSCIENTOS MILLONES DE PESOS (\$200.000.000,00) M/Cte.**, el cual corresponde a la *creación y diseño de la campaña de comunicaciones estratégicas de la Policía Nacional de Colombia*, en los términos descritos más adelante como concepto **No. 1**.

El valor restante, esto es, desde la suma de **CUATRO MIL TRESCIENTOS MILLONES DE PESOS (\$4.300.000.000,00)**, serán asignados al contratista que resulte adjudicatario para que desarrolle los conceptos **No. 2** *Preproducción, producción y postproducción de piezas publicitarias*, **No. 3** *Ejecución del plan de medios* y **No. 4** *Análisis de monitoreo de medios*. Esta suma podrá ser adicionada hasta en un 100%, para efectos de desarrollar los conceptos Nos. 3 y 4, según recomendación que para tal efecto realice el Comité de Campaña, previa expedición de la correspondiente disponibilidad presupuestal y la adición del contrato.

El contratista deberá desarrollar los siguientes conceptos:

CONCEPTO No. 1.
CREACIÓN Y DISEÑO DE LA CAMPAÑA DE COMUNICACIONES ESTRATÉGICAS

El contratista deberá entregar:

- Un (1) tomo ilustrado impreso a 4 x 4 tintas, cuyo contenido describa de manera detallada la idea creativa y plan de medios de la campaña propuesta para la vigencia 2013, tomando como base las actividades relacionadas en el cronograma de eventos que impactan el servicio de Policía, el cual deberá ser revisado y aprobado por el supervisor del contrato.
- El guión y/o story board para la elaboración de los 8 (ocho) mensajes institucionales para televisión en versión larga (un minuto) y corta (treinta segundos)
- El libreto para la elaboración de los 8 (ocho) cuñas radiales, en versión larga (un minuto) y corta (treinta segundos).
- El arte de cada uno de los impresos en programas editables de diseño (corel draw, publisher, indesign, illustrator, entre otros), para su reproducción en material litográfico, en DVD con los archivos fuentes, tomando como base las actividades relacionadas en el cronograma de eventos que impactan el servicio de Policía, el cual deberá ser revisado y aprobado por el supervisor del contrato.
- La arquitectura o árbol de navegación de la página web Institucional.
- Crear micrositos virtuales, según las necesidades propias requeridas por la Institución, los cuales serán solicitados por el supervisor del contrato.
- Realizar la propuesta del calendario definido para pautar, indicando la cantidad de emisiones de publicidad institucional virtual, relacionando la intensidad de pauta y sitios web de mayor impacto.
- Entregará un informe detallado de posicionamiento digital a través del aplicativo “Seo Sen” o similar.
- Referente a la pauta en medios ATL el contratista deberá hacer la propuesta del calendario definido para pautar, indicando la cantidad de emisiones de los comerciales, cuñas radiales y micro reportajes para cine, relacionando la intensidad de pauta, canal, y franja horaria de transmisión de las piezas audiovisuales, en los medios de mayor cobertura a nivel Regional, Nacional, e Internacional; en el caso de las salas de cine indicar la ubicación de la sala, días de emisión y número de semanas a pautar.
- El guión y/o story board para la elaboración de los dos (2) videos institucionales de tres minutos cada uno.
- Realizar la propuesta de publicidad masiva institucional en medios de comunicación externos (vallas, paraderos de transporte, publimedios en centros comerciales, etc), indicando la ubicación, cantidades y tiempo de exposición de la publicidad.

CONCEPTO No. 2
PREPRODUCCIÓN, PRODUCCIÓN Y POSTPRODUCCIÓN DE PIEZAS PUBLICITARIAS

El contratista deberá entregar:

- La preproducción, producción y postproducción de 8 (ocho) mensajes institucionales en formato full HD, grabados en locaciones externas, con sus respectivas versiones: larga (1 minuto), corta (30 segundos), en formato DVD y formato betacam.

- Los audios de las ocho (8) cuñas radiales en CD en alta definición, con sus respectivas versiones: larga (1 minuto), corta (30 segundos).
- El arte de cada uno de los impresos en programas editables de diseño (corel draw, publisher, indesign, illustrator, entre otros), para su reproducción en material litográfico, en DVD con los archivos fuentes, tomando como base las actividades relacionadas en el cronograma de eventos que impactan el servicio de Policía.
- La preproducción, producción y postproducción de 2 videos institucionales en formato full HD, grabados en locaciones externas, con sus respectivas versiones: larga tres (3) minutos, en formato DVD y formato betacam.
- Tres (3) videos formato cine de 30” de duración en formato HD “Alta Definición”, para emisión en salas de cine a nivel país, de los mensajes autorizados previa reunión y coordinación con el supervisor del contrato

NOTA: El contratista deberá entregar un acta de cesión de derechos descritos al supervisor del contrato, para uso y propiedad de la Policía Nacional.

CONCEPTO No. 3 EJECUCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS

El contratista deberá realizar todas las actividades necesarias para ejecutar el plan de medios que se establezca en la campaña de comunicaciones de la Policía Nacional de Colombia

CONCEPTO No. 4 ANÁLISIS DE MONITOREO DE MEDIOS

El contratista deberá realizar un análisis de monitoreo de medios tradicionales, redes sociales, análisis e inteligencia de medios y redes sociales e inteligencia de líderes de opinión; de los cuales se deberán entregar los siguientes productos:

- Creación de base de datos para consulta y reporte gráficos en línea de la información que se publique en los medios de comunicación.
- Creación de una sala de situación virtual con el resumen grafico de las agencias nacionales y de agencias de noticias más importantes.
- Producción de los reportes tácticos semanales sobre los comportamientos de información agregada disponible y agenda de medios.
- Producción de reportes ejecutivos quincenales sobre temas de interés institucional en medios.
- Producción de un estudio en profundidad mensual con recomendaciones estratégicas que posibiliten identificar riesgos de reputación y oportunidades.

Para la ejecución del contrato que se derive de la presente invitación, la Imprenta Nacional de Colombia conformará un Comité de Campaña, en el cual participarán delegados de la Policía Nacional de Colombia y de la Imprenta Nacional de Colombia. A las reuniones de este comité asistirá un representante del contratista quién presentará los planteamientos y propuestas para la ejecución de la campaña.

La aprobación de los recursos asignados para cada uno de los ítems de los conceptos 2, 3 y 4, serán previamente aprobados por la Imprenta Nacional de Colombia, según las recomendaciones que para tal efecto realice el comité.

Durante la ejecución del contrato, el Comité de Campaña aprobará la adición de hasta en un 100% de los recursos asignados para la misma, con el fin de ampliar la difusión de la campaña, correspondiente al Concepto 3.

13. PLAZO DE EJECUCIÓN Y ENTREGA: El plazo de ejecución del presente contrato será desde la legalización del mismo, hasta el **30 de noviembre de 2013**. Durante dicho plazo el contratista deberá desarrollar todos los conceptos antes descritos realizar las entregas de los productos y servicios según lo establecido en el anexo No. 2.

En caso de que el Comité de Campaña apruebe la adición de recursos, este plazo podrá ser prorrogado, según lo establezca dicho comité.

Con la presentación de la oferta, el oferente se compromete a cumplir con los plazos de entrega establecidos en la presente invitación, sin embargo, podrán ofrecerse plazos inferiores a éstos.

14. Forma de pago del contrato: La Entidad pagará el valor total del contrato de la siguiente manera:

- Contra la entrega del primer concepto se pagará el valor propuesto por el contratista para tal efecto, el cual no podrá exceder la suma de **DOSCIENTOS MILLONES DE PESOS (\$200.000.000.OO) MDA/CTE**
- Contra la entrega del segundo concepto se pagará una vez realizada la producción y aprobación de cada uno de los ítems arriba descritos. Este pago corresponderá a los recursos aprobados por el Comité de Campaña para cada uno de los ítems del concepto 2.
- La ejecución del plan de medios correspondiente al tercer concepto se pagará mensualmente según facturación. Este pago corresponderá a los recursos aprobados por el Comité de Campaña para el concepto 3.
- El monitoreo de medios se pagará al finalizar el contrato. Este pago corresponderá a los recursos aprobados por el Comité de Campaña para el concepto 4.

