

TÉRMINOS DE REFERENCIA PARA CONVOCATORIA CAMPAÑA COMUNICACIÓN MASIVA

Proyecto: “Apoyo a la divulgación y apropiación del Informe Final y del legado de la Comisión de la Verdad”.

Partida No. Presupuestal No. 5.8.2. denominada: Elaboración e implementación de campañas de comunicación masiva nacional y territorial para la divulgación del Informe Final en medios de comunicación, también de la mano con aliados (Tv, radio comercial, plataformas, otros).

Fecha Apertura: 21 de junio de 2022

1.	CONTEXTO.
<p>La Comisión de la Verdad fue creada como parte del Sistema Integral para la Paz tras el Acuerdo Final firmado en 2016. Contaba originalmente con un periodo de mandato de tres años, por lo que planificó sus procesos de recolección de testimonios, investigación y diálogos públicos para ser desarrollados hasta julio de 2021, y así entregar su Informe Final a la sociedad colombiana en ese momento, dejando los últimos meses de mandato, hasta noviembre de 2021, para su difusión y pedagogía con diferentes públicos y sectores. Sin embargo, la pandemia del covid-19 obligó a posponer la publicación del Informe hasta noviembre de 2021, causando implicaciones para la Comisión, en términos de replanteamiento y ajuste de actividades y dinámicas de trabajo para adaptarse a la virtualidad.</p> <p>La pandemia afectó más de un tercio del tiempo de mandato de la Comisión, limitando su capacidad de llegar a territorios y comunidades alejadas, y de construir relaciones de confianza y diálogo con sectores distantes, como el sector privado y la fuerza pública. Además, con el recrudecimiento de la violencia en algunas regiones del país, la no repetición está en riesgo. El asesinato diario de líderes sociales y defensores de derechos humanos, las masacres y desplazamientos forzados masivos que amenazan a comunidades enteras, afectan desproporcionadamente a los pueblos étnicos y sus territorios. Por último, la publicación del Informe en noviembre de 2021 coincidiría con la campaña electoral de las elecciones presidenciales en Colombia, lo que podría limitar su impacto en términos de convivencia y reconciliación, si cae en medio de las contiendas y debates políticos.</p> <p>Esta combinación de factores llevó a una acción legal por parte de la sociedad civil, solicitando a la Corte Constitucional de Colombia ampliar el mandato de la Comisión, con el fin de cumplir con el derecho constitucional a la verdad de las víctimas en Colombia. Dicha petición fue aprobada, extendiendo el mandato de la Comisión por nueve meses adicionales, hasta agosto de 2022. Esta prórroga significa que la Comisión tiene siete meses adicionales -desde diciembre de 2021 hasta junio de 2022- para finalizar su Informe Final, permitiendo profundizar en algunas áreas específicas y escuchar más voces. Una vez que Colombia haya elegido a su nuevo presidente, en junio de 2022, la Comisión dará a conocer su Informe y lo entregará a la sociedad.</p> <p>Durante los dos últimos meses de su mandato -julio y agosto de 2022-, la Comisión, junto con sus aliados estratégicos, en todo el país y en el exterior, espera posibilitar y promover un debate amplio, plural y democrático sobre sus hallazgos, conclusiones y, más concretamente, sobre sus recomendaciones para la no repetición.</p> <p>En el contexto de la prórroga de su mandato, este proyecto es altamente estratégico para la Comisión de la Verdad en su última etapa, enfocada en garantizar que el esfuerzo y el trabajo realizado durante tres años sea culminado con éxito, entregado a las víctimas y a la sociedad en general, y que sea sostenible en el largo plazo</p>	



como aporte a la construcción de la paz y a la implementación del Acuerdo de Paz en Colombia. Todo ello, ligado a una estrategia de trabajo en red con aliados estratégicos y a la creación del Comité de Monitoreo y Seguimiento.

Para 2022 la Comisión de la Verdad diseñó y puso en marcha su plan estratégico para los meses que le restan de mandato y que tiene como eje central la entrega del Informe Final y, de lo que la Comisión ha denominado su “legado”.

La Comisión de la Verdad define su Legado como un conjunto de narrativas, acciones, productos y procesos, tangibles e intangibles que, producto de la misión cumplida, pone a disposición de la sociedad en general, el Estado, el Sistema Integral de Verdad, Justicia, Reparación y No Repetición (SIVJRNR), la comunidad internacional y las plataformas de relaciones, para lograr la apropiación del Informe Final y, muy especialmente, el compromiso de actores estratégicos de la sociedad para la implementación de sus recomendaciones.

En ese sentido, la estrategia del Legado, enmarcada en el objetivo estratégico 3 de su Plan Operativo Anual: “...poner la verdad del conflicto armado y las recomendaciones para detenerlo, superarlo y construir un futuro en paz en el debate público nacional en las agendas de las entidades estatales, organizaciones sociales, culturales, económicas y políticas y en los criterios de los tomadores de decisiones sobre el país a nivel nacional e internacional”; busca garantizar que se den efectivamente los espacios de participación mediante las herramientas pedagógicas y comunicativas necesarias para lograr la apropiación política, social, cultural e institucional del Informe Final, y promover la incorporación de la narrativa para la transición en la sociedad en general, grupos de interés, el Estado y la comunidad internacional, algunos de estos llamados herederos y aliados.

