

Ref. 2015/R.1.A.10

TERMINOS DE REFERENCIA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LAS ENTIDADES BENEFICIARIAS DEL PROYECTO EN MATERIA DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA Y/O DIGITAL, PARA LA DIFUSIÓN DE SUS INICIATIVAS DE TRANSPARENCIA, INTEGRIDAD Y CULTURA DE LA LEGALIDAD.

Proyecto de la Unión Europea “*Fortalecimiento institucional de la capacidad colombiana para aumentar la integridad y la transparencia*”.

DCI-ALA/2013/330-003

Título de la Asistencia Técnica: Asistencia técnica para fortalecer a las entidades beneficiarias del proyecto ACTUE Colombia en materia de comunicación estratégica y/o digital, para la difusión de sus iniciativas de transparencia, integridad y cultura de la legalidad.

Código y nombre de la actividad: R.1.A.10

Duración: Durante la implementación del presente proyecto.

Lugar: Bogotá, Colombia

Inicio aproximado de la prestación de servicios: Febrero de 2016

1. ANTECEDENTES:

La Fundación Internacional y para Iberoamérica de Administración y Políticas Públicas (FIIAPP) es una fundación del sector público español sin ánimo de lucro cuyas actividades, caracterizadas por la búsqueda del interés general, se enmarcan en el ámbito de la cooperación internacional destinada a la modernización institucional, a la reforma de las Administraciones Públicas y el fortalecimiento de la gobernabilidad democrática.

En orden a sus fines fundacionales, en enero de 2014, la Unión Europea y la FIIAPP firman un Acuerdo de Delegación para la ejecución del proyecto “*Fortalecimiento institucional de la capacidad colombiana para aumentar la integridad y la transparencia*” con el fin de apoyar a la Administración Pública colombiana en la implementación de la Política Pública Integral Anti-corrupción (PPIA). Dicho Acuerdo, concede una

contribución a FIIAPP, bajo la modalidad de gestión centralizada indirecta, que en el desempeño de sus tareas aplicará sus propias normas y procedimientos.

En el marco de la implementación de la Política Pública Integral Anticorrupción (CONPES 167), la Ley 1474 de 2011 (Estatuto Anticorrupción), y la Ley 1712 de 2014 (Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública), se considera de crucial relevancia que las entidades involucradas en la PPIA cuenten con estrategias y herramientas sólidas para una comunicación institucional, orientada a informar a la ciudadanía en general, la opinión pública y actores institucionales acerca de las metas, y más que todo los resultados logrados en materia de promoción de la transparencia e integridad y lucha contra la corrupción.

Algunas de las entidades claves para la implementación de la PPIA, que a la vez son entidades beneficiarias del proyecto ACTUE Colombia, tales como la Secretaría de Transparencia de la Presidencia de la República (ST), el Departamento Administrativo de la Función Pública (DAFP), y la Procuraduría General de la Nación, han identificado la necesidad de fortalecer sus capacidades técnicas para la definición de estrategias específicas de comunicación sobre sus metas y logros en materia de transparencia y lucha contra la corrupción. Otras entidades, como el Ministerio de Salud y Protección Social (MSPS) e Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA) han manifestado su interés en complementar las estrategias de comunicaciones que vienen desarrollando, con un apoyo técnico adicional en materia de comunicación digital.

El desarrollo de instrumentos para reforzar dichas capacidades no sólo deberá contribuir a comunicar de manera más efectiva la consecución de metas y logros específicos de las entidades en materia de transparencia, integridad y lucha contra la corrupción, sino que deberá facilitar el uso efectivo de la información pública por parte de actores relevantes, así como un ejercicio sistemático de rendición de cuentas de las entidades clave hacia la sociedad civil.

2. OBJETO

Constituye el objeto del contrato, la prestación de servicios de asistencia técnica a las entidades beneficiarias del proyecto ACTUE Colombia para fortalecer su comunicación estratégica y digital, facilitar la difusión y apropiación de las iniciativas de transparencia, integridad y cultura de la integridad desarrolladas por las entidades al interior de las mismas, así como con otras entidades públicas, organizaciones sociales, sector privado y ciudadanía en general del nivel nacional y regional.

3. ORGANO DE CONTRATACION

De acuerdo con las Instrucciones Internas de Contratación de Suministros y Servicios de FIIAPP, según Estipulación Quinta, apartado c) por el que se establecen sus órganos de contratación dependiendo de la cuantía del contrato, en este caso corresponde solidariamente al Director o al Secretario General de FIIAPP celebrar la firma del mismo.

4. RÉGIMEN JURÍDICO Y JURISDICCIÓN COMPETENTE

El presente contrato tiene carácter privado, siendo competente el orden jurisdiccional civil español para conocer de las controversias que surjan en su ejecución. No obstante, los actos de preparación y adjudicación del mismo seguirán los trámites contemplados en las Instrucciones internas de contratación de la FIIAPP en aplicación de la normativa española enunciada en el art. 3.3.b) del Real Decreto Legislativo 3/2011 de 14 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público (TRLCSP), como entidad del sector público español, por su naturaleza jurídica y por los contratos que celebra.