Cada pago se realizará dentro de los treinta (30) días calendarios siguientes a la radicación de la factura con el lleno de los requisitos legales y el certificado de cumplimiento emitido por el supervisor del contrato. (SE DEBE DAR CUMPLIMIENTO A LO DISPUESTO EN EL ARTICULO 23 de la Ley 1150 DE 2007. (La acreditación deberá realizarse mediante la presentación de planilla única de pagos, formulario, recibo de pago u otro medio autorizado por la ley)

15. El oferente que resulte seleccionado en el presente proceso deberá constituir las siguientes pólizas:

- **CUMPLIMIENTO:** Por el 20% del valor del contrato y con una vigencia igual al término de ejecución del contrato y cuatro meses más, contados a partir de la fecha de suscripción del mismo.
- **CALIDAD DE LOS BIENES:** Por el 20% del valor del contrato y con una vigencia igual al término de ejecución del contrato y cuatro meses más, contados a partir de la fecha de suscripción del mismo.

- **CALIDAD DEL SERVICIO:** Por el 20% del valor del contrato y con una vigencia igual al término de ejecución del contrato y cuatro meses más, contados a partir de la fecha de suscripción del mismo.
- **SALARIO Y PRESTACIONES SOCIALES:** Por el 5% del valor del contrato y con una vigencia igual al término del contrato y tres años más.
- **AMPARO AUTÓNOMO DE RESPONSABILIDAD CIVIL EXTRACONTRACTUAL:** Por el 5% del valor del contrato y con una vigencia igual al término de ejecución del mismo.

II. CAUSALES DE RECHAZO O INADMISIBILIDAD DE LA PROPUESTA

Será rechazada de plano y no ingresará al grupo de elegibles para calificación y adjudicación, aquella oferta que incumpla los requerimientos jurídicos ó técnicos, que **NO SEAN CORREGIDOS DENTRO DEL PLAZO DADO POR LA ENTIDAD, O AQUELLA PROPUESTA QUE INCUMPLA CON LO SOLICITADO EN ESTA INVITACIÓN A PRESENTAR OFERTA Y QUE IMPIDA LA COMPARACIÓN OBJETIVA DE LA OFERTA.** Así mismo, LA IMPRENTA rechazará cualquiera o todas las propuestas en los siguientes casos:

1. Cuando la oferta se declare inhábil jurídicamente por no cumplir con alguno de los aspectos solicitados en estos términos de referencia, o con aquellos que **NO SEAN CORREGIDOS DENTRO DEL PLAZO DADO POR LA ENTIDAD.**
2. Cuando la oferta esté incompleta, es decir, aquella que no cumpla con todas o alguna de las especificaciones técnicas (características del anexo 2) o aquella que omita información básica para la comparación objetiva de las ofertas.
3. Cuando existan varias propuestas presentadas por el mismo proponente, bajo el mismo nombre o con nombres diferentes o cuando los representantes legales de una persona jurídica ostenten igual condición en otra u otras firmas diferentes, que también están participando en la presente Contratación.
4. Cuando se compruebe confabulación entre los proponentes.
5. Cuando el proponente haya tratado de interferir, influenciar o informarse indebidamente en el análisis de las propuestas.
6. Cuando un proponente tenga intereses patrimoniales en otra persona jurídica que participe o que contrate, es decir, cuando se trate de propuestas que correspondan a sociedades que tengan socios comunes, excepto cuando se trate de sociedades anónimas.
7. Cuando **NO SE SUSCRIBA LA CARTA DE PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA POR LA PERSONA HABILITADA LEGALMENTE PARA REPRESENTAR AL PROPONENTE,** persona natural, persona jurídica, consorcio o unión temporal, no se haya obtenido autorización para comprometerlas, en caso de requerirla. Este documento no es subsanable.
8. Cuando no se suscriba el documento de conformación del consorcio o de la unión temporal o se identifique en forma incompleta a sus integrantes.
9. Cuando el valor de la propuesta supere el presupuesto oficial asignado para esta invitación.

10. Cuando efectuada la corrección aritmética de la propuesta económica, esta sobrepase el presupuesto oficial.
11. Cuando no se constituya la póliza de seriedad de la oferta.
12. Cuando la propuesta se presente fuera de la hora estipulada para el cierre de la Contratación y apertura de propuestas. Será devuelta sin abrir.
13. Cuando se encuentren inconsistencias o irregularidades en la información presentada para acreditar el cumplimiento de los requisitos establecidos en esta invitación.
14. Si el proponente se encuentra incurso en alguna de las prohibiciones, inhabilidades e incompatibilidades establecidas en la Constitución Nacional, en las Leyes 80 de 1993, 1150 de 2007, sus Decretos Reglamentarios y demás disposiciones legales aplicables vigentes.
15. Si el valor de la oferta se presenta en moneda extranjera. La Imprenta sólo admite ofertas en pesos colombianos y para la vigencia solicitada en el objeto de esta invitación.
16. Cuando al momento de la presentación de la oferta, no se alleguen con ésta los siguientes documentos:
 - a.- Carta de presentación de la oferta, debidamente firmada por la persona legalmente facultada para ello o con el poder debidamente autenticado si es del caso.
 - b.- Documento de conformación del Consorcio o Unión Temporal, si así se presenta la propuesta.
 - c.- Original de la póliza de garantía de seriedad de la propuesta y/o aval bancario.
17. Si la oferta es alternativa o condicionada.
18. Cuando al efectuar la consulta por parte de la entidad en el boletín de responsables fiscales se encuentre que el oferente este reportado en el mismo.
19. Quien no cumpla con uno o varios numerales del LITERAL B DE CARACTER TÉCNICO y no sean corregidos dentro del plazo dado por la entidad.
20. Cuando de conformidad con la información a su alcance la entidad estime que el valor de una oferta resulta artificialmente bajo, requerirá al oferente para que explique las razones que sustenten el valor por él ofertado. Oídas las explicaciones, el comité de contratación, recomendará el rechazo o la continuidad de la oferta en el proceso, explicando sus razones.

Procederá la recomendación de continuidad de la oferta en el proceso de selección, cuando el valor de la misma responde a circunstancias objetivas del proponente y su oferta, que no ponen en riesgo el proceso, ni el cumplimiento de las obligaciones contractuales en caso de que se adjudique el contrato ha dicho proponente.
21. Cuando una oferta presente un valor considerablemente muy alto frente a las demás ofertas o al mercado, la entidad podrá citar al oferente para que de las explicaciones correspondientes antes de la adjudicación. Cuando

solo haya un oferente habilitado, se podrá solicitar la presentación de una nueva oferta económica ajustada al mercado o rechazar la oferta.

22. Cuando el proponente no entregue la documentación solicitada en el tiempo dado por la entidad.
23. La Imprenta se reserva el derecho de declarar fallido o desierto el proceso o parte de éste, o desistir unilateralmente del mismo, por motivos de interés general o conveniencia institucional.

III. REQUISITOS HABILITANTES

A. DE CARÁCTER LEGAL.

El proponente debe adjuntar los siguientes documentos, según se trate de persona jurídica o persona natural:

1. **Carta de presentación de la oferta**, suscrita por quien tiene la capacidad jurídica para representar legalmente al proponente, indicando la aceptación de todas las condiciones señaladas en esta INVITACIÓN A PRESENTAR OFERTA. Este documento no es subsanable posteriormente. Debe ser firmada por el proponente: persona natural, representante legal para personas jurídicas, persona designada para representarlo en caso de consorcio o unión temporal, o apoderado debidamente constituido, evento en el cual se debe anexar el original del poder autenticado donde se especifique si se otorga poder para presentar la oferta, o para presentar ésta, participar en todo el proceso y suscribir el contrato en caso de resultar seleccionado. En este evento el poder deberá ser anexado con esas formalidades junto con la carta de presentación de la propuesta so pena de rechazo.

El oferente debe hacer manifestación expresa de no estar incurso en alguna causal de inhabilidad e incompatibilidad para contratar con el Estado.

2. **Documento de conformación del consorcio o unión temporal.** Si la oferta es presentada por un Consorcio o una Unión Temporal, se debe anexar el documento suscrito por sus integrantes, en el cual se demuestre el estricto cumplimiento de lo establecido en el artículo 7o. de la ley 80 de 1993 donde se debe:

Indicar en forma expresa si su participación es a título de CONSORCIO O UNIÓN TEMPORAL

Designar la persona, que para todos los efectos representará el consorcio o la unión temporal.

Señalar las reglas básicas que regulen las relaciones entre los miembros del consorcio o la unión temporal y sus respectivas responsabilidades.

En el caso de la UNIÓN TEMPORAL, **señalar en forma clara y precisa**, los términos y extensión de la participación en la propuesta y en su ejecución y las obligaciones y responsabilidades de cada uno en la ejecución del contrato, los cuales no podrán ser modificados sin el consentimiento previo de la Entidad contratante.

Señalar la duración del mismo que no deberá ser inferior a la del contrato y un año más. En atención a lo dispuesto en el artículo 11 del Decreto 3050 de 1997, los integrantes del Consorcio o Unión Temporal en el documento de constitución deben manifestar para efectos del pago en relación con la facturación:

Si la va a efectuar en representación del consorcio o la unión temporal uno de sus integrantes, caso en el cual debe informar el número del NIT de quien factura.

