

PATRIMONIO AUTONOMO FONDO COLOMBIA EN PAZ -PA-FCP

**ANEXO TÉCNICO
CONVOCATORIA PÚBLICA No. 019 DE 2018**

CON EL OBJETO DE:

CONTRATAR LOS SERVICIOS DE UNA AGENCIA INTEGRAL PARA APOYAR LA EJECUCIÓN DE LAS ACCIONES ESTRATÉGICAS INTERNAS Y EXTERNAS CONTENIDAS EN EL PLAN DE COMUNICACIONES DE LA AGENCIA DE RENOVACIÓN DEL TERRITORIO – ART, TENDIENTES A FORTALECER LAS DIFERENTES ACTIVIDADES DESARROLLADAS EN TERRITORIO.

JUNIO DE 2018

BOGOTÁ D.C.

Carrera 7 No. 32 -24 Centro empresarial San Martín Torre Sur
(Pisos del 36 al 40)
PBX: 57 (1) 422 10 30 – Bogotá, Colombia

www.renovacionterritorio.gov.co



1. Descripción de la necesidad.

Mediante el Decreto 893 de 2017 se crean los Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial - PDET como un instrumento de planificación y gestión para implementar de manera prioritaria los planes sectoriales y programas en el marco de la Reforma Rural Integral (RRI) y las medidas pertinentes que establece el Acuerdo Final, en articulación con los planes territoriales, en los municipios priorizados en el Decreto de conformidad con los criterios establecidos en el Acuerdo Final.

De conformidad con el Decreto antes citado, los PDET se formularán por una sola vez y tendrán una vigencia de diez (10) años. Serán coordinados por la Agencia de Renovación del Territorio - ART, en ejercicio de las funciones que le son propias de conformidad con lo dispuesto en el Decreto Ley 2366 de 2015, modificado por el Decreto Ley 2096 de 2016.

En el artículo 3 del Decreto 839 de 2017 se delimita la cobertura geográfica de los PDET, indicando que se desarrollarán en 16 subregiones y en 170 municipios. El proceso de elaboración, ejecución, actualización, seguimiento y evaluación de los PDET se caracteriza por ser un proceso participativo de todos los actores del territorio en los diferentes niveles territoriales, que obedezca a las particularidades y dinámicas de cada región.

Por mandato del citado Decreto, la Agencia de Renovación del Territorio - ART construirá los Planes de Acción de Transformación Regional - PATR del PDET como resultado del proceso participativo y coordinará la estructuración y ejecución de los proyectos de dichos planes, en articulación con las entidades nacionales, territoriales y las autoridades tradicionales de los territorios de los pueblos, comunidades y grupos étnicos.

El Consejo Directivo de la ART, por medio del Acuerdo No. 005 del 30 de enero de 2017, aprobó el Plan Estratégico de la Agencia, el cual contempla los siguientes objetivos: (i) participación efectiva, (ii) provisión eficiente de bienes y servicios públicos, (iii) desarrollo económico, ambiental y productivo, (iv) fortalecimiento institucional y organizacional de territorios, (v) coordinación interagencial y entre niveles de gobierno, y (vi) desarrollo administrativo.

Para la construcción participativa de los PATR la ART ha diseñado una ruta metodológica que inicia desde la base de las comunidades rurales.

El proceso de planeación participativa contempla: un nivel veredal que se desarrolla en las veredas (núcleos veredales), un nivel municipal (en las cabeceras municipales) y un nivel regional (a nivel de ciudades principales o intermedias), en donde se consolidan los PATR. En cada uno de los niveles ocurren eventos y actividades propias de alistamiento territorial que hacen parte de la ruta.

El nivel veredal consta de tres momentos: una preasamblea general de convocatoria abierta, una sesión de trabajo denominada grupo motor conformado por delegados de la comunidad de todo el municipio que son elegidos en la preasamblea y una asamblea de validación también de convocatoria abierta. El resultado de esta instancia es un Pacto Comunitario para la Transformación Regional.

El nivel municipal se da en el marco de una comisión municipal de planeación, en la cual se construye un Pacto Municipal para la Transformación Regional. La instancia municipal tiene dos momentos: i) precomisión, donde se convoca a mesas temáticas preparatorias de acuerdo con los pilares, y ii) la comisión municipal que es el espacio formal donde se llega a acuerdos y se construye el Pacto Municipal. En la precomisión, las mesas convocadas incluyen tanto los delegados de los núcleos veredales, como actores adicionales del municipio de acuerdo con su relación con la temática de la mesa. Al finalizar la precomisión se eligen delegados adicionales a los delegados veredales para asistir a la comisión. La comisión municipal, es el segundo momento

Carrera 7 No. 32 -24 Centro empresarial San Martín Torre Sur
(Pisos del 36 al 40)
PBX: 57 (1) 422 10 30 – Bogotá, Colombia





de la instancia de participación en municipio, tiene un momento de socialización del Pacto Comunitario y del proceso de participación. Adicionalmente, se estructura la discusión en torno a mesas temáticas de acuerdo con los pilares.

El nivel subregional se desarrolla en el marco de una comisión subregional donde finaliza el proceso de planeación participativa. Allí se consolida un Plan de Acción para la Transformación Regional (PATR) a 10 años. En este Plan se integran las diferentes visiones, diagnósticos participativos y las acciones necesarias para cumplir el objetivo a corto, mediano y largo plazo de cada uno de los municipios. En esta instancia se ponen en común las visiones de los municipios con las de otros actores de la región para consolidar, construir y aprobar el Plan de Acción que refleje una visión regional de transformación del territorio. A la comisión subregional serán convocados representantes de los niveles veredal y municipal, junto con autoridades de los entes territoriales y las instituciones públicas pertinentes, además de la sociedad civil organizada del nivel subregional.

Teniendo en cuenta lo anterior y para contribuir con el adecuado posicionamiento de la ART en los territorios en atención a los lineamientos misionales dispuestos en el numeral 10 del Decreto 2096 de 2016 el cual dispone por parte de la ART adelantar la divulgación y difusión de la oferta de servicios de la Agencia, para garantizar el adecuado acceso a la información en las zonas rurales de conflicto priorizadas, se hace necesario efectuar de acuerdo con el plan de comunicaciones estructurado por la entidad una estrategia en territorio que permita dar a conocer las políticas estratégicas, coadyuvar la labor de convocatoria en los distintos escenarios de participación ciudadana en los niveles veredal, municipal y subregional y la generación de contenidos y material creativo y pedagógico que agrupe información acerca de los Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial desarrollados por la ART a fin de garantizar el principio de publicidad dispuesto en el numeral 9 del artículo 3 de la Ley 1437 de 2011 el cual establece:“(…) En virtud del principio de publicidad, las autoridades darán a conocer al público y a los interesados, en forma sistemática y permanente, sin que medie petición alguna, sus actos, contratos y resoluciones, (…), incluyendo el empleo de tecnologías que permitan difundir de manera masiva tal información de conformidad con lo dispuesto en este Código, (…)” así como las recomendaciones efectuadas por la procuraduría General de la Nación en relación a las acciones para ampliar el conocimiento público acerca de los procesos desarrollados en territorio.

Si bien las comunicaciones de la ART responden a la gestión y a sus avances técnicos, la estrategia de divulgación y difusión de la oferta de servicios de la Agencia, busca mantener la comunicación permanente con todos los segmentos poblacionales con los que se tiene algún tipo de relación, con independencia del estado en que se encuentre la implementación de la Ruta Metodológica, persistiendo la necesidad de vincular a todos los partícipes del nivel veredal, municipal y subregional.

En este sentido, dadas las necesidades expuestas se requiere por parte de la ART contratar los servicios de una agencia o central de medios que ofrezca los servicios de comunicación 360° o comunicación con cobertura de tres (3) grandes líneas de acción: agencia creativa, agencia de medios y agencia de relaciones públicas para cumplir con los objetivos previstos en la estrategia externa de comunicaciones estructurada por la ART

Es importante resaltar que las agencias o centrales de medios son un mecanismo de optimizar recursos pues permiten planificar, gestionar y distribuir la aparición del cliente o emisor en medios físicos como la televisión, los periódicos, medios impresos y los medios digitales, generando una centralización de servicios que permiten la economía y la simplificación de trámites contractuales.





2. Elementos contractuales.

2.1 Objeto.

Contratar los servicios de una agencia integral para apoyar la ejecución de las acciones estratégicas internas y externas contenidas en el plan de comunicaciones de la ART, tendientes a fortalecer las diferentes actividades desarrolladas en territorio.

2.2 valor.

El valor estimado del proceso de contratación se estimó en la suma de **MIL DOSCIENTOS NOVENTA Y SEIS MILLONES OCHOCIENTOS VEINTIOCHO MIL CUATROCIENTOS DIECISIETE PESOS (\$1.296.828.417) M/CTE.**

2.3 Plazo de ejecución.

El plazo de ejecución se ha estimado hasta el 31 de diciembre de 2018 contados a partir de la suscripción del acta de inicio del contrato.

