



## ESTUDIOS PREVIOS CONTRATACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS

Versión: 7  
Fecha Act.: 2013/12/04  
Usuario: L.Ramírez

Visto Bueno Responsable: <u>[Firma]</u>
Fecha y hora entrega a Financiero: DD/MM/AAAA-HH-MM <u>25/06/2014 - 4:30 P.m.</u>
Observaciones: _____ _____ _____

Visto Bueno Financiero: <u>[Firma]</u>
Fecha y hora entrega a Jurídico: DD/MM/AAAA-HH-MM <u>24/06/2014</u>
Observaciones: _____ _____ _____

Visto Bueno Jurídico: <u>[Firma]</u>
Fecha y hora entrega a Responsable: DD/MM/AAAA-HH-MM <u>25/06/2014</u>
Observaciones: _____ _____ _____

### 1. FECHA DE ESTUDIOS PREVIOS:

16/06/2014

### 2. FUNDAMENTOS JURÍDICOS.

De conformidad con lo dispuesto en la:

**SOLICITUD PÚBLICA DE OFERTA**, Artículo 16, numeral 16.1 ☐,  
**SOLICITUD PRIVADA DE OFERTAS**, Artículo 16, numeral 16.2 ☒,  
**SOLICITUD CON UNA OFERTA**, Artículo 16, numeral 16.3 ☐.

De la Resolución de Junta Directiva No.002 del 30 de Julio de 2008, modificada por la Resolución 01 de 2011, se requiere la celebración de un contrato con las siguientes especificaciones:

### 3. DEFINICIÓN DE LA NECESIDAD.

Terminales de Transporte de Medellín S.A. en los últimos años, viene trabajando de manera enfática por hacer más expedita la labor comunicacional; la comprensión de los mensajes, el reconocimiento y posicionamiento institucional y la centralidad de las ideas, esto con el objetivo de generar contenidos más cercanos a los públicos y promover los diferentes proyectos y la gestión adelantada por la entidad, enfoque basado en lineamientos delimitados en el programa de gobierno del Alcalde Aníbal Gaviria Correa, donde se define la línea 5: institucionalidad para la vida y la equidad y en su construcción metodológica en el plan de desarrollo 2012-2015, en donde se plantea el establecimiento de estrategias comunicacionales y publicitarias para la articulación institucional con otros sectores de la ciudad, con la finalidad de mejorar los procesos de formación y el fomento de la participación poblacional para lograr procesos de ciudadanías activas conocedoras de sus derechos y responsabilidades, permitiendo posicionar a Medellín como una sociedad democrática y participativa.

De igual manera se plantea un objetivo superior de dicha línea, para fortalecer la institucionalidad a partir de la información, articulación e inclusión, en este contexto se plantean dos elementos estructurantes, uno de ellos es el promover una pedagogía de cultura y de transformación en valores que de sentido a la construcción de un orden social y ético, el otro se refiere a la comunicación y la información como bien público de la movilización de ciudadanías activas y de la institucionalidad. De allí que el plan de desarrollo "Medellín todos por la Vida", sugiere a las secretarías y entidades descentralizadas estructurar y aplicar los medios de comunicación necesarios para que la comunidad a nivel local y nacional conozca los proyectos y pueda tener la certeza que cada una de ellos tiene como propósito el bienestar y la comodidad de toda la comunidad, además de visibilizar la transparencia y la probidad de las instituciones de orden municipal.



## ESTUDIOS PREVIOS CONTRATACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS

La gestión de la comunicación integral, planificada e intencionada, trasciende y permea todos los espacios de la sociedad; llega a los diferentes públicos de la organización para transmitirles el valor de su quehacer, ganar su confianza y estimular su compromiso no sólo con el desarrollo institucional, sino también, y de manera especial, con las causas que ésta defiende, promueve y son su razón de existir.

La gestión en cada uno de los ámbitos de la comunicación pública, organizacional e informativa requiere mensajes unificados, coordinados y consecuentes con la misión, visión, políticas y proyectos institucionales y, para el caso particular de Terminales de Transporte de Medellín S.A. se pretende continuar desarrollando un trabajo que promueva las ventajas que tiene para la ciudadanía el uso de sus instalaciones, a través de la seguridad que se les proporciona, ligada a los servicios complementarios de la entidad que se unen para entregarle a las personas unas instalaciones físicas modernas, cómodas y seguras. Necesitamos promocionar los proyectos de impacto para la ciudad, que hacen de la empresa un eje articulador entre las regiones, el departamento y el país. La manera como los públicos se relacionan con la institución está marcada por la imagen que tengan de ella. La entidad que no se comunica no existe en la mente de su equipo de trabajo, de sus pares, de sus aliados, de sus críticos, ni de la sociedad a la cual sirve.

