

 <p>MINISTERIO DE DEFENSA NACIONAL</p> <p><b>CAPROVIMPO</b></p> <p>Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía BIENESTAR Y EXCELENCIA</p>	<p><b>ESTUDIO PREVIO DE NECESIDAD CONVENIENCIA Y OPORTUNIDAD PARA LA CONTRATACIÓN DE BIENES, OBRAS O SERVICIOS</b></p>	FECHA APROBACIÓN:	<b>22/11/2013</b>
		VERSIÓN:	<b>001</b>
		CÓDIGO:	<b>GC-NA-FM-031</b>

**Bogotá, D.C., 21 de Marzo de 2014**

**DE: SUBGERENCIA DE VIVIENDA Y PROYECTOS**

**PARA: SUBGERENCIA ADMINISTRATIVA  
PROFESIONAL DE DEFENSA – GRUPO DE CONTRATACIÓN**

**I. DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD, CONVENIENCIA Y OPORTUNIDAD DE LOS BIENES, OBRAS O SERVICIOS A CONTRATAR.**

CAPROVIMPO ha diseñado e implementado una serie de estrategias de divulgación para promocionar los servicios y beneficios que presta así como, los diferentes modelos de solución de vivienda con que cuenta para facilitar a nuestros afiliados la adquisición de vivienda.

De igual manera, con el propósito de posicionar a la Entidad como una empresa financiera, competitiva y cercana a sus afiliados, que cumple con un objeto social, ha incluido en el plan de acción institucional, la realización de una serie de actividades que permitan dar a conocer ante los afiliados, medios de información, estamentos gubernamentales y la opinión pública en general, los proyectos y logros obtenidos en cumplimiento de su misión y visión.

Durante la vigencia del 2014, dentro del Plan Anual de Comunicaciones, se contempla el desarrollo de campañas de divulgación de los diferentes modelos de solución de vivienda, en el cual se destacan el Modelo Anticipado de Solución de Vivienda (MASVI), el Modelo Tradicional de 14 años (M 14), el Fondo de Solidaridad, así como el desarrollo de proyectos tipo ciudadela.

Para ello es necesaria la implementación de nuevas estrategias de posicionamiento y sostén de las existentes, que han brindado resultados provechosos en el acercamiento con los afiliados a través de un mensaje claro y conciso, brindando la información necesaria, dando a conocer y posicionar las ventajas, servicios y beneficios con que cuentan nuestros afiliados, a través de diversos canales como son: impresos, portal web, revistas, periódicos, emisoras, televisión, portales web de instituciones afines, medios institucionales de las Fuerzas, patrocinios publicitarios, etc.

Por lo anterior, consideramos de vital importancia establecer una pauta publicitaria permanente dirigida a nuestros afiliados en medios especializados y de cobertura nacional, como son las emisoras, programas de televisión, revistas de las diferentes fuerzas militares y de policía, así como algunos medios masivos de alta cobertura a nivel regional y/o nacional.

La Agencia de Medios o Central de Medios prestará sus servicios apoyando en forma permanente e integral a CAPROVIMPO en la estructuración y posicionamiento de sus servicios y en el manejo de la información que pueda y deba suministrarse a los medios periodísticos y de comunicación, generadores de opinión pública.

Para ello deberá apoyar las estrategias de divulgación del Área de Mercadeo Y Promoción, en medios de comunicación de carácter masivo o alternativo o cualquier otro medio que se considere, contactando y contratando directamente con los proveedores de pauta, sujetándose a los lineamientos creativos y corporativos que establezca la Entidad. Así mismo, deberá tramitar dentro de las estrategias de divulgación, la realización de patrocinios

publicitarios, los cuales hacen alusión al apoyo económico que realiza una entidad a una persona o equipo de trabajo a cambio de publicidad, recordación de marca y fidelización; dicho lo anterior, se puede sostener que un patrocinio se ejecuta y se muestra necesario, en la medida en que la entidad debe dar a conocer en el entorno próximo la misión que se le ha encomendado, buscando puntos comunes de interés para los Afiliados y sus familias.

