# INVITACIÓN A EXPRESAR INTERÉS PARA SERVICIOS DE CONSULTORÍA

| | |
|---|---|
| País: | República de Colombia |
| Proyecto: | Programa de Apoyo a la Diversificación e Internacionalización de la Economía Colombiana |
| Operación No.: | Préstamo BID No. 4929/OC-CO |
| Tipo de Contratación: | Servicios de Consultoría |
| Adquisición No.: | IECOL-22-SBCC-CF |
| Proceso de Selección: | EXPRESIONES DE INTERÉS – Diseñar e implementar actividades de relacionamiento público para establecer relaciones positivas con actores clave y un relacionamiento estratégico con periodistas internacionales para fortalecer el posicionamiento de Colombia como destino de Inversión Extranjera Directa y proveedor de Servicios Basados en Conocimiento. |

El 9 de marzo del 2020, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT) suscribió con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Contrato de Préstamo No. 4929/OC-CO "*Programa de Apoyo a la Diversificación e Internacionalización de la Economía Colombiana*", (en adelante "el Programa"), que tiene por objetivo general contribuir a una mayor diversificación e internacionalización de la economía colombiana para impulsar el crecimiento económico del país. El Programa asciende a USD $24 millones, con un periodo de desembolso de cinco años.

El Programa consta de dos componentes. El Componente I "*Promoción de las exportaciones de los Servicios Basados en Conocimiento (SBC)*", por USD $10.5 millones, busca impulsar las ventas externas de los sectores SBC priorizados para este Programa[1], a través de los programas del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT). Este componente financiará principalmente el diseño y/o implementación de: i) programas de fortalecimiento empresarial, ii) programas de fomento a las exportaciones, iii) análisis de brechas de género; iv) fortalecimiento institucional de las entidades y Patrimonios Autónomos vinculados al MinCIT, iv) actividades de promoción comercial, v) plataformas de información para exportar servicios, entre otros.

El Componente II "*Atracción y Facilitación de Inversión Extranjera Directa (IED)",* por USD $10 millones, busca incrementar los flujos de IED de eficiencia, a través de la implementación y uso de nuevas herramientas para la agilización de trámites, y la promoción y atracción de inversiones. Este componente financiará principalmente: i) el desarrollo de la Ventanilla Única de Inversiones (VUI) que incluye: formulación del modelo de gobernanza y expedición del marco normativo, mapeo y simplificación de los principales procesos de inversión, digitalización de trámites y desarrollo de la plataforma informática, integración de la VUI a nivel subnacional con una región piloto, entre otros; ii) diseño e implementación de nuevas herramientas de promoción y atracción de IED de eficiencia; iii) posicionamiento de la marca país para atraer IED de eficiencia, iv) fortalecimiento institucional del

[1] *Software* y aplicaciones móviles, animación y videojuegos, audiovisual, BPO, Industria editorial y gráfica, educación, publicidad y mercadeo, diseño arquitectónico e ingeniería, salud, artes escénicas y música.

MinCIT, ProColombia y otras entidades vinculadas al Programa; v) establecimiento de la figura del *Ombudsperson* de inversión.

La implementación y ejecución de este Programa está a cargo del MinCIT, bajo el liderazgo del Viceministerio de Comercio Exterior (VCE) y con el apoyo técnico de ProColombia y Colombia Productiva. Para cumplir con su función, el MinCIT ha estructurado una Unidad Coordinadora del Proyecto (UCP) encargada de la coordinación, planificación y monitoreo técnico y fiduciario del programa. Adicionalmente, se cuenta con el apoyo de la Fiduciaria Colombiana de Comercio Exterior (Fiducoldex S.A) para la gestión de adquisiciones y financiera del Programa.

El desarrollo y ejecución de la presente consultoría será liderada por ProColombia, entidad encargada de posicionar a Colombia en el mundo como un destino atractivo para la inversión extranjera directa y el turismo internacional, y como proveedor de productos y servicios de clase mundial, contribuyendo al crecimiento sostenible y a la construcción de un país con legalidad, emprendimiento y equidad.