Si la facturación la van a presentar en forma separada cada uno de los integrantes del consorcio o la unión temporal, caso en el cual deben informar el número de NIT de cada uno de ellos y la participación de cada uno en el valor del contrato.

Si la va realizar el consorcio o unión temporal con su propio NIT, caso en el cual se deben indicar el número. Además se debe señalar el porcentaje o valor del contrato que corresponda a cada uno de los integrantes, el nombre o razón social y el NIT de cada uno de ellos.

El impuesto sobre las ventas discriminado en la factura que expida el Consorcio o Unión Temporal, deberá ser distribuido a cada uno de sus miembros de acuerdo con su participación en las actividades gravadas que dieron lugar al impuesto, para efectos de ser declarado.

En cualquiera de las alternativas anteriores, las facturas deberán cumplir los requisitos establecidos en las disposiciones legales.

3. Acreditar el cumplimiento de las obligaciones señaladas en el artículo 23 de la Ley 1150 de 2007. La acreditación deberá realizarse mediante certificación expedida por el revisor fiscal, cuando este exista de acuerdo con los requerimientos de ley, o por el representante legal. Para el caso de personas naturales, deberá presentarse la planilla o recibo de pago.
4. Certificado de existencia y representación legal vigente, expedido por la Cámara de Comercio, dentro de los tres (3) meses anteriores a la fecha de cierre de los presentes términos de referencia, en el cual se acredite que el objeto principal de la empresa se encuentra directamente relacionado con el objeto del contrato, de manera que permita la celebración y ejecución del contrato, teniendo en cuenta para estos efectos el alcance y la naturaleza de las distintas obligaciones que adquiere. Debe acreditar las facultades del representante legal y la vigencia de la persona jurídica, la cual debe ser igual a la ejecución del contrato y un (1) año más.

En aquellos casos en que, de acuerdo con el certificado de existencia y representación legal, existan limitaciones para contratar por parte del representante legal, se debe adjuntar la autorización del órgano social correspondiente.

5. Si el proponente es persona natural comerciante, debe adjuntar certificado de matrícula mercantil vigente, expedido por la Cámara de Comercio, dentro del mes anterior a la fecha de cierre de los presentes términos de referencia; fotocopia del documento de identidad e indicar régimen tributario al cual pertenece (común o simplificado). Así mismo debe informar dirección y teléfono del domicilio.
6. Original de la póliza de seriedad de la oferta a favor de Entidades Estatales **CON SU RESPECTIVO RECIBO DE PAGO**, suscrita por la persona que firma la carta de presentación de la misma y con el lleno de los siguientes requisitos:

BENEFICIARIO:	IMPRESA NACIONAL DE COLOMBIA
AFIANZADO:	El oferente
VIGENCIA	Cuarenta y cinco días (45) días calendario contados a partir de la fecha límite para la presentación de la Propuesta.

AMPARO: Seriedad de la oferta por el diez por ciento (10%) del valor total de propuesta.

Esta garantía debe ser expedida por una compañía de seguros o entidad bancaria legalmente establecida en Colombia. En caso de presentarse garantía bancaria, debe tener la siguiente leyenda. “La presente garantía será pagada por el garante dentro de los treinta (30) días siguientes a la fecha del acto administrativo que declare el incumplimiento del oferente”.

De presentarse error en el nombre del beneficiario, tomador, vigencia, monto asegurado, no estar referida a la presente invitación o de no allegarse las condiciones generales, la Imprenta solicitará al proponente los documentos e información del caso, para lo cual el oferente cuenta con un (1) día hábil para anexarlo, so pena de rechazo de la oferta.

7. Manifestación bajo la gravedad del juramento de que no se encuentra reportado en el Boletín de Responsables Fiscales, del trimestre correspondiente a la radicación de la oferta, conforme a lo exigido por la ley 610 de 2000.

B. DE CARÁCTER TÉCNICO:

Se evaluarán como requisitos habilitantes, cumple o no cumple, los siguientes criterios:

1. **OFERTA TÉCNICA AJUSTADA:** El proponente deberá presentar con su propuesta, el Anexo No. 2 totalmente diligenciado, de tal forma que se ajuste **ÍNTegramENTE A LOS REQUERIMIENTOS DE ESTA INVITACIÓN.**
2. **PLAZO DE EJECUCIÓN Y ENTREGA:** Con la presentación de la oferta, el oferente se compromete a cumplir con los plazos de entrega establecidos en el Anexo No. 2 de la presente invitación, sin embargo, podrán ofrecerse plazos inferiores a éstos.
3. **EXPERIENCIA DE PROPONENTE:** Se ha considerado como requisito mínimo de habilitación (cumple o no cumple) que los proponentes acrediten mediante la presentación de máximo tres (3) certificaciones de contratos (una certificación por contrato) celebrados con empresas públicas y/o privadas que hayan prestado el servicio de campañas de posicionamiento y consolidación de imagen corporativa, en los últimos tres (3) años anteriores a la presentación de la oferta, por un valor igual o mayor \$9.362.827.128,24.

Las certificaciones deben contener como mínimo la siguiente información:

- 1) Nombre o razón social del contratante.
- 2) Nombre o razón social del contratista.
- 3) Objeto del contrato.
- 4) Fecha de iniciación del contrato.
- 5) Fecha de terminación del contrato.
- 6) Valor del contrato
- 7) Certificación suscrita por quien la expide
- 8) Calificación del servicio: como excelente o buena
- 9) Dirección y número telefónico del contratante.

En todo caso la Imprenta Nacional de Colombia se reserva la facultad de verificar la información contenida en las certificaciones y en general de la propuesta.

Nota: Cuando las certificaciones presentadas no contengan esta información, se requiere adjuntar copia del acta de liquidación del respectivo contrato. Si las certificaciones son de contratos que se han prorrogado en el tiempo, es necesario que quien certifique individualice un periodo determinado, por cuanto no se tendrán en cuenta aquellos contratos que se encuentren en ejecución.

No es necesario presentar las certificaciones de aquellos contratos ejecutados dentro de los tres años anteriores a la fecha de apertura de esta contratación, que haya suscrito con la Imprenta Nacional de Colombia, pero es obligatorio relacionar el número y fecha del contrato (s) para verificar internamente el cumplimiento de los mismos. Si no se relacionan en la propuesta, no podrán solicitar que sean tenidos en cuenta con posterioridad.

C. DE CARÁCTER FINANCIERO

El proponente deberá adjuntar estados financieros comparativos años 2011 y 2012 debidamente certificados, declaración de renta año 2012, con el fin de avalar los siguientes indicadores financieros:

INDICE DE LIQUIDEZ (IL)

IL= ACTIVO CORRIENTE/PASIVO CORRIENTE

EL INTERESADO DEBERA PRESENTAR UN INDICE DE LIQUIDEZ IGUAL O SUPERIOR A 1% PARA CONSORCIOS O UNIONES TEMPORALES, EL CUMPLIMIENTO DE DICHO REQUISITO SE HARA SUMANDO EL INDICE INDIVIDUAL DE CADA UNO DE SUS INTEGRANTES SEGÚN EL PORCENTAJE DE PARTICIPACION

INDICE DE ENDEUDAMIENTO (IE)

IE=PASIVO TOTAL/ ACTIVO TOTAL

EL INTERESADO DEBERA PRESENTAR UN INDICE DE ENDEUDAMIENTO IGUAL O MENOR AL 70%. PARA CONSORCIOS O UNIONES TEMPORALES, EL CUMPLIMIENTO DE DICHO REQUISITO SE HARA SUMANDO EL INDICE INDIVIDUAL DE CADA UNO DE SUS INTEGRANTES SEGÚN EL PORCENTAJE DE PARTICIPACION

CAPITAL DE TRABAJO (CT)

CT=ACTIVO CORRIENTE MENOS PASIVO CORRIENTE

EL INTERESADO DEBERA PRESENTAR UN CAPITAL DE TRABAJO IGUAL O SUPERIOR AL VALOR DEL PRESUPUESTO ASIGNADO PARA ESTA INVITACIÓN, CORRESPONDIENTE A **\$4.500.000.000,oo.**

Para consorcios o uniones temporales, el cumplimiento de dicho requisito se hará sumando el índice individual de cada uno de sus integrantes según el porcentaje de participación.

Los estados financieros deberán estar debidamente firmados y de existir diferencias de estos con la declaración de renta, se deberá adjuntar la respectiva conciliación fiscal.