Se busca que la Central o Agencia de Medios que se llegare a contratar, apoye el direccionamiento estratégico de la Pauta Publicitaria, con base en los estudios técnicos que le permitan a la entidad la optimización de los recursos asignados para la divulgación de sus convocatorias y campañas institucionales, teniendo en cuenta entre otras las variables de alcance, frecuencia, lecturabilidad y circulación.

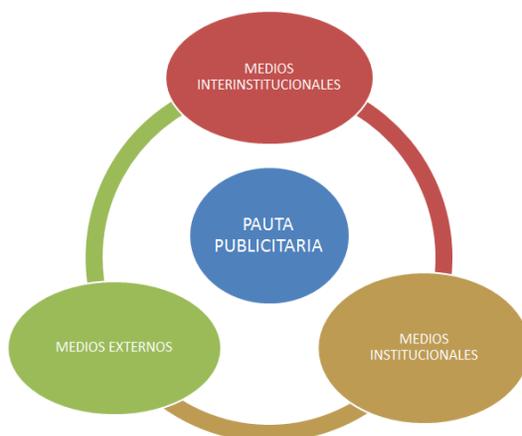
Al presente proceso se podrán presentar personas naturales o jurídicas, en consorcio o unión temporal que tengan experiencia en la planeación, diseño y compra de espacio publicitarios en medios de comunicación, esto es su dominio como Agencia de Medios.

Los canales mínimos de comunicación son los siguientes:

- **CANALES INSTITUCIONALES:** Hacen referencia a las pautas institucionales de la entidad, tales como: Revista Notivienda, Revista Institucional CAPROVIMPO, Guía del afiliado, cartilla SAC, Boletín Nuestro Espacio, entre otros.
- **CANALES INTERINSTITUCIONALES:** Hacen referencia a las pautas que realizará CAPROVIMPO en los medios de comunicación de cada una de las Fuerzas y otros públicos de interés. Ejemplo: Revista Aeronáutica, Revista Ejército, Periódico Alamar, Revista Club Militar, Revista Quinta División, Revista Escuela de Ingenieros Militares, Revista Seguridad Ciudadana, Emisora del Ejército, Emisora de la Policía Nacional, entre otras.
- **CANALES EXTERNOS:** Hacen referencia a pautas que realizará CAPROVIMPO en medios masivos de comunicación local, regional y nacional. Ejemplo: El Tiempo, El Espectador, RCN, CARACOL, Revista Construdata, Revista Urbana, Camacol, entre otros.

Cada uno de los canales, dispone de medios de comunicación:

- Medios interinstitucionales
- Medios Externos



- **Medios interinstitucionales:** Se relacionan ejemplos de algunos medios y las estrategias a desarrollar por cada una de las fuerzas:



## Armada Nacional

MEDIO	Estrategia
	Programa 5m y Cuñas 40 Seg
	Banner
	Artículo
	Marca y Artículo



## Fuerza Aérea

MEDIO	Estrategia
	Cuñas 40 Seg
	Banner
	video
	Marca y Artículo



## Ejército Nacional

MEDIO	Estrategia
	Emisora Cuñas / 40 Seg
	Página WEB Banner
	Periódico Artículo
	TV Marca y Comercial
	Revista Marca y Artículo



## Policía Nacional

MEDIO	Estrategia
	Cuñas 40 Seg
	Banner
	Artículo
	Video
	Envío de Mail's

- **Medios Externos:** A continuación se relacionan ejemplos de algunos medios externos:





# EL TIEMPO

Con respecto a los posibles **Patrocinios Publicitarios** en los que podría participar la Entidad, se estima hasta la suma de **DOSCIENTOS CINCUENTA MILLONES DE PESOS M/CTE (\$250.000.000)** incluido IVA, atendiendo un criterio de desarrollo histórico (artículo 10 del Manual Interno de Contratación) del año 2013, así las cosas, se consideran los siguientes patrocinios para el 2014:

- Carrera Fundación Matamoros
- Equipo de Ciclismo Ejército Nacional
- Torneo de Golf Fundación Matamoros
- Expodefensa 2014
- Eventos Inmobiliarios
- Competencias Nacionales – vuelta a Colombia – Clásico RCN – Juegos Nacionales
- Torneo Liga de Fútbol(para personal FFMM y de Policía)
- Uniformes en diferentes tallas –Juegos, Olimpiadas o afines para personal de las FFMM y Policía
- Pauta Publicitaria en revistas de las FFMM y Policía
- Los demás Patrocinios que se soliciten de acuerdo con las indicaciones del supervisor del contrato y/o a las necesidades de la Entidad.