3. Identificación de los bienes y servicios

Los bienes y servicios se encuentran codificados en el clasificador en los siguientes códigos:

2101600	82	Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	10	Publicidad	16	Publicidad difundida
82101800	82	Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	10	Publicidad	18	Servicios de agencia de publicidad
82111900	82	Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	11	Escritura y traducciones	19	Servicios de noticias y publicidad
82131600	82	Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	13	Servicios fotográficos	16	Fotógrafos y cinematógrafos
43232400	43	Difusión de Tecnologías de Información y Telecomunicaciones	23	Software	24	Programas de desarrollo
82101900	82	Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	10	Publicidad	19	Colocación y cumplimiento de medios





4. Ejes de la estrategia de comunicaciones.

Un eje fundamental en la construcción de los PDET, es la participación activa de la ciudadanía y por tal motivo, se hace necesario implementar estrategias pedagógicas y comunicativas que promuevan la comprensión y apropiación de los planes en las zonas priorizadas para la construcción de los mismos.

Para el diseño de estrategias de comunicación, la Agencia de Renovación del Territorio cuenta con una Oficina de Comunicaciones que de acuerdo con lo establecido en el Artículo 14 del Decreto 2366 de 2015 tiene dentro de sus funciones: *"1. Diseñar, liderar y ejecutar las estrategias para el posicionamiento, imagen y promoción de la entidad, y de divulgación de los programas y proyectos, en coordinación con el Gobierno nacional y bajo los lineamientos del Consejo Directivo. 2. Preparar para aprobación del Consejo Directivo, la estrategia de comunicación interna y externa de las funciones y resultados de la gestión de la Agencia, bajo estándares de veracidad, objetividad y oportunidad. 3. Adelantar, en coordinación con las demás dependencias de la Agencia, campañas de difusión y socialización de los avances del plan general de renovación y los proyectos de intervención territorial de las zonas rurales de conflicto. 4. Coordinar la elaboración de las comunicaciones internas y externas, relacionadas con proyectos a su cargo. 5. Orientar al Director General de la Agencia en el manejo de las relaciones con los medios de comunicación y demás sectores de la opinión pública a nivel nacional e internacional.", entre otras.*

Es por esta razón que desde la Oficina de Comunicaciones, se han identificado una serie de acciones que aportan a la pedagogía del PDET, mediante el desarrollo de piezas de comunicación como videos, cuñas radiales e impresos en los que se den a conocer los avances en la construcción de los planes; así como los mecanismos a los que la ciudadanía pueden acceder para participar y hacer seguimiento de los mismos.

Para garantizar una comunicación eficaz, estas acciones deben estar alineadas con las fases de formulación del PDET; y en este punto se hace fundamental considerar que la entidad está ad portas de iniciar la fase municipal que debe ir acompañada de la estrategia de comunicaciones.

No obstante, la capacidad de operación de la Oficina de Comunicaciones de la ART es insuficiente para garantizar la producción en óptima calidad de estas piezas y la divulgación de las mismas, ya que requiere del recurso técnico y tecnológico para cubrir estas necesidades.

Para tal fin, se hace necesario contratar una Agencia que garantice la producción y difusión de dichas piezas de comunicación para lograr llegar a los 170 municipios en los que interviene la entidad.

La divulgación y difusión de las piezas radiales se contempla a través de la radio, ya que se ha identificado que es el medio con mayor cobertura en las zonas en las que interviene la ART y es el de mayor audiencia por las comunidades que habitan en veredas. Por lo que se requiere establecer un plan de pauta en radios comunitarias y comerciales que tengan cobertura en las zonas en las que intervenimos y con alcance nacional.

Los otros medios que en la actualidad están en auge y se han convertido en vitrinas de visibilización y nuevas formas de informar en tiempo real lo que sucede desde cualquier lugar del mundo, son las redes sociales. La ART creó desde el 2016, cuentas en Facebook, Twitter, Instagram y Youtube, medios por los que viene informando a la opinión pública en general, los avances en la implementación.

Con el propósito de tener un mayor alcance en la difusión de los mensajes a través de las redes sociales, se propone definir una bolsa de recursos para pauta digital, que contribuya para llevar a un mayor número de personas, los mensajes de paz y avances en la implementación en el marco del punto 1 del Acuerdo de La Habana.

Carrera 7 No. 32 -24 Centro empresarial San Martín Torre Sur
(Pisos del 36 al 40)
PBX: 57 (1) 422 10 30 – Bogotá, Colombia





Como hemos mencionado, el proceso de construcción de los PDET debe acompañarse de una serie de piezas comunicativas que apoyen la comprensión de los mismos, por lo que se propone la producción de videos que se puedan exhibir en los diferentes escenarios y encuentros con las comunidades, se difundan en redes sociales y tengan los estándares de calidad para que puedan ser emitidos por canales de interés social.

Igualmente y de acuerdo con las recomendaciones de la Procuraduría General de la Nación, se identificó que los impresos son piezas clave para llevar pedagogía sencilla y clara a las comunidades con las que trabaja la ART, ya que se convierten en material de consulta permanente y refuerzo del ejercicio participativo que se realizan en los territorios.

Otro aspecto clave para el posicionamiento del PDET ante la opinión pública consiste en la divulgación y visibilización de historias de paz que se vienen gestando en los municipios en el marco del trabajo conjunto que desde la ART se desarrolla con las comunidades.

La Oficina de Comunicaciones de la ART considera relevante que los periodistas den a conocer a través de los medios de comunicación con alcance nacional e internacional, estas historias contadas desde los protagonistas del posconflicto, es decir las comunidades.

En este sentido, se solicita un apoyo para trasladar a los periodistas interesados en documentar dichas historias hasta los territorios en donde se encuentran.

5. Condiciones técnicas

La ART requiere contratar los servicios de una agencia o central de medios que ofrezca los servicios de comunicación 360° o comunicación integral que a través de sus servicios tenga la cobertura de tres (3) grandes líneas de acción: agencia creativa, agencia de medios y agencia de relaciones públicas para cumplir con los objetivos previstos en la estrategia externa de comunicaciones estructurada por la ART.

En la estructura de la estrategia de comunicación se delimitaron seis (6) líneas contempladas en:

- Producción de televisión
- Producción de radio
- Pauta en radio
- Pauta digital
- Relacionamiento con periodistas y medios
- Producción de impresos

La divulgación y difusión de la oferta de servicios de la Agencia, esta direccionada a:

1. Dar a conocer las políticas estratégicas,
2. Coadyuvar la labor de convocatoria en los distintos escenarios de participación ciudadana en los niveles veredal, municipal y subregional
3. La generación de contenidos y material creativo y pedagógico que agrupe información acerca de los Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial desarrollados por la ART.

Se busca impactar positivamente a las diferentes audiencias en el ámbito interno y externo de la Agencia de Renovación del Territorio:

Carrera 7 No. 32 -24 Centro empresarial San Martín Torre Sur
(Pisos del 36 al 40)
PBX: 57 (1) 422 10 30 – Bogotá, Colombia





Audiencia externa

- ✓ Comunidades en general (enfoque étnico, enfoque de género y jóvenes)
- ✓ Líderes
- ✓ Organizaciones sociales
- ✓ Productores
- ✓ Instituciones (locales, regionales, nacionales)
- ✓ Academia
- ✓ Cooperación Internacional
- ✓ Medios de Comunicación (comunitarios, nacionales, internacionales, agencias)
- ✓ Generadores de opinión
- ✓ Validadores
- ✓ Gobierno Nacional
- ✓ Entes territoriales
- ✓ Entes de Control

Audiencia interna

- ✓ Directivos
- ✓ Asesores
- ✓ Funcionarios
- ✓ Contratistas
- ✓ Gerentes
- ✓ Coordinadores
- ✓ Facilitadores
- ✓ Personal de apoyo de la entidad

COBERTURA

En cuanto a la cobertura, la estrategia busca impactar 16 subregiones a nivel nacional las cuales agrupan diferentes zonas estrategias participativas (departamentos y municipios) las cuales se encuentran distribuidas de la siguiente manera:

Subregión	Departamento	Municipio
ALTO PATÍA - NORTE DEL CAUCA Departamentos: 3 Municipios: 24	CAUCA Municipios: 17	ARGELIA
		BALBOA
		BUENOS AIRES
		CAJIBÍO
		CALDONO
		CALOTO
		CORINTO
		EL TAMBO
		JAMBALÓ
		MERCADERES
		MIRANDA
		MORALES

Carrera 7 No. 32 -24 Centro empresarial San Martin Torre Sur
(Pisos del 36 al 40)
PBX: 57 (1) 422 10 30 – Bogotá, Colombia