En particular, la Gerencia de Comunicaciones de ProColombia es un área transversal que tiene como propósito visibilizar y facilitar, de manera estratégica e innovadora, la promoción del país, con el fin de atraer inversión extranjera, turistas internacionales y fomentar las exportaciones no minero energéticas. Dentro de las prioridades del área se encuentran mantener, fortalecer y generar una comunicación permanente y relevante con medios internacionales de importancia global y también, con medios especializados en los diferentes mercados clave para la entidad.

Componente de Promoción de las exportaciones de los Servicios Basados en Conocimiento (SBC)

Los SBC son una apuesta estratégica del gobierno nacional para la diversificación de la economía y el crecimiento económico del país, siendo uno de los sectores priorizados en la política comercial planteada en el Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2018-2022[2]. Esto se debe al enorme potencial que tiene Colombia dada su buena infraestructura para el desarrollo del sector, costos competitivos, clima de negocios favorable y una amplia red de acuerdos comerciales[3]. No obstante, se requiere del desarrollo e implementación de políticas e instrumentos que fortalezca las capacidades del ecosistema de empresas que componen esta industria.

En el marco del Préstamo, en lo relacionado con el Componente I se han priorizado 11 de los sectores de SBC (*software* y aplicaciones móviles, audiovisual, BPO, animación y videojuegos, industria editorial y gráfica, publicidad y mercadeo, arquitectura e ingeniería, educación, salud, artes escénicas y música) dado su alto contenido de innovación, creatividad y uso intensivo de capital intelectual que los convierte en servicios potenciales para insertarse en mercados internacionales y cadenas globales de valor.

En atención a lo anterior, el Programa debe ir enfocado a fortalecer la capacidad exportadora de los sectores SBC, aumentar las tasas de crecimiento de las exportaciones, con el objetivo de lograr un salto relevante en las ventas al exterior de estos sectores, y elevar su contribución en las exportaciones no minero energéticas colombianas, y a la diversificación de estas. Así mismo, aumentar el valor agregado/complejidad de las exportaciones en los sectores para promover el progresivo escalamiento

[2] PND 2018-2022.
[3] AT Kearney Global Services Location Index 2017. Colombia ocupó el décimo lugar a nivel mundial y el tercero en la región.

de los exportadores colombianos en encadenamientos que involucren las capacidades creativas, de innovación y de diferenciación, así como la calidad de los procesos y servicios involucrados.

Componente de atracción de Inversión Extranjera Directa (IED) de eficiencia

La contribución de la IED al crecimiento económico de Colombia de los últimos años ha sido notable. Se ha convertido en un pilar central de la economía, una fuente de recursos que complementan la inversión nacional, generando nuevos puestos de trabajo y nuevas oportunidades para alcanzar mayores niveles de desarrollo.

Sin embargo, buena parte de los flujos de IED que recibe el país, que ascendieron a más de USD $14,000 MM en 2019, están concentrados en actividades extractivas de bajo valor agregado o en el aprovechamiento del tamaño del mercado local. Esto redunda en una alta concentración exportadora en el sector minero energético, una alta vulnerabilidad a los precios internacionales de productos primarios y un potencial limitado para aprovechar todos los beneficios de la IED. Si bien la inversión no-minero energética en el país ha aumentado en los últimos años, la inversión para aumentar la eficiencia productiva es relativamente baja con respecto a países de similar ingreso *per-cápita*.

En atención a lo anterior, la política de atracción de inversión extranjera en Colombia se ha reorientado a la atracción de inversión en búsqueda de eficiencia productiva, que tiene el mayor potencial transformador, incentiva la diversificación de la economía en industrias de mayor complejidad y sofisticación, está orientada a la exportación a través de su inserción en las cadenas regionales de valor, y genera transferencia de conocimientos y de tecnología de punta, y una mayor productividad y crecimiento económico.