Los presentes TdR tienen carácter contractual y contienen las condiciones detalladas a las que se ajustará la ejecución del contrato.

5. PROCEDIMIENTO Y FORMA DE ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO

El procedimiento y la adjudicación seguirán las pautas establecidas en las Instrucciones Internas de Contratación de la FIIAPP, específicamente en lo relativo al procedimiento de contratación y configuración del expediente contractual.

Por otra parte la Guía Práctica de los Procedimientos Contractuales para las acciones exteriores de la UE (PRAG) es de aplicación al presente proceso de contratación, en cuanto a los tramos económicos que definirán el procedimiento contractual aplicable. El contrato se adjudicará por el procedimiento Negociado en Régimen Competitivo.

A. Capacidad para contratar

Podrán optar a la adjudicación de este contrato las personas jurídicas, que tengan plena capacidad de obrar en Bogotá, Colombia, y no se encuentren incursas en las prohibiciones e incompatibilidades para contratar con la Administración española del artículo 54 del Real Decreto 3/2011 de 14 de noviembre por el que se aprueba el TRLCSP, en la Ley 5/2006 de Regulación de Conflicto de Intereses de los miembros del Gobierno y de los Altos Cargos de la Administración General de la Administración del Estado español.

Antes de la formalización de cualquier contrato, la FIIAPP accederá a la Base de Datos Central de Exclusiones de la UE para confirmar la elegibilidad del contratista, de acuerdo a lo establecido en el Reglamento (CE, Euratom) nº 1302/2008 de la Comisión, de 17 de diciembre de 2008, relativo a la Base de Datos Central de Exclusión (DO L 344 de 20.12.2008 p. 12).

6. PRESUPUESTO MÁXIMO

Se ofrece un máximo de OCHO MIL QUINIENTOS EUROS (8.500€) por cada uno de los productos. Esta cifra representa el presupuesto máximo por producto, que determinará la exclusión de cualquier oferta por importe superior.

La oferta presentada incluirá todos aquellos costes relacionados con el servicio, la FIIAPP no pagará subsidios u otros pagos adicionales y el contratista será responsable de pagar los impuestos estipulados por la ley aplicable al lugar donde tenga su residencia fiscal.

El monto máximo se expresa sin incluir el IVA y así deberán ofertarlo los proponentes, toda vez que el presente proyecto se encuentra exento de este impuesto, por ser considerado de Utilidad Común por el Departamento Administrativo de la Presidencia de la República (DAPRE), encontrándose a disposición del adjudicatario copia de tal Certificado para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

7. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A REALIZAR

7.1 Justificación de la Actividad

Las entidades públicas beneficiarias del proyecto ACTUE Colombia (Secretaría de Transparencia, DAFP, MSPS, Procuraduría General de la Nación, etc.) vienen realizando importantes esfuerzos por adelantar una comunicación efectiva con la ciudadanía, tanto acerca de los logros alcanzados por las políticas públicas de promoción de transparencia e integridad del Estado colombiano, como de aquella información relacionada con su desempeño institucional. No obstante lo anterior, algunas de estas entidades beneficiarias han manifestado la necesidad de contar con un acompañamiento técnico para la definición estratégica de los elementos clave a comunicar y la selección de los mecanismos y canales adecuados para el diálogo con actores institucionales, organizaciones sociales, y público en general; y otras entidades, como el MSPS y el INVIMA, han expresado la necesidad de complementar la importante labor que vienen realizando, con un apoyo técnico adicional en materia de comunicación digital.

De acuerdo a lo anterior se ha identificado la necesidad de contratar una consultoría que brinde asistencia técnica orientada a reforzar las capacidades de las entidades beneficiarias del proyecto ACTUE, para el diseño e implementación de instrumentos, herramientas y acciones que permitan a estas entidades realizar una comunicación más efectiva con actores clave, tanto institucionales como de la sociedad civil, y para fortalecer el trabajo desarrollado por otras entidades en materia de comunicación digital.

7.2 Objetivos de la Asistencia Técnica

Objetivo General:

Prestar asistencia técnica a aquellas entidades clave que tengan responsabilidades en el marco de la PPIA o de otros instrumentos normativos para la promoción de la integridad y la transparencia en Colombia y que sean entidades beneficiarias del proyecto ACTUE Colombia para el diseño, desarrollo e implementación de herramientas e instrumentos que persigan una comunicación eficaz de sus logros de política pública y un ejercicio efectivo de rendición de cuentas hacia la sociedad civil.

Objetivo Específico:

1. Generar apropiación de las iniciativas de transparencia, integridad y cultura de integridad desarrolladas por las entidades socias del Proyecto ACTÚE.