En el medio de la publicidad, se tienen tarifas establecidas por las entidades que transmiten las pautas, así las cosas, para efectos de establecer el presupuesto oficial, la CAJA estima pertinente aplicar los valores históricos (artículo 10 del Manual Interno de Contratación) del año 2013 respecto las necesidades para la vigencia 2014, en ese orden de ideas se estima la suma de **QUINIENTOS CINCUENTA MILLONES DE PESOS M/CTE (\$550.000.000)** incluido IVA, atendiendo los valores históricos relacionados a continuación:

PAUTAS PUBLICITARIAS EN REVISTAS Y PERIODICOS INSTITUCIONALES	TAMAÑO	VR UNITARIO	CANTIDAD anual	IVA	MANEJO MEDIOS	TOTAL AÑO (Iva + Manejo medios)		
REVISTA EJERCITO	CARTA21.5x27.9 cms	\$ 6,728,000	4	16%	17%	\$ 36,524,966.40		
REVISTA LA TIMONERA	CARTA21.5x27.9 cms	\$ 1,170,000	2	16%	17%	\$ 2,737,800.00		
REVISTA GARANTES	CARTA21.5x27.9 cms	\$ 4,292,000	1	16%	17%	\$ 5,021,640.00		
REVISTA ESPRO	CARTA21.5x27.9 cms	\$ 4,200,000	1	16%	17%	\$ 4,914,000.00		
REVISTA PEGASO	CARTA21.5x27.9 cms	\$ 3,510,000	2	16%	17%	\$ 8,213,400.00		
REVISTA SEGURIDAD CIUDADANA	CARTA21.5x27.9 cms	\$ 3,500,000	2	16%	17%	\$ 8,190,000.00		
REVISTA SANIDAD MILITAR	CARTA21.5x27.9 cms	\$ 2,000,000	2	16%	17%	\$ 4,680,000.00		
REVISTA QUINTA DIVISIÓN	CARTA21.5x27.9 cms	\$ 2,500,000	4	16%	17%	\$ 11,700,000.00		
REVISTA ICFE	CARTA21.5x27.9 cms	\$ 2,000,000	1	16%	17%	\$ 2,340,000.00		
REVISTA TRIBUNA DEL INFANTE	CARTA21.5x27.9 cms	\$ 1,300,000	2	16%	17%	\$ 3,042,000.00		
REVISTA ESCUELA DE INGENIEROS MILITARES	CARTA21.5x27.9 cms	\$ 5,000,000	2	16%	17%	\$ 11,700,000.00		
REVISTA INTERLANZA	CARTA21.5x27.9 cms	\$ 2,000,000	3	16%	17%	\$ 7,020,000.00		
REVISTA MINAS ANTIPERSONAL	CARTA21.5x27.9 cms	\$ 4,800,000	2	16%	17%	\$ 11,232,000.00		
AVISOS DE LEY Y CONVOCATORIAS FONDO DE SOLIDARIDAD (EL TIEMPO, EL ESPECTADOR, EL COLOMBIANO, EL PAIS, VANGUARDIA LIBERAL).	CUARTO DE PÁGINA	S/R	S/R	16%	17%	\$ 50,000,000.00		
LISTADO DE BENEFICIARIOS FONDO DE SOLIDARIDAD (ESL ESPECTADOR)	DOS PÁGINAS	\$ 45,000,000	2	16%	17%	\$ 122,148,000.00		
REALIZACIÓN VIDEOS INSTITUCIONALES		S/R	8	16%	17%	\$ 60,000,000.00		
OTRAS PUBLICACIONES		S/R	S/R	16%	17%	\$ 56,151,828.80		
<b>PAUTAS PUBLICITARIAS RADIO</b>	<b>EMISIÓN</b>	<b>CANTIDAD MENSUAL</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>VR MENSUAL</b>	<b>TIEMPO MESES</b>	<b>IVA</b>	<b>MANEJO MEDIOS</b>	<b>TOTAL=(VR MES+IVA+MANEJO MEDIOS)*8</b>
EMISORA DEL EJERCITO	12 CUÑAS	298	30"	\$ 2,520,000.00	8	16%	17%	\$ 27,361,152.00
<b>PAUTA EN TELEVISION</b>	<b>EMISIÓN</b>	<b>CANTIDAD MENSUAL</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>VR MENSUAL</b>	<b>TIEMPO MESES</b>	<b>IVA</b>	<b>MANEJO MEDIOS</b>	<b>TOTAL=(VR MES+IVA+MANEJO MEDIOS)*8</b>
VAMOS COLOMBIA, EJERCITO NACIONAL	Domingos 2:00 p.m.	1	15"	\$ 5,278,000	8	16%	17%	\$ 57,306,412.80
PROGRAMA INSIGNIA	Sábados 5:00 p.m.	1	15"	\$ 5,500,000	8	16%	17%	\$ 59,716,800.00
<b>TOTAL</b>								<b>\$ 550,000,000.00</b>