Subregión	Departamento	Municipio
		PATÍA
		PIENDAMÓ
		SANTANDER DE QUILICHAO
		SUÁREZ
		TORIBÍO
	NARIÑO Municipios: 5	CUMBITARA
		EL ROSARIO
		LEIVA
		LOS ANDES
		POLICARPA
	VALLE DEL CAUCA Municipios: 2	FLORIDA
		PRADERA
ARAUCA Departamentos: 1 Municipios: 4	ARAUCA Municipios: 4	ARAUQUITA
		FORTUL
		SARAVENA
		TAME
BAJO CAUCA Y NORDESTE ANTIOQUEÑO Departamentos: 1 Municipios: 13	ANTIOQUIA Municipios: 13	AMALFI
		ANORÍ
		BRICEÑO
		CÁCERES
		CAUCASIA
		EL BAGRE
		ITUANGO
		NECHÍ
		REMEDIOS
		SEGOVIA
		TARAZÁ
		VALDIVIA
		ZARAGOZA
CATATUMBO Departamentos: 1 Municipios: 8	NORTE DE SANTANDER Municipios: 8	CONVENCIÓN
		EL CARMEN
		EL TARRA
		HACARÍ
		SAN CALIXTO
		SARDINATA
		TEORAMA
		TIBÚ

Carrera 7 No. 32 -24 Centro empresarial San Martín Torre Sur
(Pisos del 36 al 40)
PBX: 57 (1) 422 10 30 – Bogotá, Colombia

www.renovacionterritorio.gov.co





RENOVACIÓN DEL TERRITORIO



GOBIERNO DE COLOMBIA

Subregión	Departamento	Municipio
PACÍFICO MEDIO Departamentos: 2 Municipios: 4	CAUCA Municipios: 3	GUAPÍ
		LÓPEZ DE MICAY
		TIMBIQUÍ
	VALLE DEL CAUCA Municipios: 1	BUENAVENTURA*
PACÍFICO Y FRONTERA NARIÑENSE Departamentos: 1 Municipios: 11	NARIÑO Municipios: 11	BARBARCOAS
		EL CHARCO
		LA TOLA
		MAGÜÍ
		MOSQUERA
		OLAYA HERRERA
		FRANCISCO PIZARRO
		RICAUURTE
		ROBERTO PAYÁN
		SANTA BÁRBARA
		SAN ANDRÉS DE TUMACO*
PUTUMAYO Departamentos: 1 Municipios: 9	PUTUMAYO Municipios: 9	MOCOA*
		ORITO
		PUERTO ASÍS
		PUERTO CAICEDO
		PUERTO GUZMÁN
		PUERTO LEGUIZAMO
		SAN MIGUEL
		VALLE DEL GUAMUEZ
		VILLAGARZÓN
SIERRA NEVADA - PERIJÁ Departamentos: 3 Municipios: 15	CESAR Municipios: 8	VALLEDUPAR*
		AGUSTÍN CODAZZI
		BECERRIL
		LA JAGUA DE IBIRICO
		PUEBLO BELLO
		LA PAZ
		SAN DIEGO
		MANAURE
	LA GUAJIRA Municipios: 3	DIBULLA
		FONSECA
		SAN JUAN DEL CESAR
		SANTA MARTA*

Carrera 7 No. 32 -24 Centro empresarial San Martín Torre Sur
(Pisos del 36 al 40)
PBX: 57 (1) 422 10 30 – Bogotá, Colombia



GOBIERNO NACIONAL
POSCONFLICTO





RENOVACIÓN DEL TERRITORIO



GOBIERNO DE COLOMBIA

Subregión	Departamento	Municipio
	MAGDALENA Municipios: 4	ARACATACA
		CIÉNAGA
		FUNDACIÓN
SUR DE BOLÍVAR Departamentos: 2 Municipios: 7	ANTIOQUIA Municipios: 13	YONDÓ
		BOLÍVAR Municipios: 6
	CANTAGALLO	
	MORALES	
	SAN PABLO	
	SANTA ROSA DEL SUR	
	SIMITÍ	
SUR DE CÓRDOBA Departamentos: 1 Municipios: 5	CÓRDOBA Municipios: 5	MONTELÍBANO
		PUERTO LIBERTADOR
		SAN JOSÉ DE URÉ
		TIERRALTA
		VALENCIA
SUR DEL TOLIMA Departamentos: 1 Municipios: 4	TOLIMA Municipios: 4	ATACO
		CHAPARRAL
		PLANADAS
		RIOBLANCO
URABÁ ANTIOQUEÑO Departamentos: 1 Municipios: 8	ANTIOQUIA Municipios: 8	APARTADÓ*
		CAREPA
		CHIGORODÓ
		DABEIBA
		MUTATÁ
		NECOCLÍ
		SAN PEDRO DE URABÁ
		TURBO
		CHOCÓ Departamentos: 2 Municipios: 14
CHOCÓ Municipios: 12	VIGÍA DEL FUERTE	
	ACANDÍ	
	BOJAYÁ	
	CARMEN DEL DARIÉN	
	CONDOTO	
	EL LITORAL DEL SAN JUAN	
	ISTMINA	
	MEDIO ATRATO	

Carrera 7 No. 32 -24 Centro empresarial San Martín Torre Sur
(Pisos del 36 al 40)
PBX: 57 (1) 422 10 30 – Bogotá, Colombia





RENOVACIÓN DEL TERRITORIO



GOBIERNO DE COLOMBIA

Subregión	Departamento	Municipio
CUENCA DEL CAGUÁN Y PIEDEMONTE CAQUETEÑO Departamentos: 2 Municipios: 17	CAQUETÁ Municipios: 16	MEDIO SAN JUAN
		NÓVITA
		RIOSUCIO
		SIPI
		UNGUÍA
		FLORENCIA*
		ALBANIA
		BELÉN DE LOS ANDAQUÍES
		CARTAGENA DEL CHAIRÁ
		CURILLO
		EL DONCELLO
		EL PAUJÍL
		LA MONTAÑITA
		MILÁN
		MORELIA
		PUERTO RICO
		SAN JOSÉ DEL FRAGUA
SAN VICENTE DEL CAGUÁN		
SOLANO		
SOLITA		
VALPARAÍSO		
MACARENA - GUAVIARE Departamentos: 2 Municipios: 12	HUILA Municipios: 1	ALGECIRAS
	META Municipios: 8	MAPIRIPÁN
		MESETAS
		LA MACARENA
		URIBE
		PUERTO CONCORDIA
		PUERTO LLERAS
		PUERTO RICO
		VISTAHERMOSA
		SAN JOSÉ DEL GUAVIARE*
		CALAMAR
		EL RETORNO
		MIRAFLORES
	GUAVIARE Municipios: 12	CÓRDOBA
		EL CARMEN DE BOLÍVAR
		BOLÍVAR Municipios: 7

Carrera 7 No. 32 -24 Centro empresarial San Martin Torre Sur
(Pisos del 36 al 40)
PBX: 57 (1) 422 10 30 – Bogotá, Colombia



MINISTERIO DEL INTERIOR
POSCONFLICTO





Subregión	Departamento	Municipio
MONTES DE MARÍA Departamentos: 2 Municipios: 15		EL GUAMO
		MARÍA LA BAJA
		SAN JACINTO
		SAN JUAN NEPOMUCENO
		ZAMBRANO
	SUCRE Municipios: 8	COLOSÓ
		CHALÁN
		LOS PALMITOS
		MORROA
		OVEJAS
		PALMITO
		SAN ONOFRE
		TOLÚ VIEJO

6. Descripción De Los Bienes Y Servicios

La Agencia de Renovación del Territorio requiere de la contratación de los siguientes productos y servicios para poder llevar a cabo su estrategia de Comunicaciones:

ITEM	Servicios ofertados
1	PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN
	Preproducción, producción y posproducción de cinco (5) videos pedagógicos animados entre 2 y 3 minutos cada uno
	Preproducción, producción y posproducción de un (1) video para Código Cívico de 30 segundos
	Preproducción, producción y posproducción de un (1) documental de 11 a 28 minutos en formato HD, que incluya tomas aéreas, uso de dolly y demás equipos necesarios para la grabación en mínimo 6 municipios en los que interviene la ART y posproducción con traducción a lengua de señas.
	Desarrollo de una (1) Landing page con un landing principal, 5 niveles de navegación, 10 subniveles con espacios habilitados para dos o tres tipos de galerías y videos, mapa con opciones de zoom (pop ups) para ampliar la información. Entrega de administración con código abierto. Con pauta en medios digitales por tres meses nacionales : El Tiempo.com y La Silla Vacía Pauta regional: El País, El Colombiano, El Meridiano y Diario del Sur

Carrera 7 No. 32 -24 Centro empresarial San Martín Torre Sur
 (Pisos del 36 al 40)
 PBX: 57 (1) 422 10 30 – Bogotá, Colombia





2 PRODUCCIÓN DE RADIO

Realizar la locución, edición, masterización, musicalización y marcada de cuatro (4) referencias de **cuñas**: referencia 1 del PDET; referencia 2 PIC y Vías para la Paz de 20", referencia 3 de proyectos productivos de 20", referencia 4 de Obras por Impuestos de 20".