Ver Anexo I para mayor detalle de los Objetivos Específicos inicialmente identificados para fortalecer al MSPS.

7.3 Actividades a realizar:

Las actividades inicialmente descritas serán las siguientes:

1. Apoyar a las entidades socias del Proyecto ACTUE Colombia, en el diseño de campañas de redes sociales para la comunicación de las iniciativas y herramientas de transparencia desarrolladas, en coordinación con los funcionarios responsables en esta materia.

Ver Anexo I para mayor detalle de las tareas inicialmente identificadas en esta consultoría.

Sin perjuicio de lo anterior, las partes podrán establecer de común acuerdo nuevas tareas y productos motivados por las necesidades identificadas durante la implementación del Proyecto.

7.4. Productos a entregar:

A continuación se presentan los productos inicialmente identificados. En el marco del objeto del contrato, se podrán establecer nuevos productos adicionales de acuerdo a las estrategias de comunicación y en función de las necesidades que se definan por las entidades socias del Proyecto ACTUE Colombia.

Todos los productos enlistados a continuación también deberán seguir los lineamientos del Manual de Comunicación y Visibilidad de la Unión Europea en las acciones exteriores¹ y las directrices de Comunicación y Visibilidad de la FIIAPP.

¹ https://ec.europa.eu/europeaid/node/45685_pt-pt

Producto 1. Campaña regulación de precios de medicamentos.**Fecha ejecución: Febrero-Marzo 2016****Debe incluir:**

- Desarrollo de un Video infográfico animado para redes sociales en alta definición (HD de 1920 x 1080) sobre el proceso de regulación de precios de medicamentos y sus beneficios para la ciudadanía (máximo 3 minutos de duración).
- Organización y desarrollo de una jornada de diálogo virtual con representantes del sector privado, entidades y actores del sector salud del orden nacional y regional, sobre la normatividad, los procedimientos y las decisiones adoptadas por el MSPS respecto a la regulación de precios de medicamentos.
- Convocatoria al diálogo virtual mediante estrategia de mailing y pauta digital, haciendo uso de los canales institucionales del MSPS.
- Desarrollo de al menos 10 piezas comunicativas (Imágenes estáticas tipo post) para redes sociales para la promoción del proceso de regulación de precios de medicamentos (las piezas deben orientarse por el manual de imagen institucional del MSPS y entregarse en formatos .AI o .PNG editables).

Producto 2. Campaña App Móvil Clic Salud del MSPS.**Fecha ejecución: Marzo–Abril de 2016****Debe incluir:**

- Diseño y desarrollo de un Video infográfico animado para redes sociales en alta definición (HD de 1920 x 1080) con las funciones, contenido y utilidades del APP (máximo 3 minutos de duración).
- Desarrollo de como mínimo 10 piezas comunicativas (Imágenes estáticas tipo post) para la promoción del app en redes sociales (las piezas deben orientarse por el manual de imagen institucional del MSPS y entregarse en formatos .AI o .PNG editables).
- Estrategia de pauta digital e interacción con usuarios para la difusión de las piezas comunicativas (que permita cumplir con una meta de 1500 descargas del app en dispositivos móviles).

- Organización y desarrollo de una jornada de diálogo virtual sobre el App Móvil.
- Convocatoria al diálogo virtual mediante estrategia de mailing y pauta digital, haciendo uso de los canales institucionales del ministerio.

Producto 3. Campaña Formulario Terapéutico Nacional.

Fecha ejecución: Febrero 2016 - Mayo 2016

Debe incluir:

- Desarrollo de un Video infográfico animado para redes sociales en alta definición (HD de 1920 x 1080) sobre el objetivo, utilidad y beneficios para la ciudadanía del portal web del Formulario Terapéutico Nacional (máximo 3 minutos de duración).
- Organización y desarrollo de una jornada de diálogo virtual sobre el Formulario Terapéutico Nacional.
- Convocatoria al diálogo virtual mediante estrategia de mailing y redes sociales, haciendo uso de los canales institucionales del ministerio.
- Estrategia de pauta digital e interacción con usuarios para la difusión de las piezas comunicativas (que permita cumplir con una meta de 20.000 visitas al sitio web del Formulario Terapéutico Nacional).
- Desarrollo de como mínimo 10 piezas comunicativas (Imágenes estáticas tipo post) para redes sociales sobre los contenidos del Formulario Terapéutico Nacional (las piezas deben orientarse por el manual de imagen institucional del MSPS y entregarse en formatos .AI o .PNG editables).

Producto 4. Estrategia Digital para el desarrollo de las campañas del INVIMA en materia de Transparencia y Rendición de Cuentas a la ciudadanía.