D. DE CARÁCTER ECONÓMICO

El proponente debe presentar su oferta económica de conformidad con lo solicitado en el **numeral 11. (CAPITULO I)** de la presente Invitación a presentar oferta, diligenciando el **siguiente cuadro:**

ITEM	CONCEPTO	VALOR ANTES DE IVA	IVA	TOTAL OFERTA CONCEPTO 1
1	Creación, diseño y elaboración de la campaña de comunicaciones estratégicas.			

Nota 1: Los proponentes tan sólo ofertarán por el concepto No. 1, por un valor de hasta \$200.000.00.oo, sin embargo está a su cargo la ejecución y desarrollo de la totalidad de los conceptos previstos en la presente invitación, por lo cual se les adjudicará el contrato por una suma de hasta \$4.500.000.000.oo.

Nota 2: En caso de que no coincida el valor de la oferta señalado en la carta de presentación de la oferta con el indicado en los demás documentos que conforman la oferta económica, se tendrá en cuenta el relacionado en los documentos que conforman la oferta económica.

IV. CALIFICACIÓN Y ASIGNACIÓN DE PUNTAJES

Los proponentes que resulten habilitados, es decir que hayan cumplido con todos los requisitos habilitantes, serán objeto de calificación de sus ofertas, de acuerdo con los siguientes criterios técnicos:

CRITERIO DE CALIFICACIÓN	PUNTAJE
Antigüedad de la Agencia	Hasta 100 puntos
Experiencia específica	Hasta 100 puntos
Equipo de trabajo	Hasta 200 puntos
Nivel de la Facturación	Hasta 100 puntos
Oferta económica	Hasta 100 puntos
Idea creativa	Hasta 400 puntos
TOTAL	1000

1. ANTIGÜEDAD DE LA AGENCIA: MÁXIMO 100 PUNTOS

Los proponentes podrán acreditar una antigüedad a través del certificado de Cámara y Comercio. La antigüedad será contada a partir de la fecha de constitución.

- a) De 3 a 5 años. 30 puntos
- b) De 6 a 8 años. 50 puntos
- c) De 9 a 12 años. 80 puntos
- d) De 13 años en adelante. 100 puntos

2. EXPERIENCIA ESPECÍFICA: MÁXIMO 100 PUNTOS

Se calificará experiencia específica de los proponentes en el DISEÑO, CREACION, ELABORACION Y EJECUCION DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN ESTRATEGICA Y EL PLAN DE COMUNICACIONES para instituciones del sector gobierno o sector privado, que debe acreditarse mediante certificación expedida por el representante legal, indicando nombre de la entidad e identificación de la campaña, fecha de realización, descripción, entidad contratante y datos de contacto para verificación.

- a) De 1 campaña. 10 puntos
- b) De 2 campañas 20 puntos
- c) De 3 campañas 60 puntos
- d) De 4 campañas 80 puntos
- e) De 5 campañas 100 puntos

3. EQUIPO MINIMO DE TRABAJO – MÁXIMO 200 PUNTOS

El proponente tiene libertad para establecer, de acuerdo con el enfoque y organización que dé a la ejecución del contrato, el número de personas a utilizar en el desarrollo de la misma. Sin embargo, el contratista deberá garantizar durante la ejecución del contrato, por lo menos con el equipo señalado a continuación.

Para efectos del presente proceso y en caso de que el proponente quiera acceder al puntaje descrito en este numeral, deberá presentar con su propuesta las hojas de vida del equipo de trabajo, con sus respectivos soportes, a quienes se aplicará la siguiente tabla de puntajes:

CARGO	FORMA DE CALIFICACIÓN	PUNTAJE
Director de Proyecto.	A partir de siete (7) proyectos, se asignará el mayor puntaje (50 puntos) al Gerente de Desarrollo de la Estrategia que presente el mayor número de proyectos y a los demás se le asignará un puntaje directamente proporcional al de mayor Puntaje obtenido, el cual se obtendrá aplicando la siguiente fórmula: Exp. Específica = $\frac{50 \text{ (puntos)} * X \text{ Proyectos}}{\text{Mayor No. Proyectos}}$	50
Director Creativo	A partir de seis(6) proyectos, se asignará el mayor puntaje (50 puntos) al Director Creativo que presente el mayor número de proyectos y a los demás se le asignará un puntaje directamente proporcional al de mayor puntaje obtenido, el cual se obtendrá aplicando la siguiente fórmula: Exp. Específica = $\frac{50 \text{ (puntos)} * X \text{ Proyectos}}{\text{Mayor No. Proyectos}}$	50
Director de Medios	A partir de siete(7) proyectos, se asignará el mayor puntaje (50puntos) al Director de Medios que Presente el mayor número de proyectos y a los demás se le asignará un puntaje directamente proporcional al de mayor puntaje obtenido, el cual se obtendrá aplicando la siguiente fórmula: Exp. Específica = $\frac{50 \text{(puntos)} * X \text{ Proyectos}}{\text{Mayor No. Proyectos}}$	50
Ejecutivo de Cuenta	A partir de cinco(5) proyectos se asignará el mayor puntaje (20 puntos) al Ejecutivo de Cuenta que presente el mayor número de proyectos y a los demás se le asignará un puntaje directamente proporcional al de mayor puntaje obtenido, el cual se obtendrá aplicando la siguiente fórmula: Exp. Específica = $\frac{20 \text{ (puntos)} * X \text{ Proyectos}}{\text{Mayor No. Proyectos}}$	20
Experto en producción	A partir de seis(6) proyectos, se asignará el mayor puntaje (20 puntos) al Productor que presente el mayor número de proyectos y a los demás se le asignará un puntaje directamente proporcional al de mayor puntaje obtenido, el cual se obtendrá aplicando la siguiente fórmula: Exp. Específica = $\frac{20 \text{(puntos)} * X \text{ Proyectos}}{\text{Mayor No. Proyectos}}$	20

Analista de Medios o Periodista	A partir de seis(6) proyectos, se asignará el mayor puntaje (10 puntos) al Analista de Medios o periodista que presente el mayor número de proyectos y a los demás se le asignará un puntaje directamente proporcional al de mayor puntaje obtenido, el cual se obtendrá aplicándola siguiente fórmula: Exp. Específica = $\frac{10 \text{ (puntos)} * X \text{ Proyectos}}{\text{Mayor No. Proyectos}}$	10
--	---	----

4. NIVEL DE FACTURACIÓN – MÁXIMO 100 PUNTOS

Los proponentes podrán acreditar su facturación correspondiente al año 2012 a través de la presentación de sus estados financieros, con lo cual obtendrán un máximo de 100 puntos, así:

- a) De 4.000 a 8.000 millones. 20 puntos
- b) De 8.001 a 12.000 millones. 40 puntos
- c) De 12.001 a 16.000 millones. 70 puntos
- d) De 16.001 a 20.000 millones. 90 puntos
- e) De 20.001 en adelante. 100 puntos

Para consorcios o uniones temporales, el cumplimiento de éste requisito se hará sumando la facturación individual de cada uno de sus integrantes, según el porcentaje de participación.

5. EVALUACIÓN DE LA OFERTA ECONÓMICA – MÁXIMO 100 PUNTOS

Cada proponente deberá presentar su propuesta económica como requisito habilitante, de conformidad con lo establecido en el numeral 11 del Capítulo I.

Esta propuesta debe presentarse hasta por un valor de **DOSCIENTOS MILLONES DE PESOS (\$200.000.000,00) M/Cte.**, el cual corresponde a la *creación y diseño de la campaña de comunicaciones estratégicas de la Policía Nacional de Colombia*, en los términos descritos más adelante como concepto **No. 1**.

Una vez se verifique que el proponente está habilitado, se procederá a efectuar la calificación de su propuesta económica.

El proponente habilitado que presente la propuesta económica por menor valor obtendrá el máximo puntaje establecido para este criterio. Los demás proponentes habilitados serán calificados por una regla de tres.

6. IDEA CREATIVA - MÁXIMO 400 PUNTOS

Este factor de calificación se evaluará por un jurado conformado la Imprenta Nacional de Colombia. Para tal efecto el proponente deberá presentar con su propuesta las ideas creativas debidamente sustentadas estratégicamente, expresadas en bocetos y guiones audiovisuales tipo “animatic”, **no finalizados**, en medios digitales que permitan su revisión en medios electrónicos.

Para cada medio (radio, televisión, medios impresos y medios interactivos), deberá presentarse una (1) pieza (la más representativa) del concepto de campaña.

ANEXO 1 PACTO DE INTEGRIDAD

REF. INVITACIÓN A PRESENTAR OFERTA No. 0XX/2013.