Locución de 1 o 2 personajes por referencia.
Derechos por 1 año para radio Colombia, eventos y digital
Horas de estudio de grabación
Mezcla- sonorización

Preproducción producción y posproducción (edición, masterización y musicalización) de **serie radial con 16 microprogramas** de 5 minutos cada uno.
La producción de la serie incluye trabajo periodístico.

3 PAUTA EN RADIO

Pauta regional en emisoras comerciales de 170 municipios y ciudades capitales de 19 departamentos con emisión durante un (1) mes de cuatro (4) referencias de cuñas en la franja de 5 a.m. a 6 a.m. y en el noticiero del mediodía:

Emisión de Ref 1 de cuñas en 118 municipios
Emisión de Ref 2 en 52 municipios
Emisión de Ref 3 en 55 municipios
Emisión de Ref 4 en 170 municipios

(VER CUADRO ANEXO)

Pauta en cadenas de alcance nacional durante un (1) mes, tres (3) días a la semana en la franja de 5 a.m. a 6 a.m., emisión de cuatro (4) referencias de cuñas (incluir a Radio Nacional). Pautar en Cartagena, San José del Guaviare, Popayán, Mocoa, Florencia, Villavicencio, Barranquilla, Arauca, Medellín, Cali, Pasto, Montería, Sincelejo Riohacha, Santa Marta, Cúcuta y Quibdó

4 PAUTA DIGITAL

Diseñar e implementar un plan de pauta en medios digitales de la Agencia de Renovación del Territorio ART con el propósito de divulgar contenidos para informar a los ciudadanos de las noticias y programas de la entidad, por medio de las redes sociales y buscadores de mayor uso y penetración en el país (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Google, entre otros), para generar tráfico y posicionar la página web de la Entidad.

Se definirá una bolsa por 80 millones de pesos para la pauta y la ART de acuerdo con la importancia de los contenidos, campañas o coyunturas, la entidad solicitará al contratista el plan de pauta digital para cada actividad y se irá descontando de la bolsa.

Incluir en el plan el valor total y específico de cada campaña y anuncio, la segmentación de públicos, el costo, el valor de las impresiones, clics, reproducciones o interacciones (según el objetivo de la campaña), los canales a emplear y la justificación de los mismos. Informe diario de rendimiento de la misma, así como el análisis de la métrica y las recomendaciones para una mejor aprovechamiento de la misma.

5 RELACIONAMIENTO CON PERIODISTAS Y MEDIOS

Apoyar la logística de **20 visitas de periodistas** de los principales medios de comunicación nacionales e internacional (con presencia en Bogotá) a zonas en las que interviene la ART, en el marco de la estrategia de visibilidad institucional.
El apoyo se realiza de acuerdo con las instrucciones de la ART, quien coordinará a los periodistas y las zonas que visitarán.





6 PRODUCCIÓN DE IMPRESOS	
	Periódico: diseño, diagramación e impresión de pieza con las siguientes especificaciones: Papel periódico de 60 gramos 35 cm alto x 25 cms de ancho 20 página (10 hojas) 2 tintas 30.000 ejemplares
	Cartilla de fortalecimiento: impresión de cartillas cocidas con hilo cerrado, tamaño 20 cm de ancho x 25 de alto cerrada, en papel bond 90 gr, caratula de 200 gr , hojas interiores de 70 gr a 2 tintas, 12 páginas, 500 ejemplares
	Plegable participación: plegable a 3 cuerpos, abierto 42 cm de ancho x 21 de alto, cada cuerpo de 14 cm de ancho x 21 cm de alto, tiro y retiro, 2 tintas, bond 70 gramos, 200.000 ejemplares
	Plegable: plegable a 3 cuerpos, abierto 42 cm de ancho x 21 de alto, cada cuerpo de 14 cm de ancho x 21 cm de alto, tamaño completo de 42 cm x 21 cm, tiro y retiro, 2 tintas, bond 70 gramos, 500 ejemplares
	Plegable: plegable a 3 cuerpos, abierto 42 cm de ancho x 21 de alto, cada cuerpo de 14 cm de ancho x 21 cm de alto, tiro y retiro, 2 tintas, bond 70 gramos, 500 ejemplares

Descripción: Acuerdo de Nivel de Servicio.

1. **Preproducción, producción y posproducción de cinco (5) videos pedagógicos animados entre 2 y 3 minutos cada uno.**

Características del proceso de entrega de producto:

- a) El contratista deberá recibir información clara por parte de la ART sobre el objetivo de la pieza que se va a realizar e información técnica que permita su desarrollo.
- b) Una vez entregada esta información el contratista tendrá tres (3) días hábiles para presentar la propuesta de la primera pieza. La segunda propuesta se entregará tres (3) días calendario después, la tercera tres (3) días calendario después, la cuarta tres (3) días calendario después, y la quinta tres (3) días calendario después.
- c) El contratista presentará una propuesta de Story board, como documento que describe el tratamiento visual y narrativo de la pieza.
- d) Dentro de la propuesta que presentará el contratista deben contemplarse 3 alternativas distintas de técnica animada que se usará.
- e) Una vez aprobado esta propuesta por parte de la ART, tendrá diez (10) días hábiles para desarrollarla.
- f) Una vez terminada la pieza, el contratante tendrá una opción para revisar cambios de forma que permitan optimizar la calidad del producto.
- g) La pieza será entregada en formatos que permitan su visualización en alta calidad y en calidad para uso web.
- h) Adicionalmente el contratista hará entrega de todo el material producido para la pieza, independiente de si fue utilizado en esta misma.

Carrera 7 No. 32 -24 Centro empresarial San Martín Torre Sur
(Pisos del 36 al 40)
PBX: 57 (1) 422 10 30 – Bogotá, Colombia





- i) Los derechos de autor de las piezas corresponderán a la ART.

2. Preproducción, producción y posproducción de un (1) video para Código Cívico de 30 segundos en formato de alta resolución de acuerdo con las especificaciones requeridas por la Autoridad Nacional de Televisión - ANTV.

Características del proceso de entrega de producto:

- a) El contratista deberá recibir información clara sobre el objetivo de la pieza que se va a realizar e información técnica que permita su desarrollo.
- b) Una vez entregada esta información el contratista tendrá tres (3) días hábiles para presentar la propuesta de la pieza.
- c) El contratista presentará una propuesta de Story board, como documento que describe el tratamiento visual y narrativo de la pieza.
- d) El equipo de producción deberá trasladarse hasta un territorio en donde la ART se encuentre trabajando con la comunidad, a través de programas como Pdet, Pic y 5051.
- e) El video contendrá recursos de graficación y/o animación que permitan facilitar la interpretación de la narrativa.
- f) Una vez aprobado esta propuesta por parte de la ART, tendrá ocho días hábiles para desarrollarla.
- g) Una vez terminada la pieza, el contratante tendrá una opción para revisar cambios de forma que permitan optimizar la calidad del producto.
- h) La pieza será entregada en formatos que permitan su visualización en alta calidad y en calidad para uso web.
- i) Adicionalmente el contratista hará entrega de todo el material producido para la pieza, independiente de si fue utilizado en esta misma.
- j) Los derechos de autor de la pieza corresponderán a la ART.

3. Preproducción, producción y posproducción de un (1) documental de 11 a 28 minutos en formato HD, que incluya tomas aéreas, uso de dolly y demás equipos necesarios para la grabación en mínimo 6 municipios en los que interviene la ART y posproducción con traducción a lengua de señas.

Características del proceso de entrega de producto:

- a) El contratista deberá recibir información clara sobre el objetivo de la pieza que se va a realizar e información técnica que permita su desarrollo.
- b) El contratista presentará una propuesta de Story board, como documento que describe el tratamiento visual y narrativo de la pieza.
- c) Una vez entregada esta información el contratista tendrá diez días para presentar la propuesta de la pieza.
- d) El equipo de producción deberá trasladarse hasta un territorio en donde la ART se encuentre trabajando con la comunidad, a través de programas como Pdet, Pic y 5051.
- e) El video contendrá recursos de graficación y/o animación que permitan facilitar la interpretación de la narrativa.
- f) Una vez aprobado esta propuesta por parte de la ART, tendrá 10 días hábiles para desarrollarla.
- g) Una vez terminada la pieza, el contratante tendrá una opción para revisar cambios de forma que permitan optimizar la calidad del producto.
- h) La pieza será entregada en formatos que permitan su visualización en alta calidad y en calidad para uso web.
- i) Adicionalmente el contratista hará entrega de todo el material producido para la pieza, independiente de si fue utilizado en esta misma.