Este tipo de inversión está estrechamente ligado a la capacidad de los países de ofrecer condiciones de competitividad y clima de inversión que resulten en menores riesgos y costos para la inversión. Estas son eficiencias que las empresas buscan aprovechar en un país receptor para instalar su operación y exportar a otros mercados. En los últimos años, la competencia a nivel global por atraer y retener este tipo de inversión se ha venido intensificando. Cada vez con más frecuencia, los países introducen nuevas medidas y estrategias agresivas para lograr exitosamente esta tarea, lo cual demanda redoblar esfuerzos para mejorar la calidad de las instituciones, así como la implementación de medidas de facilitación y simplificación de trámites, requisitos y procedimientos relacionados con la instalación y operación de empresas de capital extranjero en el país.

Actividades de PR para promover la IED de eficiencia y las exportaciones de SBC en sectores priorizados

Las actividades de relacionamiento público y comunicación externa, o “PR”, son una herramienta para contribuir al posicionamiento estratégico de mensajes que resalten a Colombia como un destino confiable y atractivo para la IED de eficiencia y como país exportador de SBC.

Este trabajo consiste en la construcción y el posicionamiento de narrativas atractivas y poderosas en medios de comunicación de alto impacto, y en la divulgación de la participación de Colombia en eventos internacionales especializados como *Roadshows*, ferias de negocios, cumbres y diversos foros, en los mercados clave de ProColombia.

De acuerdo con un estudio de la OECD realizado colaborativamente con el BID sobre prácticas internacionales de agencias de promoción de inversión (“IPA”) en 32 países de la OECD, al menos el 90%

de las IPA en estos países realizan actividades de construcción de imagen y participan en eventos de PR internacionales. Se trata de actividades clave para mostrar las ventajas que ofrece el país para la realización de negocios, capturar el interés de empresas e inversionistas extranjeros para que profundicen su conocimiento de estas ventajas y motivarlos a buscar oportunidades que puedan convertirse en una decisión de inversión hacia Colombia u orientada a la exportación. Estas actividades permiten también mejorar la percepción de inversionistas sobre Colombia como destino de negocios y rectificar información que pudiera haber impactado negativamente esta percepción.

En 2019, ProColombia superó la meta del *Free Press Internacional* en un 46%, en comparación con los resultados obtenidos en el año inmediatamente anterior, gracias a la gestión realizada con medios internacionales de alto impacto, así como especializados. Por ejemplo, destacamos publicaciones en medios *Tier* 1 tales como el *Financial Times*, en el cual se publicó un *Special Report* sobre Oportunidades de Inversión en la Costa Atlántica. También vale la pena mencionar que se registraron buenas noticias de Colombia como país proveedor de bienes y servicios y como destino atractivo para la inversión extranjera en otras publicaciones tales como *El País España, El Diario ES, Yahoo News, Entrepreneur México, Agencia EFE, France24, Xinhua News, Europa Press, Investor Point, Nearshore Americas*, por citar algunos.

Teniendo en cuenta este contexto, la contratación de una Agencia de PR para la realización de estas actividades hace parte importante del conjunto de actividades previstas para el logro de las metas trazadas en ambos Componentes para el Programa de Apoyo a la Internacionalización y Diversificación de la Economía Colombiana. En el contexto actual, será clave que tanto el diseño como el posicionamiento de estos mensajes se encuentren orientados a la implementación de las políticas y planes trazados para la reactivación económica del país, en particular, para la presente consultoría, aquellas dirigidas a la atracción de IED de eficiencia y a los SBC en los sectores priorizados (*software* y aplicaciones móviles, audiovisual, BPO, animación y videojuegos, industria editorial y gráfica, publicidad y mercadeo, arquitectura e ingeniería, educación, salud, artes escénicas y música).

Este ejercicio de comunicación estratégica va a permitir apoyar la atracción de inversión extranjera directa, dando a conocer las ventajas, los incentivos y las oportunidades que ofrece el Colombia para los inversionistas extranjeros. Así mismo, se podrá presentar la oferta exportable que tiene Colombia como un país proveedor de Servicios Basados en el conocimiento en los distintos mercados estratégicos para la entidad, capturando el interés y la motivación de empresas e inversionistas extranjeros para que encuentren en el país un aliado comercial importante.