Ha sido usual que las Comisiones de la Verdad se concentren en producir un informe escrito que por su naturaleza no tiene la capacidad de difusión esperada, bien porque tarda mucho en llegar el volumen impreso a las zonas más alejadas, o porque resulta siendo un documento en el que solo se interesan personas iniciadas en tema de la violencia y construcción de paz. Por esta razón, la Comisión de la Verdad de Colombia está elaborando un informe escrito, de la manera clásica, pero de manera simultánea está haciendo una serie de productos multimedia y digitales que amplían la narrativa y la difusión.

La plataforma digital, no solo permitirá que la Comisión le hable a un público experto e interesado, sino que, entendiendo que Colombia es un país diverso y con diferencias profundas en términos sociales, culturales y de acceso a la información, ha planteado una forma plural e incluyente de narrar lo comprendido sobre el conflicto y las recomendaciones para la no repetición, usando múltiples formas, formatos, lenguajes e idiomas, que incluyen a públicos diversos y que brindan acceso en tiempo real, una vez se presente el informe en junio de 2022.

En ese sentido, la transmedia digital tiene el fin de unificar el relato total y ofrecer un lugar en esa narración a todas las piezas de contenido y activaciones que, en formatos diversos, amplían, enriquecen, contextualizan y aportan información a lo consignado en los volúmenes impresos. Convirtiéndose así en el primer informe de una Comisión de la Verdad concebido desde su inicio como un informe de participación y circulación masiva.

Es por esta razón que a partir de la línea estratégica de “Diálogo Público y Apropiación social de la verdad, la convivencia y la no repetición”, la oficina de comunicaciones establece como una de sus líneas de trabajo estratégico, generar y circular productos que aporten al desarrollo de la “estrategia de Comunicación para la comprensión de la Misión y la legitimidad de la Comisión de la Verdad” y que puedan hacer parte del informe



final.

Ahora bien, es importante indicar que para la vigencia 2021, la Comisión de la Verdad a través de la Dirección de Territorios, desarrolló la serie de podcast Luz de la noche, la cual consta de dos (02) temporadas y de las cuales se pretende realizar la difusión de videoclips en las principales salas de cine del país en el término de dos meses, realizando la difusión de la Primera Temporada durante el primer mes de ejecución del contrato y la Segunda temporada durante el segundo mes de ejecución del contrato. Todo ello, con el fin de llegar a una gran audiencia y buscando con esta difusión aumentar la visibilidad de la Comisión en un público más amplio, posicionar temas en la agenda pública y transmitir la estrategia de Diálogo Social hacia un público urbano, con el propósito de promover el reconocimiento voluntario de las responsabilidades individuales y colectivas, tocar la sensibilidad de un país y promover transformación de la sociedad hacia procesos de no repetición, perdón y reconciliación frente a hechos que ocurrieron en el marco del conflicto armado colombiano.

De esta manera la Comisión de la Verdad, la Convivencia y la No Repetición tiene la necesidad de llevar los mensajes y el sentido más profundo de las voces y narrativas ahí comprendidas, con el fin de exaltar el papel fundamental de la Comisión de la Verdad como una instancia histórica a través de la cual el país reconoce lo que sucedió en el conflicto, en su camino hacia la paz y la reconciliación, a través de una serie que está inspirada en testimonios reales de víctimas del conflicto armado en Colombia y llegar al mayor número de impactos en el público colombiano, a través de diversas formas de difusión para llegar a diferentes públicos y audiencias y dar a conocer el alcance y la importancia de su legado, posicionado desde ya, los múltiples formatos que contendrán la transmedia digital.

La difusión del Informe Final-Legado de la Comisión de la Verdad se entiende como la fase comprendida desde antes de la entrega de dicho Informe, con las acciones y piezas encaminadas a la preparación de la sociedad para recibirlo; y la posterior a la entrega, con las actividades de divulgación y apropiación.

En ese orden de ideas, la Fundación Redprodepaz ha suscrito el Contrato de Subvención con la Unión Europea para la ejecución del proyecto “Apoyo a la divulgación y apropiación del Informe Final y del legado de la Comisión de la Verdad”, el cual establece **Partida Presupuestal No. 5.8.2 denominada: 5.8.2. Elaboración e implementación de campañas de comunicación masiva nacional y territorial para la divulgación del Informe Final en medios de comunicación, también de la mano con aliados (Tv, radio comercial, plataformas, otros)** con la siguiente justificación: “Costos asociados a procesos creativos, de generación de contenidos, diseño de piezas comunicativas, asegurando la divulgación y difusión de las mismas por canales masivos de comunicación comerciales y/o comunitarios”.

En consecuencia, la Redprodepaz, de acuerdo con los resultados obtenidos en la prueba piloto realizada en el aeropuerto Simón Bolívar de la ciudad de Santa Marta, con la producción y publicación de elementos publicitarios mediante el cual se contó por el término de un mes, **con 317.983 espectadores**, se determinó que es una estrategia que funciona en mayor rango, toda vez que son puntos donde existe mayor circulación, dicho así, se requiere para la ejecución del presente proceso, contratar una empresa a nivel nacional que cuente con la experiencia e idoneidad técnica para realizar la difusión publicitaria que permita conocer el alcance y la importancia de su legado en todo el país, a través de campañas de comunicación masiva en diferente medios de transportes.