**NOTA: Los valores relacionados en la columna VR Unitario corresponden a un estimado de los precios unitarios del mercado en cada una de las actividades descritas, por lo tanto, al momento de presentar la oferta, estos deberán tener en cuenta los valores reales en el mercado.**

**Para todos los efectos, el valor para LAS PAUTAS PUBLICITARIAS será de \$550.000.000 Iva incluido, más el porcentaje de manejo de medios que en la tabla adjunta como se observa será de máximo el 17%. No obstante, indica que el proponente deberá ofertar en el ANEXO No 3 hasta máximo un 17% de comisión por manejo de medios. Esto no limita al proponente a ofertar valores negativos, entendiéndose estos como un descuento a favor de la Caja.**

## **1. Especificaciones Esenciales**

Para desarrollar el objeto del contrato y dar cumplimiento cabal al mismo, el contratista se compromete a:

1. Contar con estudios, investigaciones y análisis especializados en medición de medios masivos de comunicación (EGM, TGI, IBOPE u otro de similares características), actualizados de manera permanente, con el fin de realizar la planificación, el direccionamiento estratégico, la ordenación y compra de medios correspondientes para cada una de las convocatorias y/o campañas institucionales de CAPROVIMPO.
2. Elaborar y entregar mensualmente un informe cualitativo y cuantitativo que le permita a la ENTIDAD evaluar los resultados de su inversión publicitaria.
3. Trasladar a CAPROVIMPO todos los descuentos que concedan los medios de comunicación, incluyendo la pauta bonificada.
4. Recoger oportunamente los materiales para publicar y/o pautar de acuerdo con las necesidades de CAPROVIMPO, en las fechas y lugares establecidos por la misma.
5. Controlar que la pauta sea emitida en los diferentes medios contratados, en los horarios, días y espacios previamente acordados.
6. Los mensajes publicitarios que se produzcan en el desarrollo del contrato deberán contener información dirigida a cada uno de los públicos seleccionados de acuerdo con la campaña que se esté manejando y cumpliendo con los requerimientos técnicos que cada medio de comunicación exija para su correcta divulgación.
7. Entregar los soportes de los patrocinios, publicaciones y/o pautas de acuerdo con los requerimientos de cada proceso, a más tardar a los tres (3) días hábiles siguientes a la fecha de cumplimiento de cada orden de publicidad expedida, de la siguiente manera:
  - *Publicidad Radial:* Una (1) certificación radial del medio.
  - *Publicidad en Prensa y Revistas:* Tres (3) ejemplares por cada publicación.
  - *Publicidad en Televisión:* Certificación de pauta IBOPE.