- j) Los derechos de autor de la pieza corresponderán a la ART.

4. Desarrollo de Landing page publicitario

Características del proceso de entrega de producto:

- a) La pieza tendrá las siguientes características:
- Landing principal
 - Cinco niveles de navegación
 - Diez subniveles con espacios habilitados para dos o tres tipos de galerías y videos.
- b) El material audiovisual en bruto será suministrado por la ART.
- c) La edición de las piezas estará a cargo del contratista
- d) El tiempo de los videos oscilará entre los 45 segundos y 1:30.
- e) Las fotografías serán suministradas conjuntamente entre la ART y el contratista.
- f) La ART entregará información clara sobre su función y sus programas que lleva a cabo.
- g) Una vez la ART entregue la información, el contratista tendrá cinco días calendario para presentar una propuesta de lo que será la pieza.
- h) El contratista presentará una propuesta detallada del manejo conceptual, de contenidos escritos y visuales que harán parte de la pieza.
- i) Una vez esta propuesta sea aprobada por la ART el contratista tendrá 10 días hábiles para entregar la pieza.
- j) La redacción de los textos estará a cargo del contratista
- k) La pieza tendrá mapa con opciones de zoom (pop ups) para ampliar la información.
- l) El contratista deberá entregar la administración de la pieza con código abierto.
- m) Los recursos utilizados deberán estar libres de derechos de autor. Si fueron adquiridos la ART tendrá derecho al uso posterior de esos recursos.
- n) Recursos visuales como el diseño, graficación y animación estarán a cargo del contratista.
- o) Una vez el contratista entregue la pieza, la ART tendrá tres oportunidades para realizar ajustes de forma.
- p) El contratista deberá contratar una pauta en medios digitales por tres semanas nacionales: El Tiempo.com y La Silla Vacía.
- q) El contratista deberá contratar una pauta regional: El País, El Colombiano, El Meridiano y Diario del Sur.
- r) En cuanto a la pauta en medios nacionales y regionales, esta debe operar bajo las siguientes características:
Debe ir ubicada en el home del sitio web de los medios mencionados. La ubicación exacta de la pieza deberá ser acordada con el medio de comunicación. Este criterio se basa a partir de las características de cada sitio web. El tiempo de publicación de pauta corresponderá a tres semanas (calendario).

5. Realización de cuatro (4) referencias de cuñas radiales

Características del proceso de entrega de producto:

Para la realización de las piezas solicitadas (referencia 1 del PDET; referencia 2 PIC y Vías para la Paz, referencia 3 de proyectos productivos de, referencia 4 de Obras por Impuestos) el contratista deberá prestar los siguientes servicios:

- a) Edición de las piezas.
- b) Masterización de las piezas.
- c) Musicalización y marcada de cuatro referencias de cuñas.
- d) Las cuñas tendrán una duración de 20 segundos.
- e) Los derechos de autor de la pieza corresponderán a la ART.

Carrera 7 No. 32 -24 Centro empresarial San Martín Torre Sur
(Pisos del 36 al 40)
PBX: 57 (1) 422 10 30 – Bogotá, Colombia

www.mayordomio.com.co





- f) Locución de 1 o 2 personajes por referencia.
- g) Derechos por 1 año para radio Colombia, eventos y digital.
- h) Horas de estudio de grabación.
- i) Mezcla- sonorización.
- j) Una vez la pieza sea finalizada por parte del contratista deberá ser revisada por la ART. En este proceso de revisión la ART tendrá una opción para realizar ajustes.
- k) Las piezas deben entregarse en formato MP3 de alta calidad.
- l) El tiempo de entrega de las piezas corresponde a 3 días hábiles.
- m) La entrega de la musicalización y locución se debe hacer por separado.

6. Realización de serie radial con 16 microprogramas.

Características del proceso de entrega de producto:

- a) Las piezas tendrán una duración de cinco minutos cada una.
- b) Los derechos de autor de la pieza corresponderán a la ART.
- c) Locución de 1 o 2 personajes por referencia.
- d) Derechos por 1 año para radio Colombia, eventos y digital.
- e) Horas de estudio de grabación.
- f) Mezcla- sonorización.
- g) La producción de la serie incluye trabajo periodístico.
- h) Los libretos serán redactados por el contratista.
- i) La producción periodística correrá por cuenta del contratista.
- j) El contratista deberá entregar un esqueleto/descripción detallada de cómo se 6.14. distribuirán los cinco minutos de la pieza.
- k) Una vez sea aprobado este esqueleto/descripción, el contratista tendrá entre tres y cuatro días hábiles para entregar cada emisión.
- l) Edición de las piezas.
- m) Masterización de las piezas.
- n) Musicalización y marcada de las 16 referencias.
- o) Una vez la pieza sea finalizada por parte del contratista deberá ser revisada por la ART. En este proceso de revisión la ART tendrá una opción para realizar ajustes.
- p) La ART entregará insumos básicos sobre los programas que maneja.

7. Pauta regional en emisoras comerciales de 170 municipios y ciudades capitales de 19 departamentos con emisión durante un (1) mes de cuatro (4) referencias de cuñas en la franja de 5 a.m. a 6 a.m. y en el noticiero del mediodía:

Características del proceso de entrega de producto:

- a) Las piezas serán entregadas por la ART
- b) La piezas tendrán una duración de 20 segundos, cada una.
- c) La parrilla de programación será diseñada conjuntamente entre el contratista y la ART.
- d) El contratista deberá incluir emisoras que sean sugeridas por el contratante.
- e) La bonificación de las cuñas que entreguen las emisoras será organizada conjuntamente entre el contratista y el contratante.
- f) La emisión de las cuñas se realizará de la siguiente manera y en los siguientes municipios:





Emisión de Ref 1 (PDET) de cuñas en 118 municipios.
 Emisión de Ref 2 (PIC y VÍAS) en 52 municipios.
 Emisión de Ref 3 (PRODUCTIVOS) en 55 municipios.
 Emisión de Ref 4 (OBRAS POR IMPUESTOS) en 170 municipios.

LISTADO DE MUNICIPIOS PARA PAUTA:

Subregión	Departamentos	Municipios	PDET	PIC	VÍAS	Productivos
ALTO PATÍA - NORTE DEL CAUCA Departamentos: 3 Municipios: 24	CAUCA Municipios: 17	ARGELIA	PDET			
		BALBOA	PDET			
		BUENOS AIRES	PDET	PIC	50/5 1	
		CAJIBÍO	PDET			
		CALDONO	PDET	PIC	50/5 1	Productivos
		CALOTO	PDET			
		CORINTO	PDET			
		EL TAMBO	PDET	PIC	50/5 1	
		JAMBALÓ	PDET			
		MERCADERES	PDET			
		MIRANDA	PDET	PIC	50/5 1	
		MORALES	PDET			Productivos
		PATÍA	PDET			
		PIENDAMÓ	PDET			
		SANTANDER DE QUILICHAO	PDET			
		SUÁREZ	PDET			
		TORIBÍO	PDET			
	NARIÑO Municipios: 5	CUMBITARA	PDET			
		EL ROSARIO	PDET			
		LEIVA	PDET	PIC	50/5 1	
		LOS ANDES	PDET	PIC	50/5 1	
		POLICARPA	PDET	PIC	50/5 1	

Carrera 7 No. 32 -24 Centro empresarial San Martín Torre Sur
 (Pisos del 36 al 40)
 PBX: 57 (1) 422 10 30 – Bogotá, Colombia

www.renovacionterritorio.gov.co





RENOVACIÓN DEL TERRITORIO



GOBIERNO DE COLOMBIA

	VALLE DEL CAUCA Municipios: 2	FLORIDA PRADERA	PDET PDET			
ARAUCA Departamentos: 1 Municipios: 4	ARAUCA Municipios: 4	ARAUQUITA	PDET	PIC		Productivos
		FORTUL	PDET			
		SARAVENA	PDET			
		TAME	PDET			
BAJO CAUCA Y NORDESTE ANTIOQUEÑO Departamentos: 1 Municipios: 13	ANTIOQUIA Municipios: 13	AMALFI	PDET			
		ANORÍ	PDET	PIC	50/5 1	Productivos
		BRICEÑO	PDET	PIC	50/5 1	
		CÁCERES	PDET	PIC	50/5 1	Productivos
		CAUCASIA	PDET			Productivos
		EL BAGRE	PDET			Productivos
		ITUANGO	PDET	PIC	50/5 1	
		NECHÍ	PDET			Productivos
		REMEDIOS	PDET	PIC	50/5 1	
		SEGOVIA	PDET			
		TARAZÁ	PDET			Productivos
		VALDIVIA	PDET			
		ZARAGOZA	PDET			Productivos
CATATUMBO Departamentos: 1 Municipios: 8	NORTE DE SANTANDER Municipios: 8	CONVENCIÓN	PDET			
		EL CARMEN	PDET			
		EL TARRA	PDET	PIC	50/5 1	
		HACARÍ	PDET			
		SAN CALIXTO	PDET			
		SARDINATA	PDET			
		TEORAMA	PDET	PIC	50/5 1	
		TIBÚ	PDET	PIC	50/5 1	
PACÍFICO MEDIO Departamentos: 2 Municipios: 4	CAUCA Municipios: 3	GUAPÍ	PDET			
		LÓPEZ DE MICAY	PDET			
		TIMBIQUÍ	PDET			
	VALLE DEL CAUCA Municipios: 1	BUENAVENTURA*	PDET			Productivos
PACÍFICO Y FRONTERA	NARIÑO Municipios: 11	BARBACOAS	PDET	PIC	50/5 1	