Yo, _____ identificado como aparece al pie de mi firma, ante la opinión pública nacional, obrando en nombre propio y en representación de (Nombre del Proponente), y de todos sus empleados y asesores que directa, indirecta, formal o accidentalmente, colaboren en la presente invitación en la cual hemos decidido participar, manifiesto que hemos convenido en suscribir el presente Pacto de Integridad con LA IMPRENTA NACIONAL DE COLOMBIA Empresa Industrial y Comercial del estado, el cual se encuentra sujeto al desarrollo de su función administrativa a los principios constitucionales de buena fe, moralidad, responsabilidad y transparencia, entre otros, de acuerdo a lo ordenado por los artículos 209 de la Constitución Política, y 2, 3 y 39 de la ley 489 de 1998.

El presente Pacto de Integridad tiene como objetivo principal garantizar de nuestra parte la transparencia y la moralidad dentro del presente proceso, el cual entendemos y aceptamos en todos sus términos, los cuales se expresan a continuación:

Sin perjuicio del cumplimiento que es debido a la ley colombiana, el presente Pacto de Integridad se fundamenta en el compromiso de no soborno que así adquirimos con el fin de obtener o retener un contrato u otra ventaja impropia, incluyendo la colusión con otros con el fin de limitar la competencia para este contrato.

Lo anterior incluye cualquier tipo de pagos, dádivas u otros favores ofrecidos o concedidos, de manera directa o a través de terceros, a funcionarios o asesores de la IMPRENTA NACIONAL DE COLOMBIA, con el fin de:

- I. Pretender diseñar el proyecto o partes de éste de una manera que ofrezca ventajas a uno o varios participantes.
- II. Dar ventaja indebida a cualquiera de los participantes en la evaluación y elección de los mismos para la selección del contrato.
- III. Ganar la selección del contrato.
- IV. Lograr cambios sustanciales en el contrato ajustando las especificaciones, los plazos, o cualquier otro componente importante del mismo.
- V. Lograr que sean aprobados por los servidores públicos de la IMPRENTA NACIONAL DE COLOMBIA o funcionarios a su servicio o asesores de éste o por el interventor del Contrato (o por su personal) resultados por debajo de los parámetros propuestos y pactados con la IMPRENTA NACIONAL DE COLOMBIA
- VI. Abstenerse de monitorear apropiadamente la correcta ejecución del objeto del contrato, de informar sobre violaciones de especificaciones del contrato u otras formas de incumplimiento, o de hacer plenamente responsable al contratista de sus obligaciones legales.

VII. Evadir impuestos, derechos, licencias, o cualquier otra obligación legal que se debería satisfacer, derivados de la presente invitación.

VIII. Inducir a un servidor público o cualquier funcionario o asesor al servicio de la IMPRENTA NACIONAL DE COLOMBIA a quebrantar sus deberes de cualquier otra manera.

Dentro de este marco, convenimos en adquirir los siguientes compromisos, en un todo de acuerdo con la ley colombiana, para con LA IMPRENTA NACIONAL DE COLOMBIA:

1. Asignamos la mayor importancia a la presentación de nuestra cotización en un entorno libre, imparcial, competitivo y no sujeto a abuso. Consecuentemente nos complace confirmar que: no hemos ofrecido o concedido, ni hemos intentado ofrecer o conceder, y no ofreceremos ni concederemos, directa ni indirectamente mediante agentes o terceros, ninguna inducción o recompensa impropias a ningún servidor, funcionario, o asesor de la IMPRENTA NACIONAL DE COLOMBIA sus parientes o socios de negocios, con el fin de obtener o retener el contrato que se llegue a suscribir como resultado de la presente invitación si así lo decidiera LA IMPRENTA NACIONAL DE COLOMBIA u otra ventaja impropia; no he coludido y no coludiré con otros con el fin de limitar indebidamente la competencia para este contrato. Comprendemos la importancia material de estos compromisos para la IMPRENTA NACIONAL DE COLOMBIA y la seriedad de los mismos.

2. Hemos desarrollado y desarrollaremos nuestras actividades en el marco de principios éticos de comportamiento, y nos comprometemos a tomar las medidas necesarias con el fin de acatar este compromiso de No Soborno por todos nuestros empleados y asesores, así como por todos los terceros que trabajan con nosotros en este proyecto, incluyendo agentes, consultores y subcontratistas.

3. Este compromiso se presenta en nombre de todas y cada una de las personas que conforman mi representada o que tienen que ver conmigo.

4. Nos comprometemos, con respecto a la presentación de mi cotización, a estructurarla seriamente, con información verdadera y fidedigna, y con una cotización económica ajustada a la realidad, que asegure la posibilidad de cumplir con el objeto de la presente invitación en las condiciones de calidad y oportunidad exigidas en la INVITACION A PRESENTAR OFERTA.

5. Con respecto a los pagos relacionados con el negocio, me comprometo a que:

- i. Los pagos a agentes y otros terceros estarán limitados a una compensación razonable por servicios claramente asociados al negocio.
- ii. En el caso de presentarse una queja sobre incumplimiento de los compromisos de no soborno adquiridos en este Pacto y existir serios indicios sobre dicho incumplimiento, calificados para tal efecto por LA IMPRENTA NACIONAL DE COLOMBIA, pondremos a su disposición toda la información sobre pagos efectuados a terceros relacionados con la preparación de la cotización y/o con el contrato y sobre beneficiarios de los mismos, y toda la documentación relacionada con el contrato.
- iii. Al finalizar la ejecución del contrato que llegara a celebrar LA IMPRENTA NACIONAL DE COLOMBIA con nosotros, certificaré formalmente que no he pagado sobornos u otras comisiones ilícitas con el fin de obtener o retener este contrato. En el estado final de cuentas incluiré breves

detalles de los bienes y servicios suministrados que sean suficientes para establecer la legitimidad de los pagos efectuados.

6. Si incumplo mi compromiso de no soborno se podrán generar, además de los consecuencias y acciones contempladas en la legislación colombiana, los siguientes efectos jurídicos, los cuales acepto de antemano:
- i. La exclusión del proceso de selección de la presente invitación sin que haya lugar a la devolución alguna de los costos pagados para presentar la cotización del presente proceso.
 - ii. La revocatoria de la selección si ella se hubiere ya comunicado.
 - iii. La nulidad absoluta del contrato con fundamento en que el mismo adolece de una causa ilícita.
 - iv. La terminación del contrato por acuerdo entre las partes, o su terminación por imposibilidad en la continuación de su ejecución conforme a la ley y a la Constitución Política.
 - v. La imposibilidad de participar en cualquier contratación que adelante la IMPRENTA NACIONAL DE COLOMBIA en un periodo de cinco (5) años.

El efecto jurídico señalado en los subnumerales ii) a iv) de este numeral será aplicable solamente al participante seleccionado. Los efectos jurídicos previstos en los subnumerales i) y v) se aplicarán a cualquiera de los participantes.

7. Declaro públicamente que conozco y acepto las reglas del juego establecidas en los documentos de la presente Invitación, en términos de su transparencia.
8. Acepto que durante la evaluación de las cotizaciones prime el criterio de respetar los aspectos de fondo por encima de los de forma, buscando siempre favorecer la libre competencia y la participación del mayor número posible de cotizaciones dentro de la invitación.
9. El Gobierno Nacional ha establecido el Programa Presidencial de Lucha Contra la Corrupción con la facultad de servir de canal para la tramitación de cualquier investigación sobre cualquier forma de extorsión o soborno en la contratación que adelantan las entidades públicas. Por lo tanto, me comprometo a denunciar ante este Programa o ante otra autoridad competente cualquier información sobre manejos irregulares sobre los que tengan conocimiento en lo referente a esta invitación.

Para constancia, se firma el presente documento a los () días del mes de _____ del año 2012.

(Firma) _____

Nombre y apellidos:

C.C. No.:

Representante Legal de:

ANEXO 2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

PRIMERA FASE: El contratista deberá realizar la primera fase de la campaña de la Policía Nacional de Colombia para el año 2013, la cual consiste en el planteamiento de la estrategia y la presentación del plan de medios de la campaña, a más tardar el 10 de septiembre de 2013.