- *Publicidad Exterior:* Copia de las publicaciones realizadas (revistas, folletos, brouchures, pendones, afiches, volantes y demás material impreso necesario para una óptima difusión) y fotografía del lugar donde se fijaron los afiches o avisos correspondientes.
  - *Publicidad en Internet:* Vistas Click.
  - *Patrocinio Publicitario:* Copia del recibo de consignación o lo que haga sus veces, correspondiente al Pago del Patrocinio en el cual haya participado la Entidad; así mismo deberá presentar los soportes fotográficos, la descripción detallada de la ejecución del evento y los demás que sean requeridos de conformidad con la solicitud de CAPROVIMPO.
8. Contratar en medios de comunicación de carácter masivo: televisión, radio, prensa, revistas, internet y cualquier otro proveedor que se considere, tanto en medios interinstitucionales, como externos, para la emisión de pautas, cuñas, avisos y demás elementos de pauta publicitaria, desarrolladas por el Área de Mercadeo y Promoción.
  9. Apoyar en la gestión de publicar los avisos y pauta publicitaria de la Entidad en medios impresos (revistas y periódicos) con amplia cobertura entre los afiliados, de acuerdo con los requerimientos que para el efecto se impartan.
  10. Publicar avisos y manejar la pauta publicitaria de la Entidad destinada a involucrar a las firmas inmobiliarias y de la construcción en medios dirigidos especialmente a este sector.
  11. Realizar la Producción Audiovisual requerida por la Entidad, como videos institucionales y demás material multimedia solicitado.
  12. Desarrollar estrategias BTL (Below the Line), como la de Cliente Incógnito, Seguimiento de Marca, Seguimiento de Tendencias, entre otras, que requiera la Entidad
  13. Garantizar que el ejecutivo de cuenta dispuesto para la contratación con CAPROVIMPO, tenga disponibilidad inmediata para atender los requerimientos de la Entidad.
  14. Contar con estudios especializados en medición de medios masivos de comunicación como: EGM, TGI u otros de similares características, para realizar el direccionamiento estratégico de cada una de las pautas.
  15. Elaborar, presentar y justificar un Plan de Medios para cada proyecto, debidamente soportado en estudios especializados en medición de medios masivos de comunicación, el cual deberá indicar como mínimo: medio, programas, día de difusión, horario, páginas y cobertura, anexando copia de las tarifas vigentes sobre las cuales se aplicarán los descuentos logrados. El Plan de Medios deberá realizarse y ser avalado en coordinación con el supervisión del contrato y aprobación del Gerente General de la entidad.
  16. Presentar el Plan de Medios para cada uno de los proyectos, en medio impreso y magnético, de acuerdo con los requerimientos del Área de Mercadeo y Promoción, el cual será aprobado dentro de los cinco (5) días siguientes a su presentación, previa realización de los ajustes propuestos por el supervisor el contrato.
  17. Ejecutar los Planes de Medios que sean propuestos por CAPROVIMPO, cuando cuente con los mismos para alguno de sus proyectos.