Realizar al interior de la organización campañas de comunicaciones y publicidad, por medio de diversos canales y soportados en conceptos creativos, investigados y con trasfondos persuasivos y de impacto, se convierte en una estrategia vital y viral para lograr los objetivos proyectados en el plan de proyección interna y externa de la empresa.

El área de comunicaciones de Terminales Medellín requiere de recursos técnicos y personal idóneo para la realización de estos productos en todas sus etapas, se necesita establecer un contrato que canalice y agrupe las necesidades específicas de desarrollos conceptuales, piezas audiovisuales, escritas, gráficas y sus respectivas transmisiones en medios de comunicación, porque elaborar varios contratos de carácter individual se podría incurrir en un manejo diverso de mensajes, imágenes y conceptos, es decir, para el éxito de una campaña y de un plan de medios se requiere de unidad en lineamientos comunicacionales y en criterios conceptuales definidos y con una constante del mensaje - copy.

Al implementar un contrato con un sólo proveedor que aglutine todas las necesidades de la organización estaremos beneficiándonos así:

- Mejores precios, debido a los descuentos comerciales y volúmenes que manejan la centrales para todos sus clientes.
- Planificación estratégica, las entidades brindan asesoría y un servicio de medios especializado sobre propuestas, medios, precios.

Además, necesitamos de un proveedor que cumpla con unas características básicas necesarias para el fin requerido:

\*Una productora audiovisual y un canal emisor que esté en capacidad de proveer el personal idóneo, capacitado y suficiente, así como los recursos técnicos, para desarrollar todas las etapas requeridas: investigación, presentación, preproducción, producción, postproducción y emisión de las piezas.

\* Una empresa que esté en capacidad de funcionar como central de medios, ejecutando entre otras, las siguientes actividades: compra de espacios, investigación, planificaciones de medios, control de aparición en medios y coordinación administrativa y financiera de la pauta publicitaria. Así mismo, que cuente con personal idóneo, capacitado y suficiente para encargarse de esta operación logística.

\* Una entidad que respalde los lineamientos públicos de ciudadanía y cultura ciudadana, que tenga una connotación de formación ciudadana, independencia, libertad y autonomía con la educación de la población, la comprensión crítica de la realidad y la formación de la opinión pública.

Para Terminales Medellín contratar publicidad y propaganda, tiene un efecto dinamizador de imagen ante sus públicos internos y externos, además, conservar en la memoria de las personas una idea favorable que conlleve hacia la meta de ocupar el puesto N°1 en la encuesta de Medellín Como Vamos, en donde Terminales Medellín en la actualidad ocupa en puesto N°3, es una de las metas del área de comunicaciones para el 2014, en consecuencia, el impacto creativo, la flexibilidad y la versatilidad que imprimen los medios radiofónicos y audiovisuales a la estrategia de



## ESTUDIOS PREVIOS CONTRATACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS

comunicación de Terminales Medellín y sus diferentes unidades estratégicas de negocio, serán un canal estratégico para impactar al público, generar conocimiento, recordación y cumplir con los objetivos propuestos de difusión.

Por ello, la entidad requiere de un contrato para elaborar e implementar estrategias de comunicación y medios en las diferentes campañas institucionales, informativas y educativas de acuerdo con las necesidades generadas por la oficina asesora de Comunicaciones de Terminales Medellín para la vigencia 2014.

La gestión informativa, por lo general, demanda el establecimiento de relaciones con los medios masivos y alternativos de comunicación. En el ámbito de la movilización social, las estrategias publicitarias buscan involucrar a los sujetos sociales, desde sus diferencias, a concertar metas comunes, a participar y "movilizarse" para incidir en el devenir local de acuerdo con los fines que persigue la entidad. Finalmente, en el ámbito corporativo deben contribuir a unificar el conjunto de símbolos, imágenes, estilos, lenguaje y demás particularidades de la presencia pública de la organización, con el fin de estimular la percepción de una imagen positiva de la misma entre sus públicos.