Las especificaciones técnicas son las siguientes:

CONCEPTO	ENTREGABLE	PLAZO ESTIMADO DE ENTREGA
Creación diseño y elaboración de la campaña de comunicaciones estratégicas y plan de comunicaciones estratégicas, para la Policía Nacional y las direcciones de Tránsito y Transporte e Incorporación, para el año 2013.	El oferente deberá entregar un (1) tomo ilustrado impreso a 4 x 4 tintas, cuyo contenido describa de manera detallada la idea creativa y plan de medios de la campaña propuesta para la vigencia 2013, tomando como base las actividades relacionadas en el cronograma de eventos que impactan el servicio de Policía, el cual deberá ser revisado y aprobado por el supervisor del contrato.	31 de agosto de 2013.
Creación, realización y producción de ocho (08) mensajes institucionales para TV, con enfoque en el sostenimiento de la campaña todos con el mismo corazón.	El oferente deberá entregar la preproducción, producción y postproducción de 8 (ocho) mensajes institucionales en formato full HD, grabados en locaciones externas, con sus respectivas versiones: larga (1 minuto), corta (30 segundos), en formato DVD y formato betacam. El story board para la elaboración de los 8 (ocho) mensajes, están sujetos a la autorización del supervisor del contrato.	Según Plan de trabajo
Creación, realización y producción de (08) cuñas radiales, con enfoque para el sostenimiento de la campaña todos con el mismo corazón, con jingles.	El oferente deberá entregar el libreto descriptivo y los audios de las cuñas radiales en CD en alta definición, con sus respectivas versiones: larga (1 minuto), corta (30 segundos). El libreto para la elaboración de los 8 (ocho) mensajes, están sujetos a la autorización del supervisor del contrato.	Según Plan de trabajo
Creación del arte de doce (12) impresos enfocados en la campaña sostenimiento todos con el mismo corazón.	El oferente deberá entregar el arte de cada uno de los impresos en programas editables de diseño (corel draw, publisher, indesing, ilustrator, entre otros), para su reproducción en material litográfico, en DVD con los archivos fuentes, tomando como base las actividades relacionadas en el cronograma de eventos que impactan el servicio de Policía, el cual deberá ser revisado y aprobado por el supervisor del contrato.	Según Plan de trabajo
Estrategia digital en internet y redes	El oferente deberá hacer entrega de las siguientes productos:	Según Plan de trabajo

sociales.	<p>Reporte gráfico mensual de los resultados y contenidos construidos en pro de la imagen institucional visualizados en las redes sociales y pagina web.</p> <p>Deberá entregar la arquitectura o árbol de navegación de la página web Institucional.</p> <p>Creación de micrositiros virtuales, según las necesidades propias requeridas por la Institución, los cuales serán solicitados por el supervisor del contrato.</p> <p>De acuerdo a las necesidades planteadas por el supervisor del contrato, referente a la pauta en medios digitales el oferente deberá hacer la propuesta del calendario definido para pautar, indicando la cantidad de emisiones de publicidad institucional virtual, relacionando la intensidad de pauta y sitios web de mayor impacto.</p> <p>Entregará un informe detallado de posicionamiento digital a través del aplicativo “Seo Sen”.</p> <p>Los productos anteriores deberán ser entregados y aprobados por el supervisor del contrato.</p>	
Medios ATL canales regionales, nacionales e internacionales	<p>De acuerdo a las necesidades planteadas por el supervisor del contrato, referente a la pauta en medios ATL el oferente deberá hacer la propuesta del calendario definido para pautar, indicando la cantidad de emisiones de los comerciales, cuñas radiales y micro reportajes para cine, relacionando la intensidad de pauta, canal, y franja horaria de transmisión de las piezas audiovisuales, en los medios de mayor cobertura a nivel Regional, Nacional, e Internacional; en el caso de las salas de cine indicar la ubicación de la sala, días de emisión y número de semanas a pautar.</p> <p>Una vez aprobada por el supervisor del contrato el oferente procederá a su difusión</p>	Según Plan de trabajo
Publicidad exterior	<p>El oferente deberá elaborar la propuesta de publicidad masiva institucional en medios de comunicación externos (vallas, paraderos de transporte, publimedios en centros comerciales, etc), indicando la ubicación, cantidades y tiempo de exposición de la publicidad.</p> <p>Una vez aprobada por el supervisor del contrato el oferente procederá a su difusión.</p>	Según Plan de trabajo

SEGUNDA FASE: El oferente deberá realizar las siguientes actividades, dando cumplimiento en su totalidad máximo el 30 de septiembre de 2013.

CONCEPTO	ENTREGABLE	PLAZO ESTIMADO DE ENTREGA
Producción de ocho (8) banner para el sostenimiento de la campaña “Todos con el mismo corazón”.	El oferente deberá entregar el arte de cada uno de los impresos en programas editables de diseño (corel draw, publisher, indesing, ilustrator, entre otros), para su reproducción en material litográfico, en DVD con los archivos fuentes, tomando como base las actividades relacionadas en el cronograma de eventos que impactan el servicio de Policía, el cual deberá ser revisado y aprobado por el supervisor del contrato.	Según Plan de trabajo
Producción de dos (2) videos	El oferente deberá entregar la preproducción, producción y postproducción de 2 videos institucionales en formato full HD, grabados en locaciones	Según Plan de trabajo

institucionales.	externas, con sus respectivas versiones: larga tres (3) minutos, en formato DVD y formato betacam. El story board para la elaboración de los 2 (dos) mensajes, están sujetos a la autorización del supervisor del contrato.	
Derechos modelos impresos (P.O.P.) con vigencia no menor a un (1) año Derechos casting Derechos de musicalización de piezas audiovisuales Diseño y diagramación	El oferente deberá entregar un acta de cesión de derechos descritos al supervisor del contrato, para uso y propiedad de la Policía Nacional.	Según Plan de trabajo
Producción videos para cine HD	El oferente deberá entregar tres (3) videos formato cine de 30” de duración en formato HD “Alta Definición”, para emisión en salas de cine a nivel país, de los mensajes autorizados previa reunión y coordinación con el supervisor del contrato.	Según Plan de trabajo

TERCERA FASE: El oferente deberá realizar las siguientes actividades dando cumplimiento máximo 30 de noviembre de 2013.

CONCEPTO	ENTREGABLE	PLAZO ESTIMADO DE ENTREGA
Análisis estratégicos de medios	El oferente deberá realizar un análisis de monitoreo de medios tradicionales, redes sociales, análisis e inteligencia de medios y redes sociales e inteligencia de líderes de opinión; de los cuales se deberán entregar los siguientes productos: <ul style="list-style-type: none"> • Creación de base de datos para consulta y reporte gráficos en línea de la información que se publique en los medios de comunicación. 	Según Plan de trabajo
Análisis estratégicos de medios	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de una sala de situación virtual con el resumen grafico de las agencias nacionales y de agencias de noticias más importantes. • Producción de los reportes tácticos semanales sobre los comportamientos de información agregada disponible y agenda de medios. • Producción de reportes ejecutivos quincenales sobre temas de interés institucional en medios. Producción de un estudio en profundidad mensual con recomendaciones estratégicas que posibiliten identificar riesgos de reputación y oportunidades.	Según Plan de trabajo

Para el desarrollo de las actividades antes referidas, el contratista deberá ejecutar las siguientes obligaciones.

OBLIGACIONES

1. Presentar un Plan de Trabajo (cronograma) que describa paso a paso la ejecución de la propuesta conceptual. La presentación de la propuesta conceptual y del plan de trabajo, deberá realizarse dentro de los cinco (5) días calendario, siguientes a la fecha de suscripción del contrato, en medio impreso y archivo magnético y el mismo será aprobado en un (1) día hábil siguiente a su presentación, previa la realización de los ajustes propuestos.