2.	TIPO DE CONTRATO A CELEBRAR: Contrato prestación de servicios.
3.	OBJETO: Prestar los servicios con plena autonomía técnica, administrativa y operacional para llevar a cabo la elaboración e implementación de campañas de comunicación masiva a través de alquiler y



	<p>producción publicitaria en diferentes medios de transporte masivo para la difusión del Informe Final, de acuerdo a la propuesta presentada por el contratista, la cual hace parte integral del contrato y según las necesidades y requerimientos conceptuales y técnicos de la Fundación Redprodepaz y de la Comisión para el Esclarecimiento de la Verdad, la Convivencia y la No Repetición, en el marco del Contrato de Subvención NDICI/2022/431-907 que auspicia el proyecto “Apoyo al cumplimiento y desarrollo nacional y territorial del mandato de la Comisión para el Esclarecimiento de la Verdad, la Convivencia y la No Repetición”.</p>
<p>4.</p>	<p>LINEAMIENTOS GENERALES:</p> <p>Como parte de las apuestas y estrategias para difundir el legado vivo que la Comisión de la Verdad le dejará a la sociedad colombiana y al mundo al final de su mandato, está la de producir y difundir de manera propia y junto a aliados estratégicos, colectivos y comunidades, formatos audiovisuales que abordan los puntos inherentes a su mandato (especialmente desde las narrativas de procesos de diálogo social con víctimas y otros actores del conflicto armado interno), reconociendo la relevancia y el potencial de alcance de este formato y que hará parte del acervo que albergará plataforma transmedia preparada por la entidad para la consulta futura.</p> <p>Dichos productos audiovisuales dan cuenta de los diferentes enfoques y procesos desde donde la Comisión de la Verdad aborda su misión como: historia de conflicto armado interno, enfoque territorial, enfoque étnico, niñez, experiencias de resiliencia y convivencia, enfoque de género, entre muchos otros.</p> <p>Es claro que los contenidos audiovisuales tienen el potencial de impactar la vida de las personas y de acercarlas a la comprensión de situaciones y contextos que, de otra manera difícilmente se encontrarían, convirtiéndose así en un recurso de integración social.</p> <p>Es por lo anterior que resulta relevante para la Comisión de la Verdad, la Convivencia y la No Repetición aprovechar las diferentes formas de difusión de contenidos audiovisuales para llegar a diversos públicos y audiencias y dar a conocer el alcance y la importancia de su legado.</p> <p>Dentro de estas formas, se encuentran los productos audiovisuales que constituyen una muestra de acontecimientos de carácter cultural y/o académico, para la difusión de las expresiones que propician además espacios de reflexión y aportan a la construcción de la memoria colectiva de las comunidades a través de procesos que movilizan desde la diversidad, la identidad y la participación social.</p> <p>La producción y contenido de los avisos publicitarios, debe estar concatenado con las acciones de la Comisión de la Verdad, la Convivencia y la No Repetición, debe ser trabajado con su acompañamiento y deberá ser aprobado por la misma; por lo tanto, el cronograma debe contemplar reuniones frecuentes entre el Contratista y el equipo de la Comisión de la Verdad, la Convivencia y la No Repetición para definir los aspectos del proyecto respecto a las necesidades con el objetivo de salvaguardar los intereses de la Comisión.</p> <p>El contratista deberá respetar la titularidad de los derechos patrimoniales y de explotación de los productos producidos que se le entreguen, sin limitación en el territorio y en cualquier medio de difusión conocido o por inventarse, sin perjuicio de los derechos morales de autor.</p> <p>Así mismo, el contratista deberá abstenerse de utilizar el material producido por la Comisión de la</p>



	<p>Verdad, la Convivencia y la No Repetición, en fines diferentes a los determinados en el contrato y deberá guardar la confidencialidad de la información de carácter reservado que le sea entregada para la ejecución del proyecto.</p>
<p>5.</p>	<p>ACTIVIDADES</p> <p>Las actividades específicas que se deben desarrollar para la prestación de los servicios son las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Articular con la Comisión de la Verdad y Redprodepaz la implementación de la propuesta publicitaria 2. Presentar a la Comisión y Redprodepaz el alquiler de los sitios publicitarios. 3. Realizar la producción de las piezas publicitarias, conforme con el diseño y características señaladas por la Comisión de la Verdad. 4. Tramitar los permisos a los que haya lugar para la instalación de las piezas publicitarias en los lugares y espacios ofertados. 5. Instalar el número de elementos publicitarios ofertadas, en el medio masivo propuesto. 6. Realizar el desmontaje de los elementos publicitarios, una vez finalice el termino establecido. 7. Los elementos publicitarios deberán estar al aire por un mes en el Marco del Proyecto. 8. Mantener en óptimas condiciones los elementos publicitarios durante la vigencia de la prestación del servicio. 9. Abstenerse de realizar cualquier modificación a los elementos publicitarios que remita la Comisión de la Verdad para su producción. 10. Emitir un informe de alcance que especifique el tráfico, es decir, número de ciudadanos y ciudadanas que tuvieron contacto con el medio ofertado 11. El proveedor deberá informar con anticipación cualquier novedad que impida la difusión de algún elemento publicitario, o que obligue a cambios, así como brindar solución para el cumplimiento del contrato. 12. Guardar la confidencialidad sobre toda la información que le sea entregada y que se encuentre bajo su custodia o que por cualquier otra circunstancia deba conocer o manipular, por el término de duración del contrato y a perpetuidad. 13. Cuando la ejecución del contrato no sea satisfactoria, la Comisión de la Verdad, la Convivencia y la No Repetición podrá solicitar el correspondiente cambio, a efectos de garantizar el correcto desarrollo del objeto contractual. 14. Asistir a todas las reuniones que sea citado el equipo que lidera el proyecto por parte del supervisor del contrato. 15. Incluir los logos y créditos de la Comisión de la Verdad, la Convivencia y la No Repetición y de la Unión Europea en los productos del proyecto, según los manuales de uso de marca. 16. Adoptar las medidas necesarias para garantizar la visibilidad de la financiación de la Unión Europea. En caso necesario, con arreglo a los requisitos y directrices que establece el Manual de comunicación y visibilidad para las acciones exteriores de la Unión Europea, publicado en: https://ec.europa.eu/international-partnerships/system/files/communication-visibility-requirements-2018_en.pdf.