### 4. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN

Elaborar e implementar estrategias de comunicación y medios en las diferentes campañas informativas, educativas e institucionales de acuerdo con las necesidades generadas por la oficina asesora de Comunicaciones de Terminales Medellín para la vigencia 2014.

#### a. ALCANCE (ACTIVIDADES DEL CONTRATO)

Para el cumplimiento del objeto, el contratista asesorará y desarrollará estrategias de comunicación:

1. Conceptualización de campaña e identificación de piezas básicas ATL Y BTL recomendadas para para la difusión de los objetivos, recomendaciones y servicios de Terminales Medellín, además asesorará en marketing digital con enfoque en ejecución de estrategias comunicacionales en redes sociales y web para las plataformas de Terminales Medellín.
2. Elaboración de una pieza audiovisual corporativa para informar los servicios de Terminales Medellín y proyectar la imagen de la entidad.
3. Emisión del comercial de Terminales Medellín con duración de 30 segundos en cuatro (4) de los programas de más alto rating que pertenezcan a los canales regionales y locales de Medellín.
4. Implementación y puesta en marcha del plan de medios radiales e impresos para la transmisión de las cuñas de la entidad en medios de circulación local y/o regional delimitados para la difusión de los objetivos, recomendaciones y servicios de Terminales Medellín.

\*Adicionalmente deberá entregar una (1) copia en DVD de cada producto realizado y los respectivos soportes del cumplimiento de transmisión de pautas en los medios seleccionados.

#### b. Especificaciones Detalladas del Bien o Servicio a Adquirir u Obra Pública:

- \* Desarrollo de idea, planteamiento de estrategia y conceptualización de campaña comunicacional.
- \* Desarrollo de copy (frase – palabras claves) para campaña.
- \* Identificación y aplicación gráfica de piezas básicas publicitarias recomendadas para proyectar campaña.
- \* Diseño y ejecución de una estrategia de comunicación aplicable para redes sociales y web de las plataformas de Terminales Medellín, articulada con las conceptualizaciones de campaña manejadas por la entidad.



Versión: 7  
Fecha Act.: 2013/12/04  
Usuario: LRamírez

## ESTUDIOS PREVIOS CONTRATACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS

- \* Proveer del recurso técnico y el talento humano para la realización de los productos audiovisuales, sonoros y/o escritos requeridos por la oficina asesora de comunicaciones de acuerdo a las necesidades específicas.
- \* Pre producción, producción y posproducción de un (1) contenido audiovisual corporativo que permita informar sobre el quehacer de la empresa y sus enfoques estratégicos a proyectar.
- \* Emisión de comerciales de 30 segundos en cuatro (4) de los programas de más alto rating que pertenezcan a un canal regional – local de televisión.
- \* Diseñar plan de medios radiales e impresos de acuerdo con las necesidades de comunicación y directrices de Terminales Medellín.
- \* Realizar todos los trámites administrativos para contratar los medios aprobados en el plan, u otros que sean requeridos por parte de Terminales Medellín.
- \* Realizar la ordenación de la pauta de medios.
- \* Recoger oportunamente los materiales para publicar y/o pautar, de acuerdo con las necesidades de Terminales Medellín, en las fechas y lugares establecidos por la misma.
- \* Solicitar los certificados de emisión de pauta a los medios de comunicación contratados.
- \* Entregar a la oficina asesora de comunicaciones una vez terminada la pauta un informe que dé cuenta del cumplimiento de la misma.
- \* Controlar que la pauta sea emitida en los diferentes medios, en los horarios, días y espacios ordenados.

### c. Lugar Ejecución del Contrato:

Terminal Norte: ☐

Terminal Sur: ☐

Otro: ☒

Especificar Otro: Los diferentes sitios donde se localicen los negocios de Terminales Medellín, en el área urbana y rural de Medellín, además, de la locación de la empresa que realice la pre-producción, estrategias, ediciones y producción de contenidos.

### d. Plazo

190 días calendario contados a partir de la firma del acta de inicio. Fecha que en todo caso no podrá exceder del 31 de diciembre de 2014.

## 5. PRESUPUESTO OFICIAL

Centro de Costo	Código Rubro	Nombre Rubro	No. CDP	Fecha CDP (DD/MM/AAAA))	Valor
100	532205	Publicidad y propaganda	2211	16/06/2014	\$150.000.000

El presupuesto comprende todos los gastos e impuestos que demande la ejecución del contrato que se celebre.