2. Las actividades a ejecutarse indicadas en el plan de trabajo deben incluir para cada uno de los conceptos y fases de la campaña descritas en la presente invitación, esto es , diseño de piezas y herramientas de comunicación, cronograma de emisión en medios, franjas, programas, intensidad, períodos de divulgación, páginas, formatos de pauta en Internet, medios alternativos, anexando copia de las tarifas vigentes sobre las cuales se aplicarán los descuentos logrados.
3. Elaborar y presentar la propuesta conceptual para la campaña de la Policía Nacional de Colombia, objeto de la presente invitación.
4. Realizar la propuesta del calendario definido para pautar, indicando la cantidad de emisiones de publicidad institucional virtual, relacionando la intensidad de pauta y sitios web de mayor impacto
5. Elaborar, presentar y ejecutar todas las actividades descritas en las especificaciones técnicas.
6. Negociar directamente con los proveedores los descuentos que por cantidad se puedan presentar durante la ejecución, previa aprobación del Comité de Campaña, de acuerdo con las políticas y objetivos establecidos en éstas y así maximizar la inversión de recursos designado para la presente contratación.
7. Trasladar a la Imprenta Nacional de Colombia la totalidad de los descuentos y bonificaciones, derivados de las negociaciones con los Proveedores de bienes y servicios, presentando previamente los documentos definitivos de negociación a suscribirse con los mismos para la correspondiente aprobación del Comité de Campaña. De otro lado, bienes o servicios diferentes o similares a los presentados en la oferta inicial serán aprobados por el Comité de Campaña, previa aprobación de la cotización presentada por el contratista, cuyos precios deberán estar acordes con los precios del mercado.
8. Responder por la programación y el pago directo y oportuno a los proveedores apalancando con recursos de su operación adecuadamente las negociaciones pactadas.
9. Garantizar un óptimo plan de divulgación con toda la información en valores netos o como la Imprenta Nacional de Colombia lo solicite a través del Comité de Campaña, de acuerdo con los objetivos previamente establecidos.
10. Entregar, de acuerdo con los planes de medios propuestos y el plan de divulgación, los mensajes a cada emisora según el formato que requiera y las artes de los avisos de prensa escrita y o masivo, videos etc. en el formato que requiera cada uno de los medios. El contratista deberá asumir los costos de píccolos o CD, y demás que cada emisora o medio audiovisual requerido, incluidos los costos de gestión que se requieran.
11. Presentar a la Imprenta Nacional de Colombia informes detallados de avance mensual del desarrollo del contrato que reporten las actividades ejecutadas, con un programa de chequeo y control de divulgación ordenada con pruebas de emisión, del manejo de la divulgación en medios masivos y alternativos que indique el movimiento de las órdenes aprobadas, fecha, beneficiario y saldo disponible y al final un informe General para cierre del contrato en el cual se evalúe el cumplimiento de los objetivos de comunicación.
12. Semanalmente entregar un chequeo de pautas de la Campaña de la Policía Nacional de Colombia, para televisión, radio o cualquier otro medio.
13. Entregar una proyección de los recursos del contrato a ejecutar mensualmente y de su saldo disponible, para establecer la oportunidad y suficiencia de los mismos, así mismo de lo ejecutado debidamente soportado que indique el movimiento de las órdenes o contratos aprobados, fecha, beneficiario y saldo disponible. Igualmente a la finalización del plazo del contrato entregar un informe de la ejecución final del mismo.
14. Desarrollar mediciones de alcance y frecuencia de los mensajes publicitarios emitidos por parte de los proveedores y presentar el informe correspondiente cada mes de ejecución del contrato si fuere pertinente y a la culminación, de las regiones, ciudades o municipios en que las Agencias de Medición tengan cobertura.

15. Controlar las publicaciones de la pauta ordenada a cada proveedor y presentar informe escrito del resultado de la publicación a la Imprenta una vez que éste lo solicite.
16. Entregar con cada cuenta de cobro los soportes de las publicaciones y/o de la pauta de acuerdo con los requerimientos de cada proceso, de la siguiente manera:
 - a) Publicidad radial, televisiva y otras: una certificación del Proveedor, adjuntando sí es del caso la evidencia gráfica que acredite la inversión hecha.
 - b) Publicación en prensa y revistas: un ejemplar por cada publicación Versión digital.
 - c) Adicionales. Informe descriptivo.
17. Responder por la adecuada planificación que le permita desarrollar el objeto del contrato con la oportunidad, cubrimiento, eficacia y calidad requeridos.
18. Responder por la calidad del servicio del personal utilizado y por la calidad de los equipos, y en general por todos los servicios y los medios que se destinen para la realización y ejecución del contrato.
19. Mantener durante la ejecución del contrato hasta su finalización el personal del equipo ofrecido con la oferta. Cualquier cambio, debe ser previamente aprobado por el Supervisor del contrato por parte de la Imprenta y el nuevo personal deberá tener el perfil igual o superior al exigido en e pliego de condiciones, reservándose el derecho a su no aprobación.
20. Coordinar el desarrollo de la estrategia conceptual y creativa.
21. Realizar el diseño y ejecución de una campaña de comunicación, en cumplimiento de los objetivos propuestos, la cual se concreta en la conceptualización de estrategias de comunicación, desarrollo creativo, producción de artes finales, libretos, producción de mensajes audiovisuales, sonoros, gráficos de las piezas o actividades necesarias para la implementación de las campañas institucionales en los diferentes medios propuestos tradicionales y alternativos, y pauta en los medios de comunicación que se consideren necesarios.
22. Ofrecer de manera explícita que las estrategias guarden relación con la identidad y unidad de campaña de la Policía Nacional de Colombia , de acuerdo al brief de campaña contemplado para tal fin. (Anexo 4).
23. Asegurar y garantizar que la implementación de las estrategias sean medibles y eficientes frente a los objetivos que se propongan.
24. Proveer al Comité de Campaña, al inicio y culminación de cada fase, de reportes escritos correspondientes al comportamiento y consumo de medios por parte del consumidor, de manera actualizada, mediante herramientas de medición cuantitativa.
25. Elaborar una justificación de la estrategia de medios dentro del plazo establecido por el supervisor, soportada en los estudios especializados en los medios masivos de comunicación propuestos y ser avaladas a través del Comité de Campaña.
26. 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 de la Policía Nacional de Colombia, al igual que la propiedad de los bienes, libros, equipos o elementos adquiridos para el desarrollo del objeto del contrato con los recursos del contrato. Por lo tanto, la Policía podrá en un futuro utilizar dichos bienes y productos en otros programas que adelante.
27. Prestar sus servicios de apoyo en forma permanente e integral a la Imprenta Nacional de Colombia en la generación y posicionamiento de la Policía Nacional de Colombia, durante el plazo de ejecución del contrato que se derive de la presente invitación.

28. Colaborar con la Imprenta Nacional de Colombia para que el objeto contratado se cumpla y garantizar que este sea de la mejor calidad.
29. Los contratos que el contratista celebre con proveedores para el desarrollo del objeto del presente proceso, deberán ser ejecutados antes del 30 de noviembre de 2013.
30. Abstenerse de divulgar la información que pueda llegar a conocer con ocasión de la ejecución de este convenio, a personal no autorizado por la Imprenta Nacional de Colombia y la Policía Nacional de Colombia.
31. Presentar por lo menos dos (2) cotizaciones para soportar el presupuesto designado para la ejecución de cada uno de los elementos y servicios de los conceptos 2, 3 y 4 de la campaña. Dichas cotizaciones podrán ser confrontadas con una que será tramitada por la Imprenta y la definitiva será la aprobada por el Comité de Campaña. En todo caso siempre se respetará como tope superior a la suma total de las ejecuciones, el valor del contrato.
32. Las demás obligaciones que sean del carácter de la prestación de los servicios contratados como resultado de la presente licitación y de relación directa con el objeto.

ANEXO 3

MODELO DE CERTIFICACIÓN DE EXPERIENCIA

La empresa _____ identificada con el N.I.T. No. _____
certifica que ha celebrado el siguiente contrato con la firma _____ identificada con el
N.I.T. _____ así:

CONTRATO No.	
VALOR TOTAL	
OBJETO DEL CONTRATO	
FECHA DE INICIACIÓN	
FECHA DE TERMINACIÓN	
CONCEPTO DE LOS BIENES O SERVICIOS SUMINISTRADOS (BUENO, REGULAR, MALO O SIMILARES)	

Se expide a solicitud del interesado a los _____ días del mes de _____ del año _____

FIRMA DE QUIEN EXPIDE _____

NOMBRE _____

TELEFONO _____

ANEXO No. 4

Instructivo Publicitario (Brief)

La comunicación es un rasgo fundamental de la actividad de las instituciones públicas, necesaria para que las administraciones lleven a cabo de forma adecuada, las funciones que tienen encomendadas en defensa de los intereses generales y que contribuye decisivamente a la toma de conciencia por parte de la ciudadanía, respecto a la eficacia de las mismas. La publicidad Institucional es un elemento de la comunicación, que sirve para divulgar un mensaje o para transmitir y/o comunicar una imagen institucional, intercambiando y compartiendo información de utilidad con la ciudadanía, la cual debe estar aprobada dentro de la estrategia comunicacional de la Policía Nacional.

La Policía Nacional como entidad estatal ha realizado la campaña “Policía Nacional de los colombianos, todos con el mismo corazón”, cuyo principal objetivo en principio fue enseñar una institución humana y cercana a la ciudadanía a través de una campaña masiva que muestra la labor de los policías en todos los rincones del país, la cual fue planeada para desarrollarse en las siguientes fases:

Fases estratégicas

- Fase de lanzamiento. 2007
- Fase de sostenimiento. 2009-2013
- Fase táctica. 2008-2013

Fase de lanzamiento

Se desarrolló una campaña en medios audiovisuales que se compuso de una pieza inicial para saludar a los colombianos y ciudadanos del mundo y en la cual se resaltó el hecho de que todos los colombianos, policías y civiles tenemos un corazón grande y amoroso y que esa condición nos iguala. Esa primera pieza tuvo como cierre una imagen gráfica y dramática muy fuerte acompañada de música original de tono emocional y optimista compuesta para este fin y que incluyó el lema:

“Policía Nacional de los colombianos todos con el mismo corazón”.