De acuerdo con lo anterior, la presente consultoría contempla las siguientes dos fases:

- Una primera fase de planeación, donde se definan detalladamente dos Planes de Comunicaciones, diseñados para atender las necesidades comunicativas de ProColombia e impactar los mercados de interés de los ejes de Inversión y exportaciones de SBC. En esta fase, se establece el plan de acción que se ejecutará entre la Agencia PR y ProColombia, en aspectos tales como objetivos, mensajes, audiencias, tácticas, cronograma, resultados esperados y entregables. Una parte fundamental de esta fase es definir los insumos que entregará ProColombia y las piezas que debe realizar la agencia de PR para cumplir con el Plan de Comunicaciones en su totalidad. Aquí también se definirán los canales de comunicación entre las dos partes, el proceso de aprobación y el formato de los reportes para las distintas fases del plan de acción.

- Posteriormente, una vez definidos los mensajes estratégicos a difundir en medios de comunicación, así como el listado de medios generales y especializados a impactar en cada uno de los mercados de interés, comienza la fase de difusión y posicionamiento de las oportunidades de inversión y la oferta exportable de SBC de Colombia. En esta segunda fase, se ejecuta el plan de acción previamente acordado y se realiza un seguimiento continuo de todas las actividades para lograr los objetivos propuestos. Esto implica el posicionamiento de los mensajes y contenidos definidos en medios internacionales de alto impacto y especializados, gestión de entrevistas con los voceros de ProColombia, convocatoria para *press trips*, entre otras actividades de difusión.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT) a través de la Fiduciaria Colombiana de Comercio Exterior S.A. – FIDUCOLDEX actuando como vocera y administradora del Fideicomiso PROCOLOMBIA, a través del cual se ejecutan los recursos del programa de *Apoyo a la Diversificación e Internacionalización de la Economía Colombiana,* invita a las entidades/firmas consultoras elegibles a expresar su interés en prestar los servicios relacionados con: "*Diseñar e implementar actividades de relacionamiento público para establecer relaciones positivas con actores clave y un relacionamiento estratégico con periodistas internacionales para fortalecer el posicionamiento de Colombia como destino de Inversión Extranjera Directa y proveedor de SBC*".

Las entidades interesadas deberán proporcionar información que indique que están cualificadas para suministrar los servicios en relación de contratos ejecutados que demuestren experiencia en trabajos y condiciones similares a los servicios requeridos, disponibilidad de personal que tenga los conocimientos pertinentes, entre otros.

Solo podrán manifestar interés entidades/firmas consultoras de forma individual o en Asociación en Participación, Consorcio o Asociación -APCA- que hagan parte de los países prestatarios y no prestatarios del BID. Para los efectos de establecer la lista corta, la nacionalidad de la firma será la del país en que se encuentre legalmente constituida o incorporada y en el caso de APCA, será la nacionalidad de la firma que se designe como representante.

La firma consultora será seleccionada conforme al método de Selección Basada en Calidad y Costo – SBCC establecido en el Documento GN-2350-15"*Políticas para la selección y contratación de consultores financiados por el Banco Interamericano de Desarrollo*". Los criterios para selección de la lista corta son los relacionados con las calificaciones y experiencia necesarias de la firma.

Dichas entidades/firmas consultoras deberán presentar:

1. Carta de presentación de expresión de interés. (Anexo 1).
2. Antecedentes generales de la firma que demuestren su organización. Máximo tres (3) páginas en espacio sencillo y letra tamaño 11 (Anexo 2).
3. Estados financieros y notas con corte a 31 de diciembre de 2019 suscritos por el representante legal, contador y/o revisor fiscal con el correspondiente dictamen.
4. Experiencia de la firma (Anexo 3):

a. Las Entidades/firmas deben relacionar mínimo tres (3) y máximo cinco (5) contratos con entidades públicas y/o privadas, a partir del 1o. de enero de 2015, para los cuales la firma fue contratada legalmente, o como una de las principales entidades / firmas integrantes de una asociación.