	<p>En estos se dará visibilidad a la Unión Europea de acuerdo con los lineamientos del Manual de Visibilidad vigente, a través de mensaje pregrabado (pata) o locución durante la emisión: La Unión Europea apoya la difusión del legado de la Comisión de la Verdad. Porque #EuropaCreeEnColombia</p> <p>17. Todas las demás inherentes o necesarias para la correcta ejecución del objeto contractual.</p> <p>Serán de propiedad de la Fundación Redprodepaz los resultados de los estudios, investigaciones y en general los informes y obligaciones realizadas para cumplir el objeto de este contrato. El contratista no podrá hacer uso de los mismos para fines diferentes a los del cumplimiento del objeto contractual, sin autorización previa, expresa y escrita de la Fundación.</p> <p>El contratista puede hacer uso y difusión de los resultados, informes y documentos, y en general de los productos que se generen en el desarrollo y ejecución del presente contrato, siempre y cuando con ello no se afecte la confidencialidad de que trata el presente contrato y se haya obtenido previamente autorización de Fundación.</p>
<p>6.</p>	<p>PRODUCTOS:</p> <p>El Contratista deberá entregar los siguientes productos para la ejecución del contrato:</p> <p>El participante seleccionado deberá entregar durante la ejecución contractual los siguientes productos a satisfacción de LA FUNDACIÓN, previa aprobación de la Comisión de la Verdad, la Convivencia y la No Repetición:</p> <p>PRIMER ENTREGABLE</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Plan de trabajo del alquiler y difusión de los elementos publicitarios en cada ciudad y/o sitio señalado en la oferta. 2. Alquiler y producción del número de elementos publicitarios, conforme la propuesta, previamente aprobados por la Comisión de la Verdad y por el supervisor del contrato. <p>SEGUNDO ENTREGABLE</p> <p>Una foto por cada uno de los medios de difusión ofertados:</p> <ol style="list-style-type: none"> 3.1 Durante la primera semana al aire. 3.2 Durante la última semana al aire. 4 Un video de registro de la campaña en circulación, mínimo de treinta segundos en formato mp4 horizontal: <ol style="list-style-type: none"> 4.1 Durante la primera semana al aire. 4.2 Durante la última semana al aire. <p>TERCER ENTREGABLE</p> <ol style="list-style-type: none"> 5 Informe de alcance de la campaña que especifique el tráfico de cada uno de los puntos donde se encuentran los elementos publicitarios.



7.

VALOR Y FORMA DE PAGO:

Se cuenta con un presupuesto de hasta **DOSCIENTOS OCHENTA Y TRES MILLONES CIENTO SETENTA Y TRES MIL QUINIENTOS OCHENTA PESOS M/CTE (\$283.173.580) EXENTO DE IVA.**

LA FUNDACIÓN realizará tres (03) pagos al contratista en el marco del contrato, de acuerdo con el cumplimiento de entregas de los productos planteados así:

- a) Un primer pago del 25% del valor total del contrato conforme al cumplimiento del primer entregable.
- b) Un segundo pago del cuarenta (40%) del valor total del contrato conforme al cumplimiento del segundo entregable
- c) Un último pago del 35% del valor total del contrato, conforme al cumplimiento del tercer entregable.

**Nota 1: El contrato se suscribe en pesos colombianos. El valor del contrato incluye, todos los gastos directamente e indirectamente relacionados y necesarios para la ejecución exitosa del contrato.*

**Nota 2: En el caso que el proponente pretenda modificar la forma de pago establecida en estos TDR, mencionarlo por escrito formulando la forma de pago debidamente justificada.*

Redprodepaz®

Red Nacional de Programas
Regionales de Desarrollo y Paz
Saberes que transforman territorios