Fecha ejecución: Febrero 2016 – Abril 2016

Debe incluir:

- Formulación de una estrategia digital para la difusión de los productos y piezas de comunicación (videos, imágenes para redes sociales y diálogos virtuales) a producir en las campañas del INVIMA en materia de transparencia, rendición de cuentas, cultura de la integridad y atención al ciudadano. La estrategia debe incluir análisis del entorno (casos de estudio,

productos sustitutos o complementarios); análisis del estado actual de la estrategia digital de la entidad (inventario y comportamiento de activos digitales); Definición de canales para la difusión de los productos (estilo, tono y frecuencia); Indicadores y metas.

7.5. Calendario tentativo de entrega de Productos.

Para las tareas y productos inicialmente identificados, se establece un plazo de ejecución de CUATRO (4) MESES naturales (calendario) que dará inicio a partir de la firma del contrato.

Duración	Meses			
Entregables	1	2	3	4
Producto 1				
Producto 2				
Producto 3				
Producto 4				

8. REQUISITOS del ADJUDICATARIO:

- Persona jurídica con acreditada solvencia financiera, con tres (3) años de experiencia, demostrada y certificada, en el diseño y/o desarrollo de estrategias de comunicación digital, o tres (3) proyectos o contratos para el diseño y/o implementación de estrategias de comunicación digital, similares al objeto de los presentes TdR, desarrollados durante los últimos cuatro (4) años, que deberán ser justificados mediante certificados de acreditación profesional.

Para acreditar la solvencia financiera tendrá que reunirse al menos uno de los siguientes requisitos:

- Acreditar una cifra anual de negocio no inferior a 68.000 EUR (doble del presupuesto máximo para los cuatro productos inicialmente identificados). Esta cifra se acreditará mediante la presentación de copia de las cuentas anuales de los ejercicios 2013 y 2014.
- Al menos tres proyectos ejecutados en su totalidad en los últimos cuatro (4) años en los que cada uno de ellos tenga un volumen financiero de al menos 17.000 EUR (50% del valor total de todos los productos inicialmente identificados).

Además, la persona jurídica deberá presentar 4 perfiles no nominales². El equipo encargado de llevar a cabo el servicio contará con la cualificación necesaria y acorde a los requerimientos del puesto a desarrollar, cuyas especificaciones se detallan más adelante. El cumplimiento de dichas especificaciones se deberá explicitar en el CV de los integrantes del equipo de trabajo.

El equipo de trabajo propuesto por la empresa adjudicataria deberá estar compuesto por unos perfiles mínimos como sigue:

Perfil 1. Coordinador

- Profesional (Titulado Universitario) en Ciencias Sociales, Económicas, Políticas, Diseño Gráfico, Diseño Industrial, Artes gráficas, Comunicación Social, Ingeniería o afines.
- Experiencia específica mínima de tres (3) años en el desarrollo de estrategias de comunicación.
- Experiencia específica mínima de dos (2) años en coordinación de equipos de trabajo multidisciplinario.

Perfil 2. Diseñador Gráfico.

- Profesional (Titulado Universitario) en Diseño Gráfico o Artes Gráficas.
- Experiencia mínima de dos (2) años en el desarrollo de piezas para web y redes sociales.

Perfil 3. Productor de video.

- Profesional (Titulado Universitario) en Comunicación Social, Comunicación Audiovisual o afines.
- Experiencia mínima de dos (2) años en edición y producción de video para internet y/o televisión.

Perfil 4. Comunicador digital.

- Profesional (Titulado Universitario) en Comunicación Social, Publicidad, Diseño, Ingeniería de Sistemas o afines.

² Esto quiere decir que en las hojas de vida se detallarán toda la formación académica y experiencia profesional del perfil propuesto sin que figure ni el nombre ni los apellidos de la persona a quien corresponda la hoja de vida

- Experiencia mínima de dos (2) años en la administración y manejo de cuentas de redes sociales y/o comunicación digital.
- Experiencia mínima de un (1) año en el uso y manejo de plataformas tecnológicas para el desarrollo de diálogos virtuales (Google Hangouts, LiveStream, Twitcam, etc).

9. BAREMACION DE CRITERIOS (Máx 100 Puntos)

ASPECTOS ECONÓMICOS	40 Puntos
➤ Oferta económicamente más ventajosa	40 Puntos
ASPECTOS TÉCNICOS	60 Puntos
➤ Perfiles del equipo propuesto	25 puntos
Perfil 1. Coordinador (Máx 6 puntos) <i>A partir de tres (3) años, experiencia en el desarrollo de estrategias de comunicación. (Por cada año de experiencia adicional o proyecto de duración superior a 6 meses un (1) punto, Máx 3 puntos).</i> <i>A partir de dos (2) años, experiencia específica en coordinación de equipos de trabajo multidisciplinario. (Por cada año de experiencia adicional o proyecto de duración superior a 6 meses un (1) punto, Máx 3 puntos).</i>	
Perfil 2. Diseñador Gráfico (Máx 6 Puntos). <i>Mérito a puntuar:</i> <i>A partir de la experiencia mínima de dos (2) años en el desarrollo de piezas para web y redes sociales. (Por cada año de experiencia o proyecto de duración superior a 6 meses un (1) punto).</i>	
Perfil 3. Productor de video (Máx 6 Puntos). <i>A partir de la experiencia mínima de dos (2) años en edición y producción de video para internet y/o televisión. (Por cada año de experiencia o proyecto de duración superior a 6 meses un (1) punto).</i>	

Perfil 4. Comunicador Digital (Máx 7 Puntos).