b. El objeto de los contratos aportados debe estar relacionado con prestación de servicios de Relaciones Públicas (PR) con medios de comunicación de alcance general y especializado en América, Europa y Asia y que contemplen actividades de: desarrollo de planes de comunicaciones, o desarrollo de mensajes y piezas de comunicación, o difusión de contenidos en periódicos, revistas, emisoras de radio y canales de televisión de varios países del mundo.

c. La firma debe acreditar que cuenta con oficinas, personal o alianzas con otras agencias, en aquellos mercados que son de interés para ProColombia a la hora de posicionar estos mensajes clave. Esto es en los siguientes países: Estados Unidos, Reino Unido, España, China, Francia, México y Chile.

d. Para efectos de la conformación de la lista corta, se valorará la experiencia prestando servicios de PR a agencias y/o entidades de promoción de inversión, exportaciones y turismo de otros países del mundo, similares a ProColombia.

NOTA 1: Estos contratos deben tener un plazo de ejecución no inferior a cuatro (4) meses y estar finalizados a la fecha de presentación de la expresión de interés.

NOTA 2: La información sobre experiencia de la firma que supere el máximo permitido no será tenida en cuenta, se tendrán en cuenta los cinco (5) primeras experiencias relacionadas en el Anexo 3.

NOTA 3: En caso de que el objeto del contrato no sea suficientemente claro, es importante que se detalle su alcance.

La firma consultora que resulte seleccionada en el proceso deberá estar en capacidad de poner a disposición de la Unidad Coordinadora del Programa - UCP, antes de la firma del contrato, todos los documentos que acrediten la experiencia de la firma.

En caso de expresiones de interés presentadas por una APCA, se deberá allegar la manifestación de conformación del APCA firmada por los representantes legales de las organizaciones que la fueran a conformar.

Los documentos presentados deberán estar en idioma español. En caso de que los documentos se presenten en otro idioma deberán estar acompañados de la respectiva traducción.

## DESCRIPCIÓN Y ALCANCE DE LA CONSULTORÍA

Los servicios de consultoría corresponden a posicionar mensajes clave para fomentar la atracción de IED de eficiencia en Colombia, las exportaciones de SBC en los sectores priorizados y, con esto, contribuir a la reactivación económica del país. También es de igual importancia con estos servicios de consultoría la construcción de relaciones sólidas y duraderas con los medios de comunicación de los mercados de interés para los ejes de Inversión y de Exportaciones de ProColombia.

El resultado esperado de la consultoría es la exitosa realización de una estrategia de relaciones públicas que posicione a Colombia como destino para la inversión extranjera directa y para las exportaciones de SBC en los sectores priorizados, a través de la cual se logre la publicación de mensajes estratégicos en

medios *Tier* 1 tales como *CNN, New York Times, Telegraph, The Guardian, Le Figaró, Excelsior, O Globo*, por citar algunos ejemplos, así como publicaciones en medios especializados.

Los productos y/o entregables que se esperan obtener son los siguientes:

1. Plan de trabajo y cronograma, especificando las actividades y tiempos necesarios para cumplir a satisfacción con los entregables requeridos en el desarrollo de la consultoría. En particular, el cronograma deberá tener en cuenta las fechas de realización de eventos que servirán como plataforma para el posicionamiento de los mensajes clave y plantear de manera detallada las actividades previas que deberán realizarse para obtener el mayor impacto en los mercados y sectores objetivo.

2. Plan de comunicaciones y estrategia de relaciones públicas que permitirá posicionar a Colombia como mercado estratégico para la atracción de Inversión Extranjera Directa y para las exportaciones de Servicios Basados en Conocimiento para los sectores priorizados, resaltándolo como destino atractivo para la reactivación económica "*post pandemia COVID-19*".

3. Listado de medios internacionales con los que se trabajará cada uno de los planes de comunicaciones, incluidos medios impresos, en línea, radio y periodistas independientes, tanto generales y de alto impacto, como especializados en economía, inversión extranjera directa, *site selection*, tecnología e Industrias 4.0. Este *wishlist* debe ser previamente validado y aprobado por ProColombia.