8.	<p>GARANTIAS:</p> <p>En caso de ser seleccionado, EL CONTRATISTA deberá constituir una Garantía de Cumplimiento a favor de la FUNDACIÓN RED NACIONAL DE PROGRAMAS REGIONALES DE DESARROLLO Y PAZ-REDPRODEPAZ., NIT. 900780434-3 a través de un contrato de seguros contenido en una póliza, o de un patrimonio autónomo, o de una garantía bancaria. La garantía constituida deberá amparar el contrato desde la fecha de su suscripción y requerirá ser aprobada por LA FUNDACIÓN. La garantía debe amparar los perjuicios que se deriven de incumplimiento de las obligaciones legales o contractuales de EL CONTRATISTA. Por lo anterior, deberá tener en cuenta los siguientes amparos: a) CUMPLIMIENTO: de los perjuicios derivados de: (a) el incumplimiento total o parcial del contrato, cuando el incumplimiento es imputable al contratista; (b) el cumplimiento tardío o defectuoso del contrato, cuando el incumplimiento es imputable al contratista; (c) los daños imputables al contratista por entregas parciales de la obra, cuando el contrato no prevé entregas parciales. Para garantizar el cumplimiento de todas y cada una de las actividades específicas y obligaciones a su cargo por la suscripción del presente contrato, la cual será equivalente al diez por ciento (10%) del valor del contrato, con una vigencia igual al término de ejecución del contrato y cuatro (4) meses más. El garante podrá subrogarse en las obligaciones de EL CONTRATISTA para con LA FUNDACIÓN. B) CALIDAD DE SERVICIO: Para cubrir a LA FUNDACIÓN de los perjuicios imputables que se deriven de la mala calidad del servicio prestado, la cual será equivalente al diez por ciento (10%) del valor total del contrato, con la vigencia igual al término de ejecución del contrato y cuatro (4) meses más. C) PAGO DE SALARIOS, PRESTACIONES SOCIALES LEGALES E INDEMNIZACIONES LABORALES: por un valor del cinco por ciento (5%) del valor total del contrato con vigencia iguala al término de ejecución del contrato y tres años más. El garante podrá subrogarse en las obligaciones de EL CONTRATISTA para con LA FUNDACIÓN.</p>
9.	<p>SEDE PARA LA REALIZACION DE LAS ACTIVIDADES: Territorio Nacional.</p>
10.	<p>PLAZO DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO: El plazo de ejecución del contrato a celebrar será hasta el 25 de agosto de 2022, término que se contará desde el perfeccionamiento y cumplimiento de los requisitos establecidos para su ejecución.</p>
11.	<p>REQUISITOS MÍNIMOS DEL PERFIL DE PROPONENTE Y DE EXPERIENCIA (persona jurídica):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Podrán participar en este proceso de contratación todas las personas jurídicas legalmente constituidas con domicilio en el territorio nacional, cuyo objeto social se relacione con el objeto de la presente contratación y/o tenga actividades en algunas de las siguientes áreas: relativas a la exhibición, circulación, promoción o difusión de contenidos audiovisuales; organizar, gestionar y/o desarrollar ya sea de manera directa o a través de otras muestras o eventos, espacios para la difusión, promoción y/o circulación de obras audiovisuales en general. 2. La persona jurídica deberá haberse constituido legalmente por lo menos cinco (05) años antes de la fecha de presentación de las ofertas y acreditar que la duración de la sociedad y/o empresa no será inferior al plazo de duración del contrato y dos (2) años más. 3. La persona jurídica debe acreditar experiencia específica en la celebración y ejecución de



	<p>uno (1) y o hasta cinco (5) contratos cuyo objeto y/o obligaciones y/o alcance y/o condiciones sean relacionadas con el objeto de esta convocatoria y cuyo valor de los contratos sea uno (1) o la sumatoria de hasta cinco (5) contratos antes de IVA sea igual o superior al cincuenta por ciento (50%) del presupuesto oficial establecido en estos términos de referencia.</p>
<p>12.</p>	<p>DOCUMENTACIÓN EXIGIDA PARA PARTICIPAR COMO REQUISITOS HABILITANTES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Certificado de Existencia y Representación Legal (Cámara de comercio con fecha de expedición no superior a 30 días). 2. Fotocopia de la Cédula del Representante Legal. 3. Para la experiencia específica las certificaciones que relacionen preferiblemente: Nombre de la Entidad o persona contratante que certifica, dirección, teléfonos, el contrato, objeto contractual, valor y término de ejecución. O en su efecto copia de los contratos con sus correspondientes actas de liquidación. (Si no se cuenta con las certificaciones solo se tendrán en cuenta contratos con actas de liquidación) 4. Certificado Antecedentes Disciplinarios Empresa y Representante Legal (Procuraduría con fecha de expedición no superior a 30 días). 5. Certificación de Responsables Fiscales Empresa y Representante Legal (Contraloría con fecha de expedición no superior a 30 días). 6. Certificado de Antecedentes Penales Representante Legal (Policía con fecha de expedición no superior a 30 días). 7. RUT (Actualizado 2022) 8. Estados Financieros del año 2020, 2021 y 2022. 9. Notas a los Estados Financieros del año 2020, 2021 y 2022 10. Declaración de Renta año 2020, 2021 y 2022. 11. Copia de la Tarjeta Profesional del Contador Público o del Revisor Fiscal cuando aplique 12. Copia del Certificado de vigencia de inscripción y antecedentes disciplinarios del Contador Público y del Revisor Fiscal (Vigencia de 3 meses). 13. Certificación del Revisor Fiscal o Representante Legal de cumplimiento del pago de Aportes a Seguridad Social y Aportes Parafiscales 14. Certificado bancario con fecha de expedición no superior a 30 días).
<p>13.</p>	<p>FORMA DE PRESENTACION DE LOS DOCUMENTOS:</p> <p>Los interesados deberán remitir los documentos establecidos como requisitos habilitantes, propuesta técnica y económica, y anexo I, a la siguiente dirección de correo electrónico convocatorias@redprodepaz.org.co Por favor diligenciar en el asunto: CONVOCATORIA ABIERTA ALQUILER Y PRODUCCIÓN ELEMENTOS PUBLICITARIOS -COMISIÓN DE LA VERDAD.</p> <p><u>Los documentos deben venir preferiblemente todos en FORMATO PDF (LEGIBLES), ORGANIZADOS EN ORDEN CRONOLÓGICO DEL MÁS ANTIGUO AL MÁS RECIENTE, así:</u></p>