Esta campaña institucional estuvo acompañada de una propuesta gráfica para la elaboración de impresos cuyo diseño y redacción se desprendió del mismo concepto del comercial “Colombianos todos con un mismo corazón” la cual enseñó a un Policía con su corazón luminoso y acompañado de un grupo de ciudadanos de corte familiar que llevaban igualmente el corazón luminoso; el mismo texto del comercial para generar unidad de campaña.

Igualmente, se elaboraron cuñas de radio cortas con el saludo y el slogan mencionado anteriormente.

Fase de sostenimiento

Después de pautar las piezas antes mencionadas durante el período de lanzamiento e introducción del concepto, se elaboraron cuatro (4) comerciales de televisión, los cuales retrataron al policía como padre de familia, hermano o hijo en sus labores cotidianas, resaltó su naturaleza humana generosa y amorosa. Se pensaron que debían ser al menos cuatro, para tener oportunidad de retratar a los policías de diferentes regiones representativas de nuestro país.

Fase táctica

Durante este tiempo se desarrollaron varias piezas tácticas con mensajes sobre temas puntuales de tolerancia, respeto por la vida, corrupción, etc.

A finales del 2011, se aprobó la evolución del lema de campaña a “Usted y su Policía, todos con el mismo corazón”, con el fin de consolidar el efecto la campaña de los años anteriores y aumentar la identificación y cercanía de la ciudadanía con su Policía.

La campaña ha mostrado una Policía más humana, profesional y efectiva; durante el año 2012 se continuó la consolidación de la campaña como estrategia “sombrija”, debajo de la cual se adelantaron varias piezas publicitarias, tales como Plan Nacional de Vigilancia Comunitaria por Cuadrantes, campaña de prevención de la accidentalidad de la Dirección de Tránsito y Transporte, campaña de incorporación, plan “Corazón Verde” y otras iniciativas relacionadas con las acciones que permite consolidar y soportar la seguridad y convivencia ciudadana.

Como herramienta de medición de la efectividad de la campaña, se ha venido utilizando los resultados de las encuestas de percepción adelantadas por la firma Gallup en Colombia y la encuesta Bogotá como vamos de la Cámara de Comercio de Bogotá. Los resultados favorables son evidentes y se demuestran en el aumento de confianza en la Institución y sus planes de seguridad ciudadana, por ejemplo la encuesta “Bogotá como vamos” (anexa), indica que recientemente la confianza ciudadana en la Policía y su percepción de seguridad aumentaron en un treinta y un por ciento (31%) con respecto a mediciones anteriores; igualmente en términos generales, anualizados, se ha venido notando una constante mejoría de percepción de seguridad a nivel nacional, reflejado en los índices presentados por las encuestas Gallup.

Basados en los resultados obtenidos y siendo coherentes con la permanencia de un mensaje unificado, se ha proyectado la continuidad de la campaña con el lema actualizado, para que a partir del 2013 aumente la confianza ciudadana, mejorando los protocolos para proyectar una Policía con una imagen más “humana” pasando de un enfoque racional a lo emocional, desde una óptica de comunicación interna y externa con un plan de comunicaciones (acciones donde se integran las áreas del sistema de comunicaciones estratégicas, con el propósito de fortalecer el proceso de comunicación pública mediante la visibilización de la gestión institucional que permita mejor percepción de la labor de la Policía Nacional y de esta manera genera aportes sustanciales al cumplimiento de la misión y visión institucional), para generar contenidos en medios de comunicación tendientes a cambiar la percepción del Policía y de la ciudadanía dando valor agregado al posicionamiento de nuestra imagen.

Con la evolución y dinamización de los medios de comunicación social, se ha podido evidenciar que estos generan cambios de la percepción de la comunidad frente a las instituciones, es por ello, que la Policía Nacional requiere medir permanentemente la estrategia “Campaña Policía Nacional de los colombianos, todos con el mismo corazón” a través de un análisis estratégico de medios, y como esta influye para el posicionamiento y consolidación de la Institución, para ello se requiere procesar y sistematizar la información pública divulgada en medios nacionales y agencias internacionales de noticias, que le permita a la Institución emitir reportes analíticos, sobre el comportamiento de la información las fuentes y la agenda mediática, logrando con ello apoyar y perfeccionar el proceso de toma de decisiones de la Policía Nacional en materia de comunicación e información pública.

Por tal razón, se ha definido como parte fundamental de la campaña, el análisis de inteligencia de medios, como un mecanismo para estrechar y mejorar los vínculos con la ciudadanía y tener un comportamiento abierto y profesional de cara a los medios de comunicación, entregando herramientas comunicacionales al proceso de Comunicación Pública, con el fin de realizar asesoramiento a los voceros de la Institución, en aras de conocer el impacto de la seguridad ciudadana en su entorno a sus características y patrones de la opinión, los mensajes y

como se refieren otros líderes sobre el tema, para que los voceros institucionales participen y logren un desempeño en la conversación ciudadana alrededor de los temas que afectan la efectividad de la campaña.

Teniendo en cuenta que en la actualidad las redes sociales y los portales web, son el medio de comunicación con tendencia creciente al uso por la comunidad, estos deben aprovecharse para generar canales de información y difusión más confiables y cotidianos, es por esto que en la presente vigencia se desarrollará una estrategia en internet y redes sociales para hacer más visible a la Institución y generar otros espacios de relacionamiento que le permita resolver a la Policía Nacional expectativas y necesidades a la ciudadanía sobre la seguridad y convivencia ciudadana.

La página web es uno de los canales digitales más importantes de la Policía Nacional y dentro de la estrategia se ha presupuestado su fortalecimiento en torno a su diseño, contenido, oportunidad y variedad de la información, así como la dinamización de la misma.

Con el desarrollo de la estrategia digital se busca derribar las barreras existentes, para generar cercanía entre la Policía Nacional, sus integrantes y la ciudadanía, afianzando la confianza y credibilidad por parte de la sociedad en la Institución.

En este sentido la Policía Nacional, requiere materializar y soportar un plan estratégico de comunicaciones, a través de una campaña de impacto audiovisual, visual, radial, e impresa, que la interprete a través de la creación, el diseño, preproducción, producción, difusión y la evolución de piezas comunicativas de alta calidad, con el fin de lograr una apropiación hacia la identidad institucional que consolide la confianza y credibilidad de la Policía Nacional, para consolidar la convivencia y seguridad ciudadana.

Para ver las piezas ejecutadas en años anteriores visite:

http://www.policia.gov.co/portal/page/portal/HOME/home_html5

<http://www.youtube.com/policiadecolombia>

ANEXO No. 5
MODELO DE LA CARTA DE PRESENTACION DE LA PROPUESTA

Bogotá, D.C.,

Señores

IMPRENTA NACIONAL DE COLOMBIA

Ciudad

Ref. INVITACIÓN A PRESENTAR OFERTA No. 000/2013.

Obrando en nombre propio (o en calidad de representante legal de una persona jurídica, de un CONSORCIO o de una UNIÓN TEMPORAL), presento oferta para la Invitación de la referencia, conforme se detalla a continuación:

(HAGA UN RESUMEN DE SU OFERTA)

Dejo constancia de lo siguiente:

Conozco las especificaciones técnicas y garantizo que mi oferta cumple con la totalidad de requisitos exigidos en esta invitación.

Conozco las normas legales vigentes sobre contratación con entidades públicas y no estoy incurso en alguna casual de inhabilidad o incompatibilidad para contratar con el Estado.

El valor total de la propuesta asciende a \$_____, Mda. Cte., incluidos todos los costos directos e indirectos y el I.V.A. sobre la utilidad.

Incluyo los siguientes anexos a la propuesta **(ENUMERARLOS Y DETALLARLOS)**:

Dirección donde recibimos notificaciones:

Dirección _____ teléfono _____ correo electrónico _____

Persona designada para atender a la IMPRENTA _____.

Manifiesto bajo la gravedad del juramento la veracidad de esta información y declaro no estar incurso en alguna inhabilidad o incompatibilidad para contratar con el Estado ni tampoco la persona a la cual represento.

Atentamente,

NOMBRE Y FIRMA

C.C. No.

NO SERÁN OBJETO DE EVALUACIÓN LAS OFERTAS QUE NO ADJUNTEN LOS DOCUMENTOS EXIGIDOS EN LA PRESENTE INVITACIÓN A PRESENTAR OFERTA, NECESARIOS PARA LA COMPARACIÓN OBJETIVA DE LAS OFERTAS O SUPEREN EL VALOR DEL PRESUPUESTO ASIGNADO.

En Bogotá, D. C., se publica la presente Invitación a Presentar oferta definitiva el día veinte (20) de agosto de 2013