4. Matriz de mensajes.

5. Comunicados y materiales de prensa creados y difundidos sobre los temas relevantes.

6. Informes periódicos con actualizaciones continuas sobre el panorama de los medios internacionales.

7. Informes de monitoreo semanal de medios y *clippings* de prensa resultado de la actividad de difusión de contenidos o de actividades y activaciones propuestas de manera proactiva por el PR. Estas deben tener un impacto en todos los mercados internacionales de interés.

8. Informes mensuales con seguimiento de retorno a la inversión ROI – *Free Press*, para conocer el resultado real de las estrategias planteadas y desarrolladas.

9. Planes para la convocatoria de periodistas internacionales, identificando los periodistas a invitar, las fechas y formato de los viajes de prensa, así como los mensajes objetivo para cada una de las visitas programadas. Cada plan debe estar focalizado hacia la atracción de IED de eficiencia y la exportación de SBC en los sectores priorizados.

10. Informe final de la gestión del PR, en el que se compilen cada una de las estrategias realizadas por eje y cuáles fueron los resultados finales, teniendo en cuenta los resultados esperados de la consultoría. Deberá especificarse: periodistas convocados, medios impactados (tanto generales como especializados), audiencia/*outreach*, número de publicaciones alcanzadas (artículos impresos o *Web* / columnas / emisiones de TV o radio) y número de entrevistas gestionadas con voceros ProColombia.

Los resultados y productos descritos anteriormente deberán responder a las consideraciones operativas del Programa, previamente concertadas con el MinCIT, ProColombia y la Unidad Coordinadora del Proyecto.

Para el logro de los objetivos, el consultor desarrollará al menos las siguientes actividades, las cuales realizará en dos fases:

## Fase 1 – Planeación

Definición detallada de dos Planes de Comunicaciones, diseñados para atender las necesidades comunicativas de ProColombia e impactar los mercados de interés de los ejes de Inversión y exportaciones de SBC. Las actividades en esta fase serán las siguientes:

1. Diseñar un Plan de Comunicaciones para posicionar a Colombia como un destino atractivo para la Inversión Extranjera Directa (IED), recalcando las ventajas comparativas y competitivas del país y su potencial como destino estratégico para la relocalización. Los principales mercados de interés para difundir los mensajes estratégicos para 2021 son: Estados Unidos, Reino Unido, España, China y Chile, entre otros que puedan resultar relevantes de cara a la estrategia de atracción de IED de ProColombia.

2. Diseñar un Plan de Comunicaciones para posicionar a Colombia como un país exportador de SBC, resaltando los sectores y/o temas de videojuegos, BPO, *software* y producción audiovisual. Los principales mercados de interés para difundir los mensajes estratégicos en 2021 son: Estados Unidos, Reino Unido, Francia y México, entre otros que puedan resultar relevantes de cara a la estrategia de promoción de exportaciones de SBC de ProColombia.

3. Construir conjuntamente con ProColombia un listado de medios internacionales con los que se trabajará cada uno de los planes de comunicaciones. Este *wishlist* debe ser previamente validado y aprobado por ProColombia.

4. Desarrollar los mensajes clave y otras piezas de comunicación (*press releases*, videos, piezas gráficas, cuestionarios para entrevistas, entre otros), de acuerdo con los insumos entregados por ProColombia.

## Fase 2 – Ejecución

Una vez definidos los mensajes estratégicos a difundir en medios de comunicación, así como el listado de medios generales y especializados a impactar en cada uno de los mercados de interés, comienza la fase de difusión y posicionamiento de las oportunidades de inversión y la oferta exportable de SBC de Colombia. Las actividades en esta fase serán las siguientes:

1. Realizar *pitchings* de comunicados y noticias relevantes de los ejes involucrados en el proyecto, así como difusión de los contenidos en medios generales, especializados y en los incluidos en el *wishlist* (*press releases*, historias, casos de éxito, columnas).