	<p>1. <u>PDF 1: Un solo archivo que propuesta técnica y económica ANEXOS 1-2</u></p> <p>2. <u>PDF 2: Documentos habilitantes organizados tal y como establece el No. 12 de estos TDR.</u></p> <p>*Para la experiencia específica las certificaciones que preferiblemente relacionen: Nombre de la Entidad o persona contratante que certifica, dirección, teléfonos, el contrato, objeto contractual, valor y término de ejecución. O en su efecto copia de los contratos con sus correspondientes actas de liquidación. (Si no se cuenta con las certificaciones solo se tendrán en cuenta contratos con actas de liquidación)</p> <p>LA REDPRODEPAZ previo a la celebración del contrato, realizará la verificación de antecedentes: Fiscales generado por la Contraloría General de la República, Disciplinarios generado por la Procuraduría General de la Nación y Judiciales generado por la Policía Nacional del oferente y del Representante Legal según corresponda.</p>
14.	<p>Fecha de cierre: <u>28 de junio de 2022 a las 05:00 pm.</u></p>
15.	<p>CONFLICTO DE INTERESES.</p> <p>Cualquier conflicto de intereses que pudiese surgir durante la ejecución del contrato deberá notificarse por escrito y sin dilación a la REDPRODEPAZ. Se deberán adoptar todas las medidas necesarias para evitar cualquier situación que pudiese poner en peligro la ejecución imparcial y objetiva del contrato. Este conflicto de intereses podría plantearse, en particular, como consecuencia de intereses económicos, afinidades políticas o nacionales, vínculos familiares o afectivos, o cualesquiera otros vínculos relevantes o intereses comunes. En caso de producirse un conflicto de esta naturaleza la REDPRODEPAZ tomará de inmediato todas las medidas necesarias para resolverlo.</p>
16.	<p>DECLARACIÓN DE DESIERTO DEL PROCESO DE SELECCIÓN.</p> <p>La REDPRODEPAZ podrá declarar desierto el proceso de selección bien por motivos que impidan la escogencia objetiva de una oferta o cuando ninguna oferta se ajuste a las condiciones requeridas en la presente Convocatoria. La REDPRODEPAZ no se hace responsable por los costos en los que incurra el participante por la preparación y envío de su oferta, ni se encuentra obligada a explicar a los participantes los motivos de su decisión.</p>
17.	<p>PROCESO DE SELECCIÓN:</p> <p>17.1. ASPECTOS JURÍDICOS</p> <p>Este aspecto no dará puntaje, pero habilitará o deshabilitará al proponente bajo el siguiente criterio:</p> <p>JURÍDICO.</p> <p>Una vez cerrado el término para presentar la documentación y propuesta, LA FUNDACIÓN a través del profesional jurídico contractual del Proyecto “Apoyo al cumplimiento y desarrollo nacional y territorial del mandato de la Comisión para el Esclarecimiento de la Verdad, la Convivencia y la No Repetición”, procederá a verificar si los participantes cumplen con la</p>



documentación y los requisitos jurídicos exigidos en los presentes Términos. Esta etapa de la evaluación de las ofertas no será objeto de calificación. El objetivo de esta evaluación es determinar si los participantes quedan habilitados o inhabilitados para continuar con las siguientes etapas y el resultado será: PARTICIPANTE HABILITADO o PARTICIPANTE INHABILITADO.

Las ofertas que resulten inhabilitadas en razón de la evaluación jurídica no serán objeto de las demás evaluaciones.

17.2. ASPECTOS TÉCNICOS

El proponente deberá desarrollar los siguientes aspectos:

17.2.1. Aceptación de los requerimientos técnicos y operativos mínimos (habilitante - no ponderable)

El proponente deberá firmar la carta de aceptación y marcar con una x la aceptación de cada uno de los requerimientos técnicos y operativos mínimos solicitados para el presente proyecto (ANEXO 1). Estos son los requerimientos:

No.	Descripción del requerimiento Técnico	Cantidad de elementos mínimos
1	Garantizar el alquiler y producción de los elementos publicitarios en AEROPUERTO YARIGUÍES de la ciudad de Barrancabermeja.	2
2	Garantizar el alquiler y producción de los elementos publicitarios en AEROPUERTO CAMILO DAZA de la ciudad de Cúcuta.	2
3	Garantizar el alquiler y producción de los elementos publicitarios en AEROPUERTO ALMIRANTE PADILLA de la ciudad de Riohacha.	2
4	Garantizar el alquiler y producción de los elementos publicitarios en AEROPUERTO SIMON BOLIVAR de la ciudad de Santa Marta.	2
5	Garantizar el alquiler y producción de los elementos publicitarios en AEROPUERTO ALFONSO LOPES PUMAREJO de la ciudad de Valledupar.	2
6	Garantizar el alquiler y producción de los elementos publicitarios en AEROPUERTO PALO NEGRO de la ciudad de Bucaramanga.	2
7	Garantizar el alquiler y producción de los elementos publicitarios en Metrolínea de la ciudad de Bucaramanga.	2
8.	Garantizar el alquiler y producción de los elementos publicitarios en el metro de la ciudad de Medellín.	13
9.	Garantizar el alquiler y producción de los elementos publicitarios en Transmilenio de la ciudad de Bogotá.	6
10.	Garantizar el alquiler y producción de los elementos publicitarios en el centro comercial Gran Estación de la ciudad de Bogotá.	1
11.	Garantizar el alquiler y producción de los elementos publicitarios en Mio de la ciudad de Cali	3