A partir de la experiencia mínima de dos (2) años en la administración y manejo de cuentas de redes sociales y/o comunicación digital. (Por cada año de experiencia o proyecto de duración superior a 6 meses un (1) punto, Máx 4 puntos).

A partir de la experiencia mínima de 1 año en el uso y manejo de plataformas tecnológicas para el desarrollo de diálogos virtuales (Google Hangouts, LiveStream, Twitcam, etc). (Por cada año de experiencia o proyecto de duración superior a 6 meses un (1) punto, Máx 3 puntos).

➤ Metodología.

35 ptos.

Dentro de la metodología, se evaluarán la calidad técnica de los siguientes aspectos:

-Precisión descriptiva del esquema de trabajo y propuesta de coordinación con el equipo del Proyecto ACTUE y las instituciones socias implicadas (5 puntos).

-Idoneidad de los instrumentos técnicos y herramientas a utilizar en el proceso de investigación, diseño y producción de las campañas solicitadas (10 puntos).

-Viabilidad para la implementación de la propuesta metodológica e idoneidad de las herramientas presentadas para incrementar su impacto (10 puntos).

- Calidad en la descripción del modo en el que se alcanzarán en forma medible y observable los objetivos y productos contemplados a través de las características técnicas de los productos. (10 puntos).

TOTAL 100 PTOS

La baremación de las propuestas realizadas se hará de acuerdo a la oferta económica y técnica.

Valoración de la oferta económica: 40 puntos

La formulación empleada para la valoración de la oferta económica será:

1: Mejor oferta económica (suma del valor de todos los productos): puntuación máxima (40 puntos)

Resto de ofertas:

Base de aplicación: puntuación máxima x $\frac{\text{Oferta que se valora}}{\text{Mejor oferta}}$

2: Aplicación del criterio de proporcionalidad.

Valoración económica: puntuación máxima x $\frac{\text{Puntuación máxima}}{\text{Base de aplicación}}$

Valoración de la oferta técnica: 60 puntos

Para la ponderación de los perfiles del equipo, se seguirá la baremación mencionada en la tabla presentada anteriormente.

Para el resto de criterios la ponderación técnica de la metodología, se otorgará la puntuación máxima, para cada uno de los criterios, a la mejor oferta en ese aspecto. El resto de ofertantes se llevarán una puntuación proporcional a la mejor.

10. FORMA DE PRESENTACIÓN DE LAS CANDIDATURAS

Las entidades interesadas que cumplan los requisitos definidos en los presentes Términos de Referencia deberán hacer llegar la *Oferta Administrativa-Técnica* y *Oferta Económica* tal como se especifica a continuación:

A. Oferta Administrativa-Técnica

La *Oferta Administrativa-Técnica*, constará de una Declaración de responsabilidad por parte de las entidades candidatas en la que, declara no estar incurso en cualquier causa que le impida contratar con el sector público español así como que la entidad se encuentra al corriente de sus obligaciones tributarias conforme modelo propuesto en el ANEXO II.

Asimismo respecto a la acreditación de la experiencia requerida en el Apartado 8 Requisitos del Adjudicatario, será necesario adjuntar las hojas de vida (CVs) de los perfiles propuestos, sin contener los nombres, para el desarrollo de este servicio (indicando claramente los meses trabajados en cada puesto/proyecto para cada uno de los perfiles) y aportar un Certificado emitidos por la propia entidad solicitante, en el que se declare la experiencia requerida de la empresa.

Asimismo la Oferta Administrativa-Técnica estará compuesta por una propuesta de Metodología (extensión no superior a 15 páginas/7.500 palabras) para su realización.

Además, deberá aportarse los Estatutos de la entidad y/o la inscripción en la Cámara de Comercio.

Resumen documentación Oferta Administrativa-Técnica:

- Anexo II
- CVs del equipo propuesto
- Certificaciones experiencia requerida de la empresa
- Propuesta de metodología
- Estatutos entidad y/o Inscripción Cámara de Comercio

B. Oferta económica

La *Oferta Económica*, se deberá presentar en el formato proporcionado en el ANEXO III, indicando la suma global de todos los productos, teniendo en cuenta el monto máximo propuesto para el valor de cada producto en el apartado 6. Remuneración de estos Términos.