## ESTUDIOS PREVIOS CONTRATACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS

Versión: 7  
Fecha Act.: 2013/12/04  
Usuario: LRamírez

### 6. FACTORES DE SELECCIÓN

CRITERIO DE SELECCIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CRITERIO	FORMULA PARA EVALUAR EL CRITERIO Y FORMA DE ACREDITARLO.	PUNTAJE DETERMINADO POR EL RESPONSABLE (TOTAL 1000)
CALIDAD (Certificaciones)			
OPORTUNIDAD			
PRECIO	El oferente que presente el menor precio, obtendrá 500 puntos, los demás se calificarán en forma proporcional al de mayor puntaje.	<b><math>P = 500 \times P_m / P_i</math></b> Dónde: <b>P:</b> Calificación por precio de la propuesta en estudio. <b>P<sub>m</sub>:</b> Precio de la propuesta de menor valor económico. <b>P<sub>i</sub>:</b> Precio de la propuesta en estudio.	<b>Subtotal: 500</b>
CAPACIDAD FINANCIERA			
EXPERIENCIA			
GRAN ALMACEN (éxito, homecenter, carrefour)			
CONVENIO			
PRECIOS CONTROLADOS O REGULADOS (Ej: Vigilancia, gasolina, )			
UNICO O EXCLUSIVO (Posee los derechos de autor, es propietario y proveedor exclusivo del bien o servicio en el mercado o para la entidad) Ej: Software, Hardware). Se solicitara certificado que lo valide como proveedor único o exclusivo			
OTROS	El oferente que presente más servicios adicionales o valores agregados.	<b>*3 o más servicios adicionales: 500 puntos.</b> <b>*2 servicios adicionales: 400 puntos.</b> <b>*1 servicio adicional: 300 puntos.</b> <b>*Quien no presente: 0 puntos.</b>	<b>Subtotal: 500</b>

### 7. ANÁLISIS DE RIESGOS

Se considera que por el monto del contrato a celebrar se debe exigir una póliza para garantizar el cumplimiento del contrato y la calidad de los servicios, según las especificaciones o necesidades requeridas por la Entidad.

El análisis final de riesgos cubiertos por las pólizas, estará a cargo de la Secretaría General.

### 8. UNIDAD ADMINISTRATIVA Y/O PROYECTO

Gerencia General - Oficina asesora de comunicaciones.

Ubicación: \\Sfconsole\Sat\SIG - Sistema Integrado de Gestion\Gestion de Bienes y Servicios \ Formatos \ Adq Bienes y Servicios



Versión: 7  
Fecha Act.: 2013/12/04  
Usuario: LRamírez

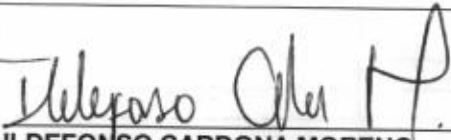
## ESTUDIOS PREVIOS CONTRATACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS

### 9. SUPERVISOR Y/ INTERVENTOR DEL CONTRATO:

Ildefonso Cardona Moreno, Jefe oficina asesora de comunicaciones.

**NOTA:** Estos estudios previos serán publicados en la Página Web hasta el 01 JUL 2014, con la finalidad de permitir una amplia participación en el presente proceso contractual. Las personas naturales y jurídicas que estén interesadas en participar deberán ponerse en contacto con el funcionario solicitante de la contratación: Paulina Mora Velásquez, CARGO: profesional universitaria mercadeo y comunicaciones CORREO: paulina.mora@terminalesmedellin.com, TELÉFONO: 267 70 75 Ext. 176.

Posterior a la publicación de los estudios previos el funcionario solicitante enviará las solicitudes de oferta a quienes manifestaron su interés de participación en el proceso contractual, teniendo en cuenta que de conformidad con el Manual de Contratación en la solicitud con una sola oferta mínimo debe hacerse una solicitud de oferta, en la solicitud privada de ofertas mínimo debe hacerse 3 solicitudes de ofertas y en la solicitud publica de oferta se realiza la convocatoria en la página Web.

  
**ILDEFONSO CARDONA MORENO**  
Cargo: Jefe oficina asesora de comunicaciones  
Correo electrónico: ildefonso.cardona@terminalesmedellin.com  
Teléfono: 267 70 75 Ext. 140

Elaboró: Paulina Mora Velásquez, profesional universitaria mercadeo y comunicaciones. *pu*