18. Definir, conjuntamente con el supervisor del contrato, los indicadores que permitan medir la efectividad de las campañas para un manejo eficiente de los recursos y objetivos de la institución.
19. Garantizar un óptimo plan de divulgación de toda la información en valores netos o como CAPROVIMPO lo solicite a través del supervisor del contrato.
20. Asegurar y garantizar que las estrategias sean medibles y eficientes frente a los objetivos que se plantean, las cuales deben ser avaladas por el supervisor del contrato
21. Gestionar la realización de notas periodísticas sobre la gestión de CAPROVIMPO en los medios interinstitucionales de las diferentes Fuerzas.
22. Teniendo en cuenta el posicionamiento de la marca **CAPROVIMPO** y el fortalecimiento de la imagen institucional, la Entidad participará y apoyará eventos relacionados con la realización de Patrocinios, participación en Ferias y/o Eventos, dando estricto cumplimiento a la normatividad aplicable, así como a las instrucciones de CAPROVIMPO y de la entidad o persona a patrocinar – si es el caso.
23. La propiedad intelectual y todo el material entregado en los productos obtenidos es exclusiva de CAPROVIMPO. Siendo este protegido por las normas relativas a propiedad intelectual, quedando prohibido su uso por parte del CONTRATISTA para cualquier fin distinto al regulado en el presente contrato, así como por cualquier otro tercero.
24. Prestar asesoría permanente e integral a CAPROVIMPO con el fin de lograr posicionamiento de los servicios que ofrece la entidad.
25. Presentar informes mensuales escritos sobre ejecución de los recursos del contrato indicando órdenes aprobadas, fecha y saldo disponible. Así mismo, una proyección de inversión de las campañas pendientes.
26. Presentar al supervisor del contrato informes detallados de avance mensual del desarrollo del contrato que reporten las actividades ejecutadas. Este informe debe contener chequeo de emisión en medios masivos y alternativos indicando fecha, beneficiario y saldo disponible. Se podrá solicitar con este informe mensual un informe sobre mediciones de alcance y frecuencia de los mensajes institucionales emitidos por parte de los proveedores.
27. Reportar de manera inmediata cualquier novedad o anomalía al supervisor del contrato.
28. Acatar y aplicar de manera diligente las observaciones y recomendaciones impartidas por el supervisor del contrato.
29. Resolver los inconvenientes relacionados con la prestación del servicio dentro de los tres (3) días hábiles siguientes a aquel en que tenga conocimiento de los mismos.
30. Ejecutar idónea y oportunamente el objeto y las actividades contractuales según lo dispuesto en el pliego de condiciones, sus adendas, y la propuesta presentada, documentos que harán parte integral del contrato a suscribir.
31. Cumplir con lo estipulado en el Código Colombiano de Autorregulación de Pauta Publicitaria, de acuerdo con los lineamientos del presente objeto contractual.

**Plazo:** El plazo de ejecución del contrato será hasta el 15 de diciembre de 2014 y/o hasta agotar presupuesto, lo que ocurra primero, contado a partir de la firma del Acta de Inicio correspondiente.

**Presupuesto:** Para la ejecución del presente contrato se tiene un rubro estimado de Doscientos Cincuenta Millones de Pesos MCTE (\$250.000.000) para Patrocinios Publicitarios y Quinientos Cincuenta Millones de Pesos MCTE (\$550.000.000) para Pautas Publicitarias.

**Forma de pago:** El valor del contrato será cancelado por CAPROVIMPO al Contratista, contra entrega de las facturas de los patrocinios y medios en los que se pautó, (copia de la publicación y/o certificado de difusión de la pauta y/o fotografía del lugar donde se fija el aviso), dentro de los quince (15) días siguientes a la radicación de la factura.

**Supervisor del Contrato:** Se sugiere que la Supervisión del Contrato sea realizada por el Jefe del Área de Mercadeo y Promoción.

**Garantías:** Se debe constituir por parte del contratista, una garantía única de cumplimiento que debe amparar, **CUMPLIMIENTO:** Por un monto equivalente al veinte por ciento (20%) del valor total del contrato, con vigencia igual al plazo de ejecución del mismo y seis (6) meses más. **CALIDAD:** Por un monto equivalente al veinte por ciento (20%) del valor total del contrato, con vigencia igual al plazo de ejecución del mismo y seis (6) meses más. **PAGO DE SALARIOS Y PRESTACIONES SOCIALES:** Por un monto equivalente al cinco por ciento (5%) del valor total del contrato, con vigencia igual al plazo de ejecución del mismo y tres (3) años más.

Atentamente,

*ORIGINAL FIRMADO*  
**Cr. JORGE CASTELLANOS LOZANO**  
 Subgerente de Vivienda y Proyectos

Proyectó y elaboró (Firma)	Revisó (Firma)	Aprobó (Firma)	Aprobó (Firma)
Nombre: DIANA PEDROZA CUBILLOS	Nombre: JOHANNA CASTAÑO CORRALES	Nombre: JANEFRIEND CAROLINA DUCUARA	Nombre: RICARDO WILLIAM BENEDECK
Profesional Especializado GDICO- AMEPR	GRUCON	Profesional de Defensa – Grupo de Contratación	Subgerente Administrativo



Portal web. [www.caprovimpo.gov.co](http://www.caprovimpo.gov.co)

E mail. [cpvmp@caprovimpo.gov.co](mailto:cpvmp@caprovimpo.gov.co)



*Edificamos sueños con el corazón!*