11. NORMAS REGULADORAS

El contrato se regirá por:

- Las cláusulas contenidas en estos Términos de Referencia.
- Instrucciones Internas de Contratación de Suministros y Servicios de la FIIAPP.

Y por la siguiente normativa del Estado español:

Lo establecido en la Ley 50/2002 de Fundaciones³ y en el Real Decreto 1337-2005 de 11 de noviembre⁴.

- Real Decreto Legislativo 3/2011 de 14 de noviembre, por el que aprueba el TRLCSP⁵.

El desconocimiento del contrato en cualquiera de sus términos, de los documentos anejos al mismo, o de las instrucciones, términos de referencia o normas de todas índoles dictadas por la FIIAPP que puedan tener aplicación en la ejecución de lo pactado, no eximirá al contratista de la obligación de su cumplimiento.

12. DURACIÓN DEL CONTRATO

La duración del contrato estará ligada al periodo de implementación del Proyecto, siendo su inicio tras la fecha de la firma del contrato de servicios con la entidad.

13. RESOLUCIÓN DEL CONTRATO

Son causas de resolución del contrato las previstas en el art. 223 del RD 3/2011 de 14 de noviembre por el que se aprueba el TRLCSP:

- a) Incumplimiento por cualquiera de las partes de las obligaciones descritas en el contrato.
- b) La manifiesta falta de calidad del servicio prestado o la no adecuación del mismo a las condiciones pactadas en la documentación vinculante.
- c) La declaración de concurso en los términos que describe la Ley 22/2003, de 9 de julio, Concursal.
- d) Mutuo acuerdo de las partes.
- e) Incumplimiento de las limitaciones en materia de subcontratación.
- f) Obstrucción a las facultades de dirección e inspección de FIIAPP.

14. RÉGIMEN DE PAGOS

El adjudicatario tiene derecho al abono del precio convenido, con arreglo a las condiciones establecidas en el contrato, correspondiente a los trabajos

³ <http://www.boe.es/boe/dias/2002/12/27/pdfs/A45504-45515.pdf>

⁴ <http://www.boe.es/boe/dias/2005/11/22/pdfs/A38068-38082.pdf>

⁵ https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2011-17887

efectivamente realizados y formalmente recibidos por la Fundación.

El pago de cada uno de los productos se hará contra entrega y aprobación por parte de la coordinación del Proyecto gestionado por FIIAPP, de los productos y tareas mencionados en el Punto 7 de los presentes Términos de Referencia, de acuerdo a los estándares de calidad esperados.

15. PLAZO DE ADJUDICACION Y FORMALIZACION

Para la presente contratación, se estima un plazo para la adjudicación de un máximo de 10 días hábiles, y para la formalización del contrato de un máximo de 10 días hábiles, contados a partir de la adjudicación del mismo.

16. INICIO DE LOS TRABAJOS

La fecha oficial de comienzo de la consultoría será el día siguiente a la formalización del contrato.

17. PLAZO Y FORMA DE PRESENTACIÓN DE LAS POSTULACIONES

Aquellas personas jurídicas interesadas, que cumplan los requisitos definidos en los presentes Términos de Referencia podrán enviar sus propuestas a la siguiente dirección de correo electrónico: actuecolombia@fiiapp.org, indicando en el apartado de “asunto” el siguiente título: *Consultoría para fortalecer a las entidades beneficiarias del proyecto ACTUE en materia de comunicación estratégica y/o digital, para la difusión de sus iniciativas de transparencia, integridad y cultura de la legalidad.*

El plazo de recepción de candidaturas estará *abierto hasta el día 14 de enero de 2016 a las 23.59 hora local en Madrid.*

ANEXO I. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN MSPS

I.- Contexto y justificación de la actividad

Respecto al caso particular del sector salud, es preciso señalar que durante el año 2014, el Ministerio de Salud y Protección Social (MSPS), con el acompañamiento y la financiación del Proyecto ACTUE Colombia de la Unión Europea, diseñó una serie de estrategias y mecanismos para el fortalecimiento de la transparencia y la lucha contra la corrupción en el sector salud, que se orientan al cumplimiento de las metas de la Política Farmacéutica Nacional (CONPES 155/ 2012), la PPIA (CONPES 167/ 2013) y la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública (Ley 1712 de 2014).

Las estrategias diseñadas fueron incorporadas en el año 2015 en un Plan de Acción de Transparencia e Integridad del MSPS, a desarrollar durante los años 2015-2017 en coordinación con la Secretaría de Transparencia de la Presidencia de la República y el Proyecto ACTUE Colombia.

Dentro de las estrategias de transparencia, integridad y cultura de la legalidad que se vienen impulsando y fortaleciendo técnicamente se cuentan:

- Decálogo de transparencia e integridad para el sector salud colombiano, con énfasis en la regulación de precios de medicamentos y la definición de plan de beneficios. Es una herramienta que contiene medidas específicas en materia de transparencia e integridad para el sector salud con énfasis en instituciones claves. Su propósito es contribuir a identificar y controlar los riesgos de corrupción y de falta de transparencia, generar compromisos bajo el liderazgo del gobierno nacional para fomentar una cultura de transparencia y legalidad y estrechar la vigilancia en el uso de recursos públicos⁶.
- Formulario Terapéutico Nacional. Sistema creado con el propósito de hacer pública y transparente la información requerida por los ciudadanos, los profesionales de la salud y las instituciones del sistema de salud sobre medicamentos (información sobre uso, calidad, acceso y precio) con el fin de reducir las asimetrías impuestas por los agentes del mercado y los efectos del marketing de medicamentos.

- Transparencia en la regulación de precios de medicamentos. Estrategia de diálogo propuesta por la Dirección de Medicamentos y Dispositivos Médicos del MSPS con el objetivo de informar a la ciudadanía, el sector privado y las demás entidades y actores del sector salud del orden nacional y regional, sobre la normatividad, los procedimientos y las decisiones adoptadas por el MSPS respecto a la regulación de precios de medicamentos.
- App móvil Clic Salud. Herramienta digital impulsada con el propósito de facilitar a los ciudadanos el acceso a la información sobre la operación del sistema de salud, la calidad de los servicios prestados por EPS e IPS, el uso y precio de los medicamentos, y el Plan Obligatorio de Salud (POS), entre otros elementos.
- Política para la gestión de conflictos de Interés del MSPS. Iniciativa desarrollada con el fin de brindar al Ministerio de Salud y Protección Social y sus distintas dependencias una guía clara para la identificación y prevención de potenciales conflictos de interés en la toma de decisiones públicas.
- Plataforma para el registro de pagos y transferencias de valor realizados por la industria farmacéutica. Reglamentación y herramienta web que buscará de capturar, procesar y hacer pública información sobre los pagos y transferencias de valor que realiza la industria farmacéutica a los profesionales de la salud y demás actores del sector.
- Índice de Transparencia para el sector salud. Desarrollo de un instrumento de medición y evaluación de entidades públicas, empresas privadas y demás organizaciones del sector salud, en materia de transparencia y lucha contra la corrupción.

Además de fortalecer la capacidad institucional de la entidad, y de dotarla con herramientas para promover la transparencia e integridad, las iniciativas desarrolladas por el MSPS, con el apoyo del proyecto ACTUE, han empezado a despertar el reconocimiento de la academia y actores representativos del sistema de salud, lo que contribuye con el objetivo, fijado por el gobierno nacional en el Plan Nacional de Desarrollo 2015-2018, de recuperar la confianza y la legitimidad en el sistema de salud.

En función de apoyar la importante labor que viene desarrollando el Grupo de Comunicaciones del Ministerio de Salud y Protección Social y de contribuir a que las iniciativas y herramientas desarrolladas en materia de transparencia, integridad y cultura de la legalidad sean difundidas y apropiadas por la ciudadanía en general, las organizaciones sociales, el sector privado, y actores del sistema de salud del nivel nacional y regional y ciudadanía en general, se considera fundamental contar con una asistencia técnica que apoye y acompañe al MSPS en el diseño de una estrategia de comunicación digital, así como en el desarrollo de las actividades y productos requeridos para la implementación de esta estrategia.

De acuerdo con el objetivo general de los presentes TdRs y en respuesta a la necesidad específica de apoyar el trabajo en materia de comunicación digital que viene adelantando dos de las entidades mencionadas, el Ministerio de Salud y Protección Social y el INVIMA, se detallan a continuación las áreas específicas a fortalecer, identificadas por el equipo del proyecto ACTUE en diálogo con el Grupo de Comunicaciones del MSPS:

Uso de canales y herramientas de diálogo virtual. A pesar de los importantes esfuerzos adelantados por el Grupo de Comunicaciones del Ministerio de Salud y por la Oficina de Atención al Ciudadano del INVIMA por fortalecer los canales de diálogo con la ciudadanía, se requiere de un acompañamiento especializado en el uso de herramientas bridadas por las TICs, para crear un diálogo virtual más directo, con suministro de información y respuesta en tiempo real, para los temas de transparencia, integridad y cultura de la legalidad.

Desarrollo de piezas audiovisuales y material multimedia. Si bien el Grupo de Comunicaciones del MSPS cuenta con la capacidad de desarrollar un importante número de piezas y material web para la comunicación de la actividad del Ministerio, requiere de un apoyo adicional para el desarrollo de material audiovisual específico para las iniciativas de transparencia de la entidad (videos, infografías, piezas para redes sociales) que faciliten su apropiación por parte de la ciudadanía y actores interesados.

II.- Objetivos Específicos

1. Fortalecer al Ministerio de Salud y Protección social en su capacidad técnica para el diseño de campañas de comunicación y difusión digital de las iniciativas de transparencia, integridad y cultura de la legalidad en respuesta a la necesidad específica manifestada y en atención a todo el trabajo ya adelantado por dicha Institución

2. Visibilizar las acciones realizadas por el MSPS en temas de transparencia e integridad, a través del apoyo para el diseño y la producción de las piezas de comunicación multimedia (piezas gráficas, video y contenidos para redes sociales) necesarias para la ejecución de campañas de comunicación.
3. Acompañar en la planeación, organización, convocatoria y desarrollo logístico de eventos virtuales para la presentación de sus iniciativas de transparencia, integridad y cultura de la legalidad.
4. Fortalecer al Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos –INVIMA- en la formulación de una estrategia digital para la difusión de sus iniciativas de transparencia, rendición de cuentas y cultura de la integridad.

III.- Tareas inicialmente identidades para apoyar el MPSP y al INVIMA

1. Apoyar inicialmente al MSPS y al INVIMA en el diseño de campañas de redes sociales para la comunicación de las iniciativas y herramientas de transparencia desarrolladas, en coordinación con los funcionarios del Grupo de Comunicaciones del Ministerio y de las dependencias responsables y en este sentido:
2. Desarrollar las piezas comunicativas (piezas gráficas, videos, mensajes) necesarias para el desarrollo de las campañas formuladas. Las campañas y piezas comunicativas deben ser desarrolladas en concordancia con el manual de imagen del MSPS.
3. Garantizar la difusión de las piezas comunicativas desarrolladas para las campañas a través de distintas plataformas virtuales (Twitter, Facebook, youtube, google) mediante la contratación de pauta digital y estrategias de interacción con los usuarios.
4. Apoyar al MSPS en la organización logística y difusión de jornadas de diálogo virtual para la socialización de proyectos, herramientas e iniciativas con representantes de organizaciones sociales, entidades del sector y ciudadanía en general. Asesorar al MSPS en el uso y manejo de las plataformas tecnológicas necesarias para el desarrollo de los diálogos virtuales (Google Hangouts, LiveStream, Twitcam, etc).
5. Desarrollar estrategias de mailing y pauta digital, para promover la participación en los eventos y jornadas de diálogo virtual programadas, a través de los canales oficiales del ministerio.
6. Elaborar informes sobre el desarrollo de las campañas de comunicación implementadas.

ANEXO II DECLARACIÓN RESPONSABLE

D./Dña., con cédula de ciudadanía número, actuando en representación de, con N.I.T. con domicilio social en, en calidad de, interesado en el procedimiento de adjudicación convocado por la Fundación Internacional y para Iberoamérica de Administración y Políticas Públicas.

Por la presente DECLARO RESPONSABLEMENTE, a los efectos previstos en el artículo 146.1 c) del Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público (en adelante TRCLSP) aprobado mediante Real Decreto Legislativo 3/2011 de 14 de noviembre.

- No incurrir mi representada en causa de prohibición para contratar con el sector público conforme a lo previsto en el artículo 60.1 del TRLCSP.
- Hallarme al corriente del cumplimiento de las obligaciones tributarias y con la Seguridad Social impuestas por las disposiciones vigentes, sin perjuicio de comprometerme a aportar la justificación acreditativa de tal requisito antes de la formalización del contrato conforme a lo previsto en el Pliego de Condiciones Generales por el que se rige la contratación, de resultar mí representada adjudicataria.

Fdo:

En,....., a..... de.....de 2016.
(Lugar, fecha y firma del licitador)

ANEXO III PROPUESTA ECONÓMICA A

D./D^a.....mayor de edad, vecino de..... y con D.N.I. nº..... en nombre propio o en representación de la Empresa....., con domicilio social en, y NIF nº al objeto de participar en el concurso:

"Consultoría para fortalecer a las entidades beneficiarias del proyecto ACTUE en materia de comunicación estratégica y/o digital, para la difusión de sus iniciativas de transparencia, integridad y cultura de la legalidad"

Convocado por la Fundación Internacional y para Iberoamérica de Administración y Políticas Públicas, manifiesta lo siguiente:

Se compromete a ejecutar la prestación a la que concursa con sujeción a los requisitos y condiciones exigidas por el precio* de:

.....€
0% IVA**€
Total€

En.....,a.....de.....de 2016.
(Lugar, fecha y firma del licitador)

*Monto que expresa la suma global de todos los productos, teniéndose en cuenta el monto máximo propuesto para el valor de cada producto en el apartado 6.

** FIIAPP gestiona el proyecto europeo para el Fortalecimiento Institucional Capacidad Colombiana para aumentar la Integridad y la Transparencia que está exento de IVA de acuerdo con certificación expedida por el Departamento de Presidencia (DAPRE) del Gobierno de Colombia.