1.7.3. ASPECTOS EVALUADORES

El proceso de selección tendrá en cuenta los siguientes factores de evaluación y puntuación

La oferta más favorable será aquella que cumpla con los requisitos habilitantes y obtenga la mayor calificación, lo cual está estructurado para lograr la mejor calidad a costos competitivos, en consecuencia, se relacionan a continuación los criterios de selección los cuales se evaluarán sobre **300 puntos** como se indica en el siguiente cuadro:

1.7.3.1. CRITERIO ECONOMICO - Propuesta económica - (Ponderable – hasta 100 puntos)

El proponente deberá diligenciar completamente el formato de Propuesta económica (ANEXO 2)

Se otorgará el mayor puntaje de cien (100) puntos, a la oferta más económica.

NO.	CRITERIO	PUNTAJE
1	PRECIO (OFERTA MAS ECONOMICA)	100 PUNTOS

Para la asignación de puntaje, se otorgará el mayor puntaje de cien (100) puntos a la oferta más económica, y las demás se calificarán proporcionalmente con base en la siguiente fórmula:

$$P = \frac{\text{Valor de la propuesta más económica} \times \text{puntaje máximo (100)}}{\text{Valor de la propuesta a evaluar}}$$

Nota: Los valores deberán expresarse en pesos colombianos, a precios fijos inmodificables, cuyo valor no sea superior al 100% del valor del presupuesto oficial estimado por la FUNDACIÓN. Por lo tanto, el Proponente favorecido con la adjudicación no podrá allegar durante la ejecución del contrato desequilibrios económicos y solicitar incrementos de precios por factores que pudieron ser previsibles de acuerdo con el comportamiento en el mercado del producto. **Diligenciamiento del Anexo 2.**

Nota: El valor de la oferta económica presentada debe incluir todos los impuestos tasas y contribuciones a que haya lugar.

Si se presenta un solo oferente y la oferta se ajusta al presupuesto establecido en los TDR se le asignará máximo puntaje.

1.7.4. PROPUESTA TÉCNICA. El oferente deberá diligenciar el ANEXO 3 de estos Términos de Referencia.



1. PROPUESTA TÉCNICA											
17.4.1. CANTIDAD DE ELEMENTOS PUBLICITARIOS QUE GARANTICE EL CUBRIMIENTO TERRITORIAL/ AGREGADO	PUNTAJE										
<p>El proponente que presente otros lugares adicionales a los establecidos en el Anexo 1, donde ofrezca elementos publicitarios, de conformidad con la siguiente tabla, obtendrá el siguiente puntaje:</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">Cantidad</th> <th style="text-align: center;">Puntaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">1 lugar adicional (mínimo 1 elementos en aeropuerto y/o 2 en transporte terrestre)</td> <td style="text-align: center;">50</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">2 lugares adicionales (mínimo 1 elementos en aeropuerto y/o 2 en transporte terrestre)</td> <td style="text-align: center;">100</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">3 lugares adicionales (mínimo 1 elementos en aeropuerto y/o 2 en transporte terrestre)</td> <td style="text-align: center;">150</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">4 lugares adicionales (mínimo 1 elementos en aeropuerto y/o 2 en transporte terrestre)</td> <td style="text-align: center;">200</td> </tr> </tbody> </table> <p>Para el desarrollo de este punto el proponente deberá diligenciar la tabla del ANEXO 2</p>	Cantidad	Puntaje	1 lugar adicional (mínimo 1 elementos en aeropuerto y/o 2 en transporte terrestre)	50	2 lugares adicionales (mínimo 1 elementos en aeropuerto y/o 2 en transporte terrestre)	100	3 lugares adicionales (mínimo 1 elementos en aeropuerto y/o 2 en transporte terrestre)	150	4 lugares adicionales (mínimo 1 elementos en aeropuerto y/o 2 en transporte terrestre)	200	Hasta 200 puntos
Cantidad	Puntaje										
1 lugar adicional (mínimo 1 elementos en aeropuerto y/o 2 en transporte terrestre)	50										
2 lugares adicionales (mínimo 1 elementos en aeropuerto y/o 2 en transporte terrestre)	100										
3 lugares adicionales (mínimo 1 elementos en aeropuerto y/o 2 en transporte terrestre)	150										
4 lugares adicionales (mínimo 1 elementos en aeropuerto y/o 2 en transporte terrestre)	200										
Subtotal Propuesta Técnica	Hasta 200										

CRITERIO	PUNTAJE HASTA
ECONOMICA	100
CANTIDAD ELEMENTOS PUBLICITARIOS ADICIONALES	200
TOTAL	300

El oferente que obtenga la mayor puntuación será seleccionado, siempre y cuando tenga como mínimo **DOSCIENTOS (200) PUNTOS**.