2. Hacer seguimiento continuo y cumplir el cronograma de los Planes de Comunicaciones.

3. Realizar la gestión diaria de solicitudes de medios internacionales, incluyendo la provisión de información y materiales relevantes para publicación en estos medios.

4. Gestionar entrevistas *one-on-one* y columnas con los voceros de ProColombia, para lograr espacios preponderantes en medios de comunicación de alto impacto y/o especializados.

5. Proponer de manera proactiva actividades y activaciones para la difusión de mensajes.

6. Realizar la convocatoria de periodistas internacionales, así como la planificación y seguimiento de viajes de prensa a Colombia, para que los medios conozcan de primera mano las oportunidades para inversionistas extranjeros y la oferta exportable de SBC. Estos viajes deberán programarse según se considere oportuno de cara a las restricciones sanitarias que sean aplicables y cumpliendo con los protocolos de bioseguridad pertinentes.

7. Realizar un monitoreo semanal de las publicaciones gestionadas, con su respectivo retorno a la inversión ROI – Valor de *Free Press*.

8. Reportar de manera proactiva historias, comunicados y casos de éxito a los medios de comunicación.

9. Realizar un trabajo de fidelización de medios de comunicación, en particular de medios objetivo.

10. Apoyar la planeación, convocatoria y seguimiento de viajes de prensa a Colombia, para que los medios conozcan de primera mano las oportunidades para inversionistas extranjeros y la oferta exportable de SBC.

## CONSULTA Y OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN RELACIONADA

Los interesados pueden obtener más información a través del correo electrónico:
adquisicionesbid@fiducoldex.com.co

## ENTREGA DE EXPRESIONES DE INTERÉS

Las expresiones de interés deberán ser recibidas solo por correo electrónico, a más tardar el día veintinueve (29) de enero de 2021 a las 17:00 horas (Bogotá D.C., Colombia). No se recibirán expresiones de interés en físico. La Manifestación de Interés deberá estar dirigida a:

Señores
UNIDAD COORDINADORA DEL PROGRAMA- UCP
Apoyo a la Diversificación e Internacionalización de la Economía Colombiana
Atención: Ana Lucia Noguera
Gerente UCP
Correo electrónico: adquisicionesbid@fiducoldex.com.co

Se recomienda el envío de la manifestación con anticipación a la hora de cierre para prever fallas técnicas que puedan presentarse.

Advertencia: La presentación de expresiones de interés no configura ningún derecho para los interesados, ni ninguna obligación para adelantar procesos de contratación para FIDUCOLDEX, EL MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO o para el BID.

PAOLA ALEJANDRA SANTOS VILLANUEVA
Directora Jurídica de Negocios Especiales
Fiducoldex S.A.

ANEXO 1

CARTA DE PRESENTACION DE EXPRESION DE INTERES Y DECLARACIÓN JURAMENTADA

*[NOTA: En el caso que la manifestación de interés se presente en APCA esta declaración debe ser presentada igualmente por el representante de cada una de las entidades/firmas que lo conforman]*

Ciudad y Fecha

Señores
UNIDAD COORDINADORA DEL PROGRAMA- UCP
Apoyo a la Diversificación e Internacionalización de la Economía Colombiana
Atención: Ana Lucia Noguera
Gerente UCP
Bogotá, D.C.

PROCESO: IECOL-22-SBCC-CF – Diseñar e implementar actividades de relacionamiento público para establecer relaciones positivas con actores clave y un relacionamiento estratégico con periodistas internacionales para fortalecer el posicionamiento de Colombia como destino de inversión extranjera directa y proveedor de SBC.

En representación de *[NOMBRE DE LA FIRMA, APCA, etc.]*, manifiesto mi intención de participar en el presente proceso, de conformidad con las condiciones que se establecen en la presente expresión de interés.