Carrera 7 No. 32 -24 Centro empresarial San Martín Torre Sur
(Pisos del 36 al 40)
PBX: 57 (1) 422 10 30 – Bogotá, Colombia

www.renovacionterritorio.gov.co





RENOVACIÓN DEL TERRITORIO



GOBIERNO DE COLOMBIA

NARIÑENSE Departamentos: 1 Municipios: 11		EL CHARCO	PDET			
		LA TOLA	PDET			
		MAGÜÍ	PDET			
		MOSQUERA	PDET			
		OLAYA HERRERA	PDET	PIC	50/5 1	
		FRANCISCO PIZARRO	PDET			
		RICAUARTE	PDET			
		ROBERTO PAYÁN	PDET	PIC	50/5 1	
		SANTA BÁRBARA	PDET			
		SAN ANDRÉS DE TUMACO*	PDET	PIC	50/5 1	Productivos
PUTUMAYO Departamentos: 1 Municipios: 9	PUTUMAYO Municipios: 9	MOCOA*	PDET			
		ORITO	PDET	PIC	50/5 1	Productivos
		PUERTO ASÍS	PDET	PIC	50/5 1	Productivos
		PUERTO CAICEDO	PDET	PIC	50/5 1	
		PUERTO GUZMÁN	PDET			
		PUERTO LEGUÍZAMO	PDET	PIC	50/5 1	Productivos
		SAN MIGUEL	PDET	PIC	50/5 1	Productivos
		VALLE DEL GUAMUEZ	PDET	PIC	50/5 1	Productivos
SIERRA NEVADA - PERIJÁ Departamentos: 3 Municipios: 15	CESAR Municipios: 8	VILLAGARZÓN	PDET	PIC	50/5 1	
		VALLEDUPAR*	PDET			
		AGUSTÍN CODAZZI	PDET			
		BECERRIL	PDET			
		LA JAGUA DE IBIRICO	PDET			
		PUEBLO BELLO	PDET			
	LA GUAJIRA Municipios: 3	LA PAZ	PDET	PIC	50/5 1	Productivos
		SAN DIEGO	PDET			
		MANAURE	PDET	PIC		
		DIBULLA	PDET			
		FONSECA	PDET	PIC	50/5 1	Productivos

Carrera 7 No. 32 -24 Centro empresarial San Martín Torre Sur
(Pisos del 36 al 40)
PBX: 57 (1) 422 10 30 – Bogotá, Colombia

www.renovacionterritorio.gov.co





	MAGDALENA Municipios: 4	SAN JUAN DEL CESAR	PDET			
		SANTA MARTA*	PDET			Productivos
		ARACATACA	PDET			
		CIÉNAGA	PDET			
		FUNDACIÓN	PDET			
SUR DE BOLÍVAR Departamentos: 2 Municipios: 7	ANTIOQUIA Municipios: 13	YONDÓ	PDET			
		ARENAL	PDET			
	BOLÍVAR Municipios: 6	CANTAGALLO	PDET			
		MORALES	PDET			
		SAN PABLO	PDET			
		SANTA ROSA DEL SUR	PDET			
		SIMITÍ	PDET			
SUR DE CÓRDOBA Departamentos: 1 Municipios: 5	CÓRDOBA Municipios: 5	MONTELÍBANO	PDET	PIC	50/5 1	Productivos
		PUERTO LIBERTADOR	PDET			Productivos
		SAN JOSÉ DE URÉ	PDET			Productivos
		TIERRALTA	PDET	PIC	50/5 1	Productivos
		VALENCIA	PDET			
SUR DEL TOLIMA Departamentos: 1 Municipios: 4	TOLIMA Municipios: 4	ATACO	PDET			Productivos
		CHAPARRAL	PDET			Productivos
		PLANADAS	PDET	PIC	50/5 1	Productivos
		RIOBLANCO	PDET			Productivos
URABÁ ANTIOQUEÑO Departamentos: 1 Municipios: 8	ANTIOQUIA Municipios: 8	APARTADÓ*	PDET			
		CAREPA	PDET			
		CHIGORODÓ	PDET			
		DABEIBA	PDET	PIC	50/5 1	Productivos
		MUTATÁ	PDET			
		NECOCLÍ	PDET			
		SAN PEDRO DE URABÁ	PDET			
		TURBO	PDET			Productivos
CHOCÓ Departamentos: 2 Municipios: 14	ANTIOQUIA Municipios: 2	MURINDÓ	PDET			
		VIGÍA DEL FUERTE	PDET	PIC	50/5 1	Productivos
		ACANDÍ	PDET			

Carrera 7 No. 32 -24 Centro empresarial San Martín Torre Sur
(Pisos del 36 al 40)
PBX: 57 (1) 422 10 30 – Bogotá, Colombia

www.renovacionterritorio.gov.co





	CHOCÓ Municipios: 12	BOJAYÁ	PDET			
		CARMEN DEL DARIÉN	PDET	PIC		
		CONDOTO	PDET			
		EL LITORAL DEL SAN JUAN	PDET			
		ISTMINA	PDET			
		MEDIO ATRATO	PDET			
		MEDIO SAN JUAN	PDET			
		NÓVITA	PDET			
		RIOSUCIO	PDET	PIC	50/5 1	
		SIPÍ	PDET			
		UNGUÍA	PDET			
		CUENCA DEL CAGUÁN Y PIEDEMONTES CAQUETEÑO Departamentos: 2 Municipios: 17	CAQUETÁ Municipios: 16	FLORENCIA*	PDET	
ALBANIA	PDET					
BELÉN DE LOS ANDAQUÍES	PDET			PIC	50/5 1	
CARTAGENA DEL CHAIRÁ	PDET			PIC	50/5 1	
CURILLO	PDET					Productivos
EL DONCELLO	PDET					Productivos
EL PAUJÍL	PDET			PIC	50/5 1	Productivos
LA MONTAÑITA	PDET			PIC	50/5 1	Productivos
MILÁN	PDET					
MORELIA	PDET					Productivos
PUERTO RICO	PDET					Productivos
SAN JOSÉ DEL FRAGUA	PDET					
SAN VICENTE DEL CAGUÁN	PDET			PIC	50/5 1	Productivos
SOLANO	PDET					
SOLITA	PDET					
VALPARAÍSO	PDET			Productivos		
	HUILA Municipios: 1	ALGECIRAS	PDET			Productivos
MACARENA - GUAVIARE	META Municipios: 8	MAPIRIPÁN	PDET			
		MESETAS	PDET	PIC	50/5 1	Productivos

Carrera 7 No. 32 -24 Centro empresarial San Martín Torre Sur
(Pisos del 36 al 40)
PBX: 57 (1) 422 10 30 – Bogotá, Colombia

www.renovacionterritorio.gov.co





Departamentos: 2 Municipios: 12	LA MACARENA	LA MACARENA	PDET	PIC	50/5 1	
		URIBE	PDET	PIC	50/5 1	
		PUERTO CONCORDIA	PDET			
		PUERTO LLERAS	PDET			
		PUERTO RICO	PDET	PIC	50/5 1	
		VISTAHERMOSA	PDET	PIC	50/5 1	Productivos
	GUAVIARE Municipios: 12	SAN JOSÉ DEL GUAVIARE*	PDET	PIC	50/5 1	Productivos
		CALAMAR	PDET			
		EL RETORNO	PDET	PIC	50/5 1	Productivos
		MIRAFLORES	PDET	PIC	50/5 1	
MONTES DE MARÍA Departamentos: 2 Municipios: 15	BOLÍVAR Municipios: 7	CÓRDOBA	PDET			
		EL CARMEN DE BOLÍVAR	PDET			
		EL GUAMO	PDET			
		MARÍA LA BAJA	PDET			
		SAN JACINTO	PDET			
		SAN JUAN NEPOMUCENO	PDET			
		ZAMBRANO	PDET			
	SUCRE Municipios: 8	COLOSÓ	PDET			
		CHALÁN	PDET			
		LOS PALMITOS	PDET			
		MORROA	PDET			
		OVEJAS	PDET			
		PALMITO	PDET			
		SAN ONOFRE	PDET			
		TOLÚ VIEJO	PDET			

8. Pauta en cadenas de alcance nacional durante un (1) mes, tres (3) días a la semana en la franja de 5 a.m. a 6 a.m., emisión de cuatro (4) referencias de cuñas (incluir a Radio Nacional).

Características del proceso de entrega de producto:

Carrera 7 No. 32 -24 Centro empresarial San Martín Torre Sur
(Pisos del 36 al 40)
PBX: 57 (1) 422 10 30 – Bogotá, Colombia

www.renovacionterritorio.gov.co





- a) Pautar en Cartagena, San José del Guaviare, Popayán, Mocoa, Florencia, Villavicencio, Barranquilla, Arauca, Medellín, Cali, Pasto, Montería, Sincelejo Riohacha, Santa Marta, Cúcuta y Quibdó.
- b) Las piezas serán entregadas por la ART.
- c) Piezas tendrán una duración de 20 segundos, cada una.
- d) La parrilla de programación será diseñada conjuntamente entre el contratista y la ART.
- e) El contratista deberá incluir emisoras que sean sugeridas por el contratante.
- f) La bonificación de las cuñas que entreguen las emisoras será organizada conjuntamente entre el contratista y el contratante.

9. Diseñar e implementar un plan de pauta en medios digitales de la Agencia de Renovación del Territorio ART con el propósito de divulgar contenidos para informar a los ciudadanos de las noticias y programas de la entidad, por medio de las redes sociales y buscadores de mayor uso y penetración en el país (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Google, entre otros), para generar tráfico y posicionar la página web de la Entidad.

Características del proceso de entrega de producto:

- a) Se definirá una bolsa por 80 millones de pesos para la pauta y la ART de acuerdo con la importancia de los contenidos, campañas o coyunturas, la entidad solicitará al contratista el plan de pauta digital para cada actividad y se irá descontando de la bolsa.
- b) Incluir en el plan de pauta digital el valor total y específico de cada campaña y anuncio
- c) También incluir la segmentación de públicos, el costo, el valor de las impresiones, número de Clics, reproducciones o interacciones (según el objetivo de la campaña) y los canales a emplear y la justificación de los mismos.
- d) Informe diario de rendimiento de la misma, así como el análisis de la métrica y las recomendaciones para un mejor aprovechamiento de la misma.

10. Apoyar la logística de 20 visitas de periodistas de los principales medios de comunicación nacionales e internacional (con presencia en Bogotá) a zonas en las que interviene la ART, en el marco de la estrategia de visibilidad institucional.

Características del proceso de entrega de producto:

- a) El contratista costeará los traslados aéreos y terrestres de los periodistas a zonas, sea municipios y sus veredas, en donde la ART cuenta con los programas PDET, PIC y 5051. (en cuadro pasado se encuentra listado de municipios).
- b) En total el contratista costeará un promedio de 20 traslados a las zonas especificadas atrás.
- c) Los traslados aéreos incluyen lugar de origen a lugar de destino, y regreso.
- d) Los traslados terrestres se apoyarán durante dos días de recorridos en el municipio donde arriban y veredas a las que se requiera realizar el traslado.
- e) La ART realizará la gestión ante los periodistas y definirá las zonas en las que se van a apoyar los traslados.

11. Producción de impresos

Características del proceso de entrega de producto:

- a) El contratista deberá pasar para aprobación de la Oficina de Comunicaciones, las artes, machotes y pruebas de impresión antes de imprimir los productos.
- b) Todos los productos impresos serán entregados a la ART en su sede en Bogotá.

Carrera 7 No. 32 -24 Centro empresarial San Martín Torre Sur
(Pisos del 36 al 40)
PBX: 57 (1) 422 10 30 – Bogotá, Colombia





11.1 Periódico

- a) Diseño, diagramación e impresión de pieza con las siguientes especificaciones:
- b) Impresión de 30.000 ejemplares de un periódico de 20 páginas en formato de medidas de 35 cm alto x 25 cms de ancho
Papel periódico de 60 gramos, a 2 tintas.
- c) El diseño y montaje de la pieza correrá por cuenta del contratista.
- d) El suministro de fotografías correrá por cuenta de la ART y el contratista.
- e) Los textos estarán a cargo de la ART y se pasarán al contratista 15 días antes de la fecha de entrega del producto
- f) El contratista debe pasar para aprobación el arte del periódico tres días antes de pasar al proceso de impresión.

11.2 Cartilla de fortalecimiento

- a) Impresión de cartillas cocidas con hilo cerrado, tamaño 20 cm de ancho x 25 de alto cerrada, en papel bond 90 gr, caratula de 200 gr, hojas interiores de 70 gr a 2 tintas, 12 páginas, 500 ejemplares.
- b) Los textos y el diseño estarán a cargo de la ART.

11.3 Plegable participación

- a) Impresión de plegable a 3 cuerpos, abierto 42 cm de ancho x 21 de alto, cada cuerpo de 14 cm de ancho x 21 cm de alto, tiro y retiro, 2 tintas, bond 70 gramos, 200.000 ejemplares.
- b) Los textos y el diseño estarán a cargo de la ART y se pasarán al contratista 8 días antes de la fecha de entrega del producto.

Nota: El volumen de la presente referencia obedece a la amplia distribución que la pieza tendrá en todas las audiencias con las que la ART se comunica en cada una de las subregiones PDET las cuales incluyen un contenido escrito y grafico de enfoque diferente.

11.4 Plegable

- a) Impresión de plegable a 3 cuerpos, abierto 42 cm de ancho x 21 de alto, cada cuerpo de 14 cm de ancho x 21 cm de alto, tamaño completo de 42 cm x 21 cm, tiro y retiro, 2 tintas, bond 70 gramos, 500 ejemplares.
- b) Los textos y el diseño estarán a cargo de la ART y se pasarán al contratista 8 días antes de la fecha de entrega del producto.

11.5 Plegable

- a) Impresión de plegable a 3 cuerpos, abierto 42 cm de ancho x 21 de alto, cada cuerpo de 14 cm de ancho x 21 cm de alto, tiro y retiro, 2 tintas, bond 70 gramos, 500 ejemplares.
- b) Los textos y el diseño estarán a cargo de la ART y se pasarán al contratista 8 días antes de la fecha de entrega del producto

NOTA: Para todo el material impreso el contratista deberá cumplir con lo establecido en el Decreto 4326 DE 2011, Decreto 019 de 2012 y Directiva Presidencial 06 de 2016 relacionado con la política de austeridad y condiciones de los impresos de las entidades públicas.

12 Componentes operacionales.

Capacidad en infraestructura:

El seleccionado deberá contar con la infraestructura necesaria de producción tales como: estudios de radio, equipos para producción y edición de video, capacidades de producción audiovisual, gráfica, digital y capacidades de planeación y ordenación de medios.

Carrera 7 No. 32 -24 Centro empresarial San Martin Torre Sur
(Pisos del 36 al 40)
PBX: 57 (1) 422 10 30 – Bogotá, Colombia



RENOVACIÓN
POSCONFLICTO





El contratista será el encargado de la difusión, promoción y monitoreo de todas las pautas publicitarias así mismo deberá garantizar que las pautas sean publicadas en los horarios solicitados por el Fondo Colombia en Paz PA-FCP, cumpliendo con los requerimientos de tiempo y calidad exigidos, con el propósito de que el mensaje transmitido genere el mejor impacto posible en la ciudadanía.

Gestión estratégica:

La agencia debe contar con el conocimiento integral del Acuerdo Final para la Terminación del Conflicto y la Construcción de una Paz Estable y Duradera, así como del entorno del Gobierno para proyectar estratégicamente las acciones de comunicación adecuadas. La anterior información podrá ser suministrada por la ART.

Planeación y presentación de los propuestas para pauta de radio y digital:

El contratista deberá estar en capacidad de diseñar los planes y propuestas para pauta que garanticen la mayor cobertura, oportunidad, eficiencia, calidad y economía.

Informes y seguimiento:

La empresa contratista deberá entregar reportes diarios e informes quincenales de estadísticas y seguimiento de la pauta tanto en radio como digital.

Gestión ATL:

Implementar las estrategias definidas con la creación y producción de campañas de comunicación, con un planteamiento claro de objetivos, procesos, tiempos y optimización de recursos; diseñar y producir todo tipo de material de comunicación para medios convencionales (ATL) y tales como, videos, productos web, cuñas radiales, impresos y publicaciones en general.

Gestión administrativa:

Garantizar la contratación y administración de terceros dentro de los mejores estándares de calidad, costos y condiciones competitivas. Administrar con eficiencia el presupuesto autorizado para el desarrollo de campañas; atender los acuerdos de operación que se convengan para el desarrollo de la gestión; garantizar la debida confidencialidad por parte de su empresa y los terceros subcontratados; garantizar la idoneidad y compromiso del equipo profesional asignado; mantener en custodia y debidamente organizado el histórico de campañas y piezas realizadas; cumplir con todos los procesos administrativos de registro, contratación, facturación, y demás que a que se obliguen contractualmente.

Carrera 7 No. 32 -24 Centro empresarial San Martín Torre Sur
(Pisos del 36 al 40)
PBX: 57 (1) 422 10 30 – Bogotá, Colombia





CRONOGRAMA DE ENTREGA DE PRODUCTOS

ITEM	ACTIVIDADES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
1	PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN						
	Preproducción, producción y posproducción de cinco (5) videos pedagógicos animados entre 2 y 3 minutos cada uno						
	Preproducción, producción y posproducción de un (1) video para Código Cívico de 30 segundos						
	Preproducción, producción y posproducción de un (1) documental de 11 a 28 minutos en formato HD, que incluya tomas aéreas, uso de dolly y demás equipos necesarios para la grabación en mínimo 6 municipios en los que interviene la ART y posproducción con traducción a lengua de señas.						
	Desarrollo de una (1) Landing page con un landing principal, 5 niveles de navegación, 10 subniveles con espacios habilitados para dos o tres tipos de galerías y videos, mapa con opciones de zoom (pop ups) para ampliar la información. Entrega de administración con código abierto. Con pauta en medios digitales por tres meses nacionales : El Tiempo.com y La Silla Vacía Pauta regional: El País, El Colombiano, El Meridiano y Diario del Sur						
2	PRODUCCIÓN DE RADIO						

Carrera 7 No. 32 -24 Centro empresarial San Martín Torre Sur
(Pisos del 36 al 40)
PBX: 57 (1) 422 10 30 – Bogotá, Colombia

www.renovacionterritorio.gov.co





<p>Realizar la locución, edición, masterización, musicalización y marcada de cuatro (4) referencias de cuñas: referencia 1 del PDET; referencia 2 PIC y Vías para la Paz de 20", referencia 3 de proyectos productivos de 20", referencia 4 de Obras por Impuestos de 20".</p> <p>Locución de 1 o 2 personajes por referencia.</p> <p>Derechos por 1 año para radio Colombia, eventos y digital</p> <p>Horas de estudio de grabación</p> <p>Mezcla- sonorización</p>						
<p>Preproducción producción y posproducción (edición, masterización y musicalización) de serie radial con 16 microprogramas de 5 minutos cada uno. La producción de la serie incluye trabajo periodístico.</p>						
3 PAUTA EN RADIO						
<p>Pauta regional en emisoras comerciales de 170 municipios y ciudades capitales de 19 departamentos con emisión durante un (1) mes de cuatro (4) referencias de cuñas en la franja de 5 a.m. a 6 a.m. y en el noticiero del mediodía:</p> <p>Emisión de Ref 1 de cuñas en 118 municipios</p> <p>Emisión de Ref 2 en 52 municipios</p> <p>Emisión de Ref 3 en 55 municipios</p> <p>Emisión de Ref 4 en 170 municipios</p>						





<p>Pauta en cadenas de alcance nacional durante un (1) mes, tres (3) días a la semana en la franja de 5 a.m. a 6 a.m., emisión de cuatro (4) referencias de cuñas (incluir a Radio Nacional). Pautar en Cartagena, San José del Guaviare, Popayán, Mocoa, Florencia, Villavicencio, Barranquilla, Arauca, Medellín, Cali, Pasto, Montería, Sincelejo Riohacha, Santa Marta, Cúcuta y Quibdó</p>						
4 PAUTA DIGITAL						
<p>Diseñar e implementar un plan de pauta en medios digitales de la Agencia de Renovación del Territorio ART con el propósito de divulgar contenidos para informar a los ciudadanos de las noticias y programas de la entidad, por medio de las redes sociales y buscadores de mayor uso y penetración en el país (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Google, entre otros), para generar tráfico y posicionar la página web de la Entidad.</p> <p>Se definirá una bolsa por 80 millones de pesos para la pauta y la ART de acuerdo con la importancia de los contenidos, campañas o coyunturas, la entidad solicitará al contratista el plan de pauta digital para cada actividad y se irá descontando de la bolsa.</p>						
<p>Incluir en el plan el valor total y específico de cada campaña y anuncio, la segmentación de públicos, el costo, el valor de las impresiones, clics, reproducciones o interacciones (según el objetivo de la campaña), los canales a emplear y la justificación de los mismos. Informe diario de rendimiento de la misma, así como el análisis de la métrica y las recomendaciones para una mejor aprovechamiento de la misma.</p>						
5 RELACIONAMIENTO CON PERIODISTAS Y MEDIOS						





<p>Apoyar la logística de 20 visitas de periodistas de los principales medios de comunicación nacionales e internacional (con presencia en Bogotá) a zonas en las que interviene la ART, en el marco de la estrategia de visibilidad institucional. El apoyo se realiza de acuerdo con las instrucciones de la ART, quien coordinará a los periodistas y las zonas que visitarán.</p>						
6 PRODUCCIÓN DE IMPRESOS						
<p>Periódico: diseño, diagramación e impresión de pieza con las siguientes especificaciones: Papel periódico de 60 gramos 35 cm alto x 25 cms de ancho 20 página (10 hojas) 2 tintas 30.000 ejemplares</p>						
<p>Cartilla de fortalecimiento: impresión de cartillas cocidas con hilo cerrado, tamaño 20 cm de ancho x 25 de alto cerrada, en papel bond 90 gr, caratula de 200 gr, hojas interiores de 70 gr a 2 tintas, 12 páginas, 500 ejemplares</p>						
<p>Plegable participación: plegable a 3 cuerpos, abierto 42 cm de ancho x 21 de alto, cada cuerpo de 14 cm de ancho x 21 cm de alto, tiro y retiro, 2 tintas, bond 70 gramos, 200.000 ejemplares</p>						
<p>Plegable: plegable a 3 cuerpos, abierto 42 cm de ancho x 21 de alto, cada cuerpo de 14 cm de ancho x 21 cm de alto, tamaño completo de 42 cm x 21 cm, tiro y retiro, 2 tintas, bond 70 gramos, 500 ejemplares</p>						
<p>Plegable: plegable a 3 cuerpos, abierto 42 cm de ancho x 21 de alto, cada cuerpo de 14 cm de ancho x 21 cm de alto, tiro y retiro, 2 tintas, bond 70 gramos, 500 ejemplares</p>						

EQUIPO DE TRABAJO REQUERIDO

Carrera 7 No. 32 -24 Centro empresarial San Martín Torre Sur
(Pisos del 36 al 40)
PBX: 57 (1) 422 10 30 – Bogotá, Colombia

www.renovacionterritorio.gov.co





Los interesados deberán tener a su disposición un equipo de trabajo mínimo para el desarrollo de cada una de las actividades contractuales con las siguientes características:

CARGO	CANT.	REQUERIMIENTOS ACADÉMICOS	EXPERIENCIA
Presidente o CEO	1	Comunicador social o periodista / Administrador de empresas	Experiencia mínima de ocho (8) años relacionada con el desarrollo de cargos directivos y/o gerenciales en empresas cuyo objeto se relaciones con la agencia de medios de comunicación.
Redactor Senior	2	Comunicador social o periodista	Experiencia mínima de seis (6) años en proceso de redacción de contenidos de radio, prensa y televisión.
Director o Gerente de cuentas	2	Comunicador social o periodista	Experiencia mínima de cinco (5) años relacionada con el manejo o gerencias de cuentas para el manejo de medios de comunicación.
Productor de radio y T.V.	2	Comunicador social o periodista/ productor o formación de manejo de medios de comunicaciones	Experiencia mínima de cinco (5) años relacionada con la producción de contenidos para radio y t.v
Director o Estratega de medios	1	Comunicador Social o periodista	Experiencia mínima de cinco (5) años relacionada con la dirección de estrategias de medios de comunicación.

Nota 1. Con la presentación de la propuesta el Representante Legal deberá anexar carta de compromiso en la cual garantice la disponibilidad del personal solicitado, así como la acreditación de los perfiles en cuanto a formación y experiencia.

Nota 2. Se debe ofrecer y garantizar como mínimo el personal relacionado, los cuales no podrán ser reemplazados sin la autorización previa del supervisor designado por el PA-FCP.

Nota 3. La ART, verificará las hojas de vida de los profesionales requeridos.

Atentamente,


Jaime Hernando Triana Ciodaro
 Jefe Oficina de Comunicaciones ART

Revisó: Marcos Hernandez Vergara Asesor Dir General 

Carrera 7 No. 32 -24 Centro empresarial San Martín Torre Sur
 (Pisos del 36 al 40)
 PBX. 57 (1) 422 10 30 – Bogotá, Colombia