ANEXO 1

FORMATO DE ACEPTACIÓN DE LOS REQUERIMIENTOS TÉCNICOS Y OPERATIVOS MÍNIMOS (HABILITANTE - NO OTORGA PUNTAJE)

Yo _____, en calidad de Representante Legal de _____ con NIT _____, manifiesto que conozco, acepto y acato las especificaciones y requerimientos técnicos mínimos (no únicas) establecidas por LA FUNDACIÓN en los Términos de Referencia para llevar acabo las actividades de alquiler y producción publicitaria a ciudades del país para la difusión del Informe Final, tal como se relacionan en el siguiente formato:

No.	Descripción del requerimiento Técnico	Cantidad de elementos mínimos	Marcar con la X la aceptación del criterio
1	Garantizar el alquiler y producción de los elementos publicitarios en AEROPUERTO YARIGUÍES de la ciudad de Barrancabermeja.	2	
2	Garantizar el alquiler y producción de los elementos publicitarios en AEROPUERTO CAMILO DAZA de la ciudad de Cúcuta.	2	
3	Garantizar el alquiler y producción de los elementos publicitarios en AEROPUERTO ALMIRANTE PADILLA de la ciudad de Riohacha.	2	
4	Garantizar el alquiler y producción de los elementos publicitarios en AEROPUERTO SIMON BOLIVAR de la ciudad de Santa Marta.	2	
5	Garantizar el alquiler y producción de los elementos publicitarios en AEROPUERTO ALFONSO LOPES PUMAREJO de la ciudad de Valledupar.	2	
6	Garantizar el alquiler y producción de los elementos publicitarios en AEROPUERTO PALO NEGRO de la ciudad de Bucaramanga.	2	
7	Garantizar el alquiler y producción de los elementos publicitarios en Metrolínea de la ciudad de Bucaramanga.	2	
8.	Garantizar el alquiler y producción de los elementos publicitarios en el metro de la ciudad de Medellín.	13	
9.	Garantizar el alquiler y producción de los elementos publicitarios en Transmilenio de la ciudad de Bogotá.	6	
10.	Garantizar el alquiler y producción de los elementos publicitarios en el centro comercial Gran Estación de la ciudad de Bogotá.	1	
11.	Garantizar el alquiler y producción de los elementos publicitarios en Mio de la ciudad de Cali	3	

Firma:

Nombre completo del representante legal:

Cedula de Ciudadanía:

Razón social:

Nit:

Número de teléfono:

Correo:



ANEXO 2
FORMATO PARA PRESENTAR LA PROPUESTA ECONOMICA
(PONDERABLE – HASTA 50 PUNTOS)

En este numeral se otorgará puntaje de hasta 100 puntos al contratista que presente la oferta de menor valor. Con el fin de facilitar la comparación de las ofertas, los oferentes deberán diligenciar el siguiente cuadro:

Nota: La propuesta económica presentada debe incluir todos los impuestos tasas y contribuciones y gastos de ejecución a que haya lugar.

OFERTA ECONÓMICA						
DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO REQUERIDO						
Prestar los servicios con plena autonomía técnica, administrativa y operacional para llevar a cabo la elaboración e implementación de campañas de comunicación masiva a través de alquiler y producción publicitaria en diferentes medios de transporte masivo para la difusión del Informe Final, de acuerdo a la propuesta presentada por el contratista, la cual hace parte integral del contrato y según las necesidades y requerimientos conceptuales y técnicos de la Fundación Redprodepaz y de la Comisión para el Esclarecimiento de la Verdad, la Convivencia y la No Repetición, en el marco del Contrato de Subvención NDICI/2022/431-907 que auspicia el proyecto “Apoyo al cumplimiento y desarrollo nacional y territorial del mandato de la Comisión para el Esclarecimiento de la Verdad, la Convivencia y la No Repetición”.						
No.	Ciudad	Producto	Cantidad de elementos	Valor alquiler mes	Valor de producción	Valor total
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8.						
9.						
10.						
11.						
VALOR TOTAL						



VALOR AGREGADO

No.	Descripción del requerimiento alquiler y producción de los elementos publicitarios (aeropuerto /terrestre)	Cantidad de elementos ofrecidos
1		
2		
3		
4		

El presupuesto del proyecto deberá ser diligenciado de manera detallada. Es obligación y responsabilidad del oferente verificar que todos los rubros sumen adecuadamente en el valor total, teniendo en cuenta que el contrato **es exento de IVA**.

Los costos de servicios reflejados en el presupuesto deberán enmarcarse en las tarifas del mercado en Colombia.

El valor de la oferta será máximo por el valor del presupuesto oficial asignado EXENTO DE IVA y todos los costos e impuestos a que haya lugar. Para efectos de preparación de la oferta, el costo total de la misma deberá cubrir íntegramente todos los costos derivados de su ejecución.

Los precios unitarios de los bienes a suministrar y los errores u omisiones en estos precios serán responsabilidad exclusiva del oferente.

El proponente debe garantizar los requerimientos técnicos solicitados en este anexo y cualquier otra necesidad técnica y/o logística que surja en el desarrollo del objeto de la presente.

El proponente deberá garantizar la adecuada prestación de los servicios con las especificaciones y en los tiempos solicitados.

Firma:

Nombre completo del representante legal:

Cedula de Ciudadanía:

Razón social:

Nit:

Número de teléfono:

Correo:

Redprodepaz®
Red Nacional de Programas
Regionales de Desarrollo y Paz
Saberes que transforman territorios