Así mismo declaro que:

- Tengo facultades plenas para contratar y comprometer la representación de *[NOMBRE DE LA FIRMA, APCA, etc.]* de conformidad con el certificado de existencia y representación legal.
- Para este proceso, yo como persona natural y la firma que represento denominada *[NOMBRE DE LA FIRMA, APCA, etc.]* participamos solamente en la presente expresión de interés.
- Entiendo que esta expresión de interés no constituye ninguna obligación ni para el MinCIT, ProColombia, Fiducoldex ni para el BID.
- No me encuentro ni yo como persona natural ni *[NOMBRE DE LA FIRMA, APCA, etc.]* la cual represento, incursos en alguna causal de inhabilidad e incompatibilidad, de las establecidas en la Constitución Política, en las políticas del BID, o en las establecidas en la Ley, que impidan nuestra participación.

Autorizamos expresamente a la UCP del Préstamo BID No. 4929/OC-CO a verificar toda la información incluida en ella.

Igualmente, señalo como lugar donde recibiré notificaciones, comunicaciones y requerimientos relacionados con este proceso, el siguiente:

Nombre del Representante Legal:
NIT. de la Firma:
Dirección:
Teléfono:
Ciudad:
País:
e-mail:
*[FIRMA DEL REPRESENTANTE LEGAL]*

ANEXO 2
DATOS Y ANTECEDENTES GENERALES DE LA FIRMA

| | |
|---|---|
| Nombre de la empresa | |
| NIT / RUC | |
| Dirección | |
| Teléfono | |
| Correo electrónico | |
| Nombre representante legal | |
| Disponibilidad de personal que tenga los conocimientos pertinentes | |
| Años de experiencia general | |
| Años de experiencia específica en proyectos similares | |
| Relación de anexos (en esta etapa se piden solo copias simples) (esta es una relación referencial) | * Folletos<br>* *Brochures*<br>* Documentos legales (certificado de existencia y representación legal)<br>* Otros |

ANEXO 3
EXPERIENCIA DE LA FIRMA

PROCESO: IECOL-22-SBCC-CF – Diseñar e implementar actividades de relacionamiento público para establecer relaciones positivas con actores clave y un relacionamiento estratégico con periodistas internacionales para fortalecer el posicionamiento de Colombia como destino de Inversión Extranjera Directa y proveedor de Servicios Basados en Conocimiento.

En el siguiente formato, proporcione información sobre cada uno de los trabajos para los cuales su firma fue contratada legalmente, o como una de las principales entidades/firmas integrantes de una asociación, para prestar servicios de consultoría similares a los solicitados bajo este trabajo.

EXPERIENCIA No. 1

| | |
|---|---|
| Objeto del contrato: | Valor del contrato (expresado en la moneda en que se suscribió): |
| Equipo de trabajo: | Equipo de trabajo y roles de quienes participaron en el desarrollo del contrato |
| País:<br>Lugar dentro del país: | Nombre de los consultores asociados, si los hubo: |
| Nombre del Contratante: | Dirección: |
| Fecha de iniciación (mes /día/ año):<br>Fecha de terminación (mes /día/ año): | Duración del contrato (meses): |
| Descripción resumida del trabajo: | |
| Nombre, dirección, teléfono, e-mail de un contacto para efectos de verificación. | |
| Enumere solamente aquellas tareas para las cuales el consultor (la firma interesada) fue legalmente contratado por el cliente como una empresa o fue uno de los socios de la empresa. Las tareas completadas por los expertos individuales del Consultor trabajando independiente o a través de otras Entidades/firmas consultoras NO pueden ser presentadas como experiencia relevante del Consultor o de los asociados del consultor o sub-consultores, sino que pueden ser presentadas por los propios expertos en sus currículos.<br><br>El consultor debe estar preparado para comprobar la experiencia presentada mediante la presentación de copias de documentos y referencias pertinentes si así lo solicita el cliente. | |

Nota: Diligenciar el mismo cuadro de la experiencia No.1, para la experiencia No.2 y las siguientes.

CONSOLIDADO DE EXPERIENCIA DE LA FIRMA
(Incluya todas las experiencias mencionadas en el Anexo 3)

| Nombre del Contratante | Objeto del Contrato | Desde mm/dd/aa | Hasta mm/dd/aa | Duración del contrato (meses) | Valor del contrato (expresado en la moneda original) | % Participación en la APCA (sí aplica) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |