

**FONDO DIAN COLOMBIA**  
**PROGRAMA APOYO A LA MODERNIZACIÓN DE LA**  
**DIAN CONTRATO DE PRÉSTAMO BID 5148/OC-CO**  
**INVITACIÓN A PRESENTAR EXPRESIONES DE**  
**INTERÉS**  
**Selección Basada en Calidad y Costo –**  
**SBCC PAMD-314-CF-SBCC-24 – P226737**

---

**EL FONDO DIAN PARA COLOMBIA (FDC)** ha suscrito el Contrato de Préstamo BID 5148/OC-CO con el Banco Interamericano de Desarrollo – BID por un monto de US\$250.000.000 (Doscientos Cincuenta millones de dólares americanos). Estos recursos están dirigidos a financiar el Programa “Apoyo a la Modernización de la DIAN”, cuyo objetivo principal es mejorar la eficacia y eficiencia de la gestión tributaria y aduanera de la Dirección de impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) y los objetivos específicos de la primera operación del Programa son: (i) mejorar el modelo de gobernanza institucional que contribuya a la eficacia de la gestión tributaria y aduanera; y (ii) mejorar la eficiencia de la gestión tecnológica.

El programa comprende tres componentes:

1. Componente 1. Organización institucional y recursos humanos.
2. Componente 2. Control y cumplimiento tributario y aduanero.
3. Componente 3. Plataforma Tecnológica, datos y seguridad de la información.

Para dar cumplimiento al objetivo del Programa, parte de los recursos del componente 1 serán destinados a ampliar la planta de personal casi al doble e iniciar un proceso gestión del cambio, que conlleva una transformación en la cultura organizacional, en la manera de hacer las cosas y en su forma de comunicar todos los cambios y transformaciones que se den como consecuencia del proceso de modernización.

Por lo anterior se hace necesario fortalecer el proceso de comunicación de la Entidad, tanto interna como externamente, con el apoyo de una empresa consultora que ejecute unas actividades puntuales que se describen en el presente documento, labor que requiere unos pagos a la firma que lleve a cabo las actividades definidas en un contrato bajo el siguiente objeto: “Diagnóstico, diseño e implementación de un plan integral de comunicaciones para la transformación cultural y modernización de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales -DIAN”.

El Fondo DIAN Colombia, en el marco del Programa BID 5148/OC-CO invita a los consultores elegibles a expresar su interés en prestar los servicios de consultoría, para conformar la lista corta sobre la cual se efectuará el proceso de selección mencionado, el cual se adelantará por el método: Calidad y Costo (SBCC) - indicado en las Políticas para la Selección y Contratación de Consultores Financiados por el BID GN-2350-15. Solo podrán manifestar interés personas jurídicas de forma

individual o en APCA (Asociación en Participación o Consorcio o Asociación).

**CONDICIONES:** Los interesados deberán proporcionar información que indique que están calificados y que cuentan con experiencia para desarrollar el contrato (folletos, descripción de trabajos, experiencia en condiciones similares, etc.). Los interesados se podrán asociar con el fin de mejorar sus calificaciones formando una APCA (Asociación en participación, consorcio o asociación o cualquier otra figura asociativa en la que se responda solidariamente por la ejecución del contrato).

Dichas personas jurídicas deberán presentar:

- Carta firmada por el representante legal de la firma expresando el interés de participar en el proceso de selección. (Anexo 1)
- Presentación de la firma. (Anexo 2)
- Experiencia de la firma relacionada. (Anexo 3).

Las firmas interesadas deberán acreditar la experiencia específica, de acuerdo con los siguientes requisitos:

Mínimo tres (3) y máximo seis (6) contratos ejecutados y finalizados en los últimos diez (10) años con entidades públicas y/o gubernamentales y/o privadas cuyo objeto y/o alcance esté relacionado principalmente con el diagnóstico, el diseño y la implementación<sup>1</sup> de estrategias comunicativas relacionadas con procesos de comunicación para el cambio de comportamientos, gestión de cambio, transformación cultural, cultura organizacional y adicionalmente con proyectos de comunicación organizacional y comunicación para el cambio social.

Los contratos presentados deberán incluir en su conjunto mínimo dos (2) de las actividades relacionadas para cada una de las siguientes temáticas:

1. **Diseño e implementación de planes de gestión de marca interna:** Los contratos presentados como experiencia deben incluir mínimo dos de las siguientes actividades (cada actividad está separada por punto y coma).

Se requiere experiencia comprobada en la implementación integral de planes de gestión de marca interna, abarcando: producción, instalación y logística de elementos físicos (stands, inflables, pendones) bajo especificaciones técnicas y de marca en múltiples regiones, incluyendo planes de mantenimiento; elaboración de contenidos estratégicos (videos, copywriting); diseño e implementación de planes de comunicación interna con mensajes clave, canales mixtos, cronograma y KPIs; y desarrollo de programas de capacitación para garantizar el uso correcto de elementos y la

---

<sup>1</sup> Implementación: ejecución y puesta en marcha de la estrategia en términos de desarrollo de acciones concretas, producción de piezas y productos que apalanquen el plan de trabajo y evaluación del prototipado.

sostenibilidad estratégica.

**2. Plan de formación y capacitación:** Los contratos presentados como experiencia deben incluir mínimo dos de las siguientes actividades (cada actividad está separada por punto y coma).

Se requiere experiencia comprobada en: diseño e implementación de programas de capacitación bimodal; formación en habilidades blandas para funcionarios públicos; desarrollo de kits pedagógicos (guías, videos, plantillas); aplicación de metodologías activas y sistemas de evaluación; formación de voceros para comunicación de temas complejos; administración de plataformas LMS; y ejecución de programas en múltiples regiones de Colombia.

**3. Diseño e implementación de estrategias comunicativas para la transformación cultural en diferentes regiones de Colombia.** Los contratos presentados como experiencia deben incluir mínimo dos de las siguientes actividades (cada actividad está separada por punto y coma).

Se requiere experiencia comprobada en: investigación cuali-cuantitativa sobre obras sociales; ejecución de activaciones de marca con elementos interactivos; desarrollo de storytelling emotivo; producción de piezas multimedia; articulación de alianzas públicas; implementación de planes de medios 360°; creación de estrategias para redes sociales; y medición de impacto mediante KPI's cualitativos y cuantitativos.

**4. Campaña de comunicación digital.** Los contratos presentados como experiencia deben incluir mínimo dos de las siguientes actividades (cada actividad está separada por punto y coma).

Se requiere experiencia comprobada en la ejecución de al menos dos estrategias de comunicación digital 360° para entidades gubernamentales, con capacidad demostrada en: planificación y compra de espacios en portales de alto tráfico; creación de piezas audiovisuales y editoriales que simplifiquen temas complejos; producción de webinars y eventos transmedia; gestión de RRPP digitales e inserción en podcasts; utilización de herramientas de analítica (Google Analytics, social listening) para medir KPI's de rendimiento (alcance, engagement, tráfico); y realización de análisis cualitativos y cuantitativos de percepción ciudadana.

**5. Batería de indicadores para medición de impacto de la comunicación.** Los contratos presentados como experiencia deben incluir mínimo dos de las siguientes actividades (cada actividad está separada por punto y coma).

Se requiere experiencia comprobada en la medición y cálculo de ROI mediante

definición de KPI's, recolección de datos, análisis y reporte de resultados; categorización de indicadores alineados con objetivos estratégicos de transformación cultural y cambio organizacional por tipo de público e impacto; implementación de metodologías de medición; desarrollo de dashboards visuales para consolidar información en tiempo real; elaboración de informes periódicos de resultados; y formulación de recomendaciones de mejora accionables basadas en el análisis de datos de reportes mensuales o trimestrales.

**Diligenciar para cada contrato la ficha del Anexo 3.** Se debe indicar la información relacionada con el diagnóstico, el diseño y/o la implementación de estrategias comunicativas para la transformación cultural y la gestión del cambio. Para cada contrato se debe indicar el país, región o ciudad donde se implementó la estrategia o proyecto, así como el tiempo empleado para su desarrollo. Se deja a discrecionalidad del interesado que los contratos presentados correspondan a los de mayor relevancia en términos de cuantía, resultados, estrategia innovadora y similitud con lo requerido en la DIAN.

**Nota 1:** La DIAN se reserva el derecho de verificar la información correspondiente a las experiencias referidas por las firmas en esta sección.

Para la experiencia se tendrá en cuenta lo siguiente:

- La experiencia ejecutada por la firma que se presenta (no filiales).
- Si la firma que se presenta es una sucursal, se podrá tener en cuenta la experiencia de la casa matriz.
- Si la firma que se presenta corresponde a una filial o equivalente, no se tendrá en cuenta la experiencia de la casa matriz.

**La manifestación de interés deberá acompañarse con la copia de los documentos de existencia o constitución del proponente, vigentes, que permitan acreditar su objeto social, su duración, su representante legal y las facultades de este. Para el caso de APCAS, cada uno de sus miembros deberá presentar la documentación anteriormente solicitada.**

#### **DESCRIPCIÓN Y ALCANCE DE LA CONSULTORÍA:**

La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales -DIAN- se encuentra llevando a cabo un proceso de transformación institucional, con el fin de modernizar y optimizar los procesos, procedimientos y tecnología de la entidad, con el objetivo de mejorar la gestión misional de la institución. En este marco de transformación que adelanta la Dirección de Impuestos Nacionales, durante el 2023 se empezó a desarrollar la reformulación del plan estratégico de comunicaciones. Este proyecto busca coadyuvar con la transformación y fortalecimiento de las comunicaciones de la entidad a partir de un plan estratégico para el cumplimiento de las metas misionales de la DIAN en materia de recaudo, lucha contra la evasión y el contrabando (a nivel externo) y transformación cultural en el marco del Programa de modernización.

En ese sentido, el plan estratégico de comunicaciones busca a nivel externo, mejorar la cultura tributaria hacia los públicos externos y a nivel interno, ser una herramienta para apalancar los cambios tecnológicos, procesos, procedimientos y ampliación de planta de la DIAN. Este trabajo se debe fundamentar en dos pilares de la comunicación que se realiza en la Oficina:

**Comunicación para la cultura de la contribución:** se centra en educar y promover la disposición y el compromiso de la ciudadanía para cumplir con sus obligaciones tributarias y entender la importancia de contribuir al sistema fiscal. Desde las comunicaciones, además, se busca acercar a públicos no expertos a los temas tributarios, concientizar a la ciudadanía en general sobre la importancia del pago de impuestos para el desarrollo social y económico del país. A través de lenguaje claro y copamiento comunicativo en zonas del país con brecha de recaudo, mediante diferentes canales y mecanismos.

**Fortalecimiento regional de las comunicaciones:** esta línea busca mejorar la capacidad y eficiencia de la administración tributaria y aduanera a nivel nacional en todas las regiones del país. Tiene como objetivo optimizar las comunicaciones para gestión de impuestos y aduanas, promover el cumplimiento y la transparencia y fortalecer la relación entre la administración tributaria, las administraciones locales y la ciudadanía en las regiones.

La contratación de esta consultoría se justifica en la imperiosa necesidad de fortalecer la estrategia de comunicaciones de la DIAN para el período 2024-2028, con el propósito de apoyar los objetivos misionales de recaudo, lucha contra la evasión y contrabando. La implementación de una estrategia comunicativa regional con enfoque pedagógico es fundamental para transformar los imaginarios sobre la cultura de la contribución, contribuyendo directamente a las metas de recaudo en todo el territorio nacional y apalancando la modernización institucional mediante un plan de comunicaciones efectivo para la gestión del cambio.

Especificamente, la consultoría permitirá consolidar e implementar la estrategia "Su compromiso, nuestro país" con enfoque regional y pedagógico, diseñando campañas de comunicación que socialicen los resultados del Programa de Apoyo a la Modernización de la DIAN (PAMD). Este abordaje estratégico garantizará no solo la divulgación efectiva de las acciones institucionales, sino también la pedagogía necesaria para generar un cambio cultural en la percepción ciudadana sobre la importancia tributaria, creando así las condiciones propicias para mejorar el cumplimiento fiscal en todas las regiones del país.

La consultora debe aportar experiencia comprobada en el diseño e implementación de estrategias de comunicación regional con enfoque pedagógico, demostrando capacidad para: desarrollar campañas de transformación de imaginarios culturales sobre contribución tributaria; ejecutar planes de comunicación 360° que integren medios tradicionales y digitales; articular acciones con entidades públicas en diferentes niveles territoriales; producir contenidos pedagógicos que simplifiquen conceptos técnicos; implementar sistemas de medición de impacto con KPI's cualitativos y cuantitativos; y tener experiencia específica en proyectos de cultura tributaria o educativos a nivel nacional, con presencia regional y comprensión de las dinámicas socioculturales de Colombia.

En ese orden de ideas y con el fin de gestionar la comunicación para la cultura de la contribución y el fortalecimiento regional de las comunicaciones, se requiere una consultoría especializada para desarrollar una

estrategia integral de comunicaciones tanto a nivel interno como externo, de la mano de la Oficina de Comunicaciones. Dicha consultoría consta de cinco fases:

#### **FASE 1: Plan de gestión de marca interna**

Se espera que la consultora diseñe y ejecute una estrategia integral de presencia de marca tangible en las seccionales de la DIAN, alineada con el manual de imagen actualizado. Esto implica la conceptualización, producción e instalación de elementos físicos de alto impacto que materialicen la nueva identidad institucional y sirvan como pilares para la gestión del cambio organizacional.

La consultora deberá garantizar la producción e instalación de los siguientes elementos físicos, cumpliendo estrictamente con las especificaciones técnicas y de marca: rompevientos corporativos, stands modulares para ferias, inflables con el logo institucional, pendones con mensajes alineados a la estrategia, banderas de exterior e interior, y un pendón especializado con el decálogo de valores aspiracionales de la Entidad. Todos los elementos deben reflejar coherencia visual y narrativa.

Adicionalmente, se requiere la producción de un video institucional de alta calidad que presente de manera estratégica la Entidad, su misión y su proceso de modernización. Este material deberá articularse conceptualmente con los elementos físicos y servir como recurso multipropósito para capacitación, inducción y reforzamiento de la cultura organizacional y para la ciudadanía.

La implementación deberá incluir un plan logístico detallado para la distribución, instalación y mantenimiento de todos los elementos en las diferentes seccionales del país, asegurando que cada ubicación reciba los componentes necesarios según sus características espaciales y operativas. Se debe presentar un cronograma de implementación con hitos claros y mecanismos de control de calidad.

Finalmente, la consultora deberá desarrollar un plan de capacitación para el personal de la DIAN sobre el uso correcto, mantenimiento y aprovechamiento estratégico de estos nuevos elementos, asegurando la sostenibilidad de la inversión y el máximo impacto en el fortalecimiento de la comunicación interna y la cultura organizacional.

#### **FASE 2: Plan de formación y capacitación**

Se espera que la consultora diseñe e implemente un programa de capacitación dirigido a dos grupos prioritarios en cinco seccionales predefinidas: colaboradores de la DIAN con atención ciudadana y periodistas/comunicadores locales. El plan debe desarrollar competencias específicas en comunicación asertiva y lenguaje claro para los funcionarios, mientras que para los comunicadores deberá focalizarse en la pedagogía de temas tributarios. Todos los programas deben integrar metodologías bimodales (sincrónicas y asincrónicas) e incluir sistemas de evaluación diagnóstica y sumativa para medir la mejora competencial.

Respecto a la capacitación de colaboradores DIAN, se requieren dos programas estructurados: 1) Comunicación Asertiva (20 horas) con módulos en fundamentos, técnicas aplicadas y manejo de contextos difíciles, utilizando role-playing y simulaciones; y 2) Lenguaje Claro (16 horas) con formación en redacción de documentos tributarios, comunicación oral y herramientas institucionales. Ambos programas deben ser impartidos por

profesionales con perfil en Comunicación, Psicología o áreas afines, con especialización en comunicación institucional/organizacional, certificaciones en didáctica para adultos y experiencia mínima de 3-5 años en sector público tributario.

Para periodistas y comunicadores, se exigirá el programa "Comunicación Clave sobre Temas Tributarios" (30 horas), sobre bases conceptuales del sistema tributario, periodismo responsable, formatos multimedia y estrategias digitales. Debe utilizar metodologías de aprendizaje basado en proyectos y análisis de casos reales, impartido por profesionales con especialización en comunicación pública, 5 años de experiencia en formación de voceros y dominio demostrado en traducción pedagógica de tecnicismos tributarios.

La consultora deberá garantizar la disponibilidad de todos los recursos pedagógicos, incluyendo plataformas LMS, kits de formación (guías, videos, plantillas), herramientas de autoevaluación y materiales para actividades prácticas. Cada cohorte deberá limitarse a 25 participantes para asegurar interacción efectiva, con entrega de informes de progreso y resultados por cada grupo capacitado.

Finalmente, se exigirá la implementación de un sistema de evaluación integral que incluya instrumentos diagnósticos pre-formación, evaluaciones formativas durante el proceso y evaluaciones sumativas que demuestren la mejora competencial mediante proyectos aplicados. Todos los facilitadores deberán acreditar las competencias interculturales necesarias para operar en contextos regionales diversos de Colombia.

### **FASE 3: Diseño y ejecución del Plan de acción de la estrategia “Su compromiso, Nuestro país”**

Se espera que la consultora diseñe y ejecute integralmente el plan de acción de la estrategia "Su compromiso, nuestro país", focalizado en regiones con menor cumplimiento de recaudo. El objetivo central es demostrar la relación directa entre el pago de impuestos y las obras de infraestructura y servicios públicos, mediante una estrategia multicomponente que incluya: activaciones de marca en puntos estratégicos con pantallas de gran formato y pauta en medios locales; desarrollo de storytelling con historias humanas e institucionales ejemplares; y una campaña de comunicación 360° que utilice cápsulas patrocinadas, videos storytelling, spots regionales y contenidos para redes sociales. Todas las acciones deben coordinarse con agendas culturales y económicas regionales para maximizar el impacto.

La consultora deberá implementar una metodología rigurosa de investigación y selección de proyectos, en coordinación con el Ministerio de Hacienda y entidades estatales, para identificar obras ejecutadas total o parcialmente con impuestos. Se exigirá la aplicación de matrices de priorización y análisis multicriterio (impacto social, nivel de ejecución  $\geq 80\%$ , transparencia documentada, ausencia de controversias públicas) para minimizar riesgos reputacionales. Adicionalmente, deberá establecer alianzas con entidades ejecutoras de obras públicas para desarrollar artefactos comunicativos conjuntos (vallas, mupis) ubicados físicamente en las obras, garantizando veracidad y trazabilidad en el mensaje.

El plan de medios deberá estar dirigido específicamente a habitantes entre 25-62 años de las regiones objetivo, priorizando medios locales y comunitarios, con productos adaptados a los patrones de consumo regionales. La consultora deberá elaborar un cronograma detallado que sincronice las activaciones con eventos masivos locales, asegurando la máxima audiencia posible. Todos los contenidos deberán caracterizarse por claridad, sencillez y atractivo visual, utilizando formatos audiovisuales predominantes y mensajes que generen conexión

emocional.

Finalmente, se requerirá la implementación de un sistema de medición de impacto que evalúe el recall del mensaje, cambio de percepciones, alcance y engagement, con reportes periódicos que permitan ajustar la estrategia en tiempo real. La consultora deberá demostrar capacidad para operar simultáneamente en múltiples regiones, con sensibilidad cultural y understanding de las dinámicas socio comunicativas locales, garantizando que cada acción refuerce la credibilidad institucional y contribuya tangiblemente a la transformación de imaginarios sobre la cultura tributaria.

#### **FASE 4: Campaña de comunicación digital para la divulgación de los resultados del Programa de Apoyo a la Modernización de la DIAN – PAMD**

Se espera que la consultora diseñe y ejecute una campaña digital de alcance nacional para la divulgación masiva de los resultados del Programa de Apoyo a la Modernización de la DIAN (PAMD), alineándose con los esfuerzos orgánicos de la Oficina de Comunicaciones Institucionales. La estrategia deberá articular acciones en medios digitales, plataformas de audio y redes sociales para garantizar que los ciudadanos, empresarios, funcionarios públicos y medios de comunicación reciban información clara y accesible sobre los avances del programa, con especial énfasis en transparencia, impacto en el recaudo, innovación tecnológica y compromiso con el desarrollo del país.

La campaña deberá incluir la producción y publicación de contenidos estratégicos en colaboración con medios digitales nacionales, tales como artículos, reportajes y entrevistas con expertos de la DIAN, así como historias de impacto de usuarios que hayan experimentado mejoras en sus trámites gracias al PAMD. Adicionalmente, se implementarán campañas publicitarias en portales web de alto tráfico, utilizando formatos como banners, anuncios visuales y publicidad nativa que destaque los resultados clave del programa, como la mayor eficiencia en trámites y la optimización de recursos.

Se requerirá la producción y difusión de contenido en formatos audiovisuales y de audio, incluyendo la participación de voceros de la DIAN en podcasts populares de impacto nacional, la organización de webinars y mesas de diálogo transmitidos en plataformas como YouTube, y la creación de videos cortos e infografías animadas para su promoción en canales digitales de emisoras de radio y redes sociales. Todos los contenidos deben estar adaptados a los patrones de consumo de las audiencias objetivo, priorizando un lenguaje claro y accesible que facilite la comprensión de los avances técnicos del programa.

La consultora deberá implementar un sistema de medición y evaluación que permita monitorear el impacto de la campaña a través de indicadores cuantitativos y cualitativos, como el número de impresiones, clics, conversiones, tráfico web generado por artículos y reportajes, audiencia en podcasts y webinars, y el análisis de la percepción ciudadana mediante encuestas y comentarios en medios digitales. Este sistema debe incluir dashboards en tiempo real y reportes periódicos que faciliten la toma de decisiones y el ajuste de la estrategia durante su ejecución.

Finalmente, se espera que la consultora garantice una articulación efectiva con los equipos internos de la DIAN para alinear mensajes, validar contenidos y optimizar sinergias, asegurando que la campaña refuerce la credibilidad institucional y contribuya a la valoración positiva de los avances del PAMD por parte de la ciudadanía.

La propuesta deberá demostrar capacidad técnica y experiencia comprobada en la ejecución de campañas digitales de alto impacto para entidades gubernamentales, con énfasis en la modernización de servicios públicos y la comunicación de resultados técnicos a audiencias masivas.

#### **FASE 5: Desarrollar una batería de indicadores para medir el impacto de la comunicación**

Se espera que la consultora diseñe e implemente un sistema integral de medición de resultados estratégicos del proyecto, con foco en la evaluación del cambio organizacional, la transformación cultural y el impacto social de las acciones de comunicación. Este sistema deberá incluir la definición de indicadores y KPI's alineados con la misionalidad de la DIAN, capaces de medir tanto el progreso interno (funcionarios) como el externo (ciudadanos y contribuyentes), con periodicidad que permita identificar desviaciones y realizar ajustes oportunos durante la ejecución del proyecto.

La consultora deberá entregar un documento técnico que especifique los indicadores clave, categorizados por dimensiones (ej: percepción, conocimiento, engagement, cambio comportamental), con sus respectivas métricas, fórmulas de cálculo y metas asociadas. Adicionalmente, deberá proponer una metodología de medición que detalle las herramientas de recolección de datos (encuestas, focus groups, análisis de redes sociales, tracking de medios), frecuencias de medición y protocolos de validación que aseguren la confiabilidad de la información.

Se requerirá el desarrollo de un dashboard interactivo en herramientas como Power BI, Tableau o Google Data Studio, que consolide en tiempo real o near-real-time los datos de todos los indicadores definidos, permitiendo el monitoreo continuo por parte del equipo de la DIAN. Este sistema debe incluir filtros por regiones, seccionales, tipos de público y temporalidad, con visualizaciones intuitivas que faciliten la interpretación rápida de los resultados y la identificación de tendencias.

Finalmente, la consultora deberá generar informes periódicos (mensuales/trimestrales) que integren el análisis de datos, el cumplimiento de metas y las recomendaciones accionables para optimizar las estrategias de comunicación. Estos reportes deben vincular directamente los hallazgos con los objetivos del proyecto, proporcionando insumos concretos para la toma de decisiones y la mejora continua de las campañas, asegurando que cada ajuste esté sustentado en evidencia y contribuya al cumplimiento de los propósitos de transformación cultural.

**DURACIÓN:** La duración del contrato contempla las 5 fases del proyecto, desde el plan de gestión de marca interna hasta la evaluación y mejora de las acciones propuestas. Así mismo, considera la ejecución de la estrategia, monitoreo y seguimiento, y se debe desarrollar en un período máximo estipulado de 18 meses.

**PRESUPUESTO:** El valor del contrato a ejecutar se estima en la cantidad de **DOS MIL DOSCIENTOS CINCUENTA Y OCHO SETECIENTOS CINCUENTA Y NUEVE OCHOCIENTOS CUARENTA MILLONES DE PESOS (\$2.258.759.840)** incluidos todos los impuestos a los que haya lugar.

Las firmas interesadas deberán tener en cuenta las causales de conflicto de interés y elegibilidad establecidas en las políticas del BID, las cuales podrán ser consultadas en la página Web:<http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=774399>

**Nota 2:** En ningún caso se revisarán hojas de vida de profesionales presentados con la expresión de interés.

**Nota 3:** No se aceptan asociaciones entre personas naturales y personas jurídicas.

**Nota 4.** La publicación del presente aviso y la posterior presentación de Expresiones de Interés no configuran ningún derecho para los interesados, ni ninguna obligación para adelantar el o los procesos de contratación por parte del FDC.

**Nota 5.** Todos los documentos que hagan parte de la expresión de interés del interesado deberán diligenciarse y enviarse en idioma español.

**Nota 6.** Los anexos y apéndices mencionados en este documento son parte integral del mismo, por cuanto la utilización de cada uno de los apartados es de carácter obligatorio.

**Nota 7.** Ninguno de los documentos adjuntos puede venir cifrado.

**Nota 8.** No se recibirán documentos que deban ser descargados desde otro lugar, por ejemplo: WeTransfer, SharePoint, OneDrive, etc. En caso de remitir varios correos electrónicos, en el asunto deberá indicar el número de correo remitido (Correo 1 - , Correo 2 - , Correo 3 - , etc..) y el número del proceso.

Los consultores interesados en este proceso pueden obtener más información en la siguiente dirección electrónica: [adquisiciones@fondodian.gov.co](mailto:adquisiciones@fondodian.gov.co) indicando claramente el número del Proceso PAMD-314-CF-SBCC-24 – P226737

Se recibirán las expresiones de interés a más tardar el 20 de enero de 2026 hasta las 11:59 pm hora de Colombia, para lo cual la documentación y manifestación de interés debe remitirse al correo:

[adquisiciones@fondodian.gov.co](mailto:adquisiciones@fondodian.gov.co)

Solamente deben utilizar este medio de envío

**ANEXO 1**  
**CARTA DE MANIFESTACIÓN DE**  
**INTERÉS**

Ciudad, dd/mm/aaaa

A: FONDO DIAN COLOMBIA

Señoras/Señores:

El abajo firmante, legalmente autorizado para actuar en nombre de la firma “.....”, expreso el interés en prestar los siguientes servicios de consultoría para “XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX”

Esta manifestación de interés no implica ningún compromiso contractual.

Para el efecto declaro, que estoy debidamente facultado para firmar la manifestación de Interés.

Autorizamos expresamente a la DIAN como entidad ejecutora del FDC para verificar toda la información incluida en ella.

Atentamente,

Nombre de la firma:

Nombre del Representante Legal:

Dirección de correo:

Correo electrónico:

Telefax:

Ciudad y país:

---

Firma del Representante Legal, Sr./Sra. .....

**ANEXO 2**  
**DATOS Y ANTECEDENTES GENERALES DE LA FIRMA**

<b>INFORMACIÓN BÁSICA</b>	
Nombre de la firma consultora:	
NIT:	
Nombre del representante legal:	
Nombre persona de contacto:	
E-mail de la persona de contacto:	
Ciudad y País:	
Dirección:	
Teléfono:	
Principales productos y servicios:	
Años de experiencia general:	
Años de experiencia específica en proyectos similares:	
Certificaciones relevantes	

Las firmas o APCAS pueden adjuntar la documentación que consideren pertinente ([copias simples](#))

### ANEXO 3

#### FICHA DE CONTRATOS REALIZADOS POR LA FIRMA

Utilizando el formato que sigue, se debe proporcionar información sobre cada uno (diligenciar una ficha por cada contrato de la experiencia solicitada) de los trabajos para los que la firma fue contratada legalmente, como persona jurídica, o como una de las principales firmas integrantes de una asociación. Todos los campos son de obligatorio diligenciamiento.

Número consecutivo de experiencia relacionada:				
Contrato relacionado con el/los procesos:		Es un proyecto comunicativo para la transformación cultural <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Es un proyecto comunicativo para la gestión del cambio <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Es un proyecto de comunicación para el cambio de comportamientos <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Es un proyecto que incluyó otros temas ¿cuáles?		
Nombre/Objeto del trabajo/contrato:		País:		
Lugar dentro del país:		Nº del contrato:		
Nombre del Contratante:		Correo electrónico contratante:		
Nombre de la Entidad donde se implementó:		Correo electrónico de la entidad o contacto donde se implementó:		
Dirección de la Entidad:		Teléfono de la Entidad:		
Valor aproximado del contrato en dólares de los Estados Unidos de América (a la firma del contrato, incluir TRM si el contrato no se suscribió en esta moneda):  Valor aproximado en dólares de la producción de las acciones comunicativas que utilizó en el proyecto:		Fecha de inicio de operación de la estrategia comunicativa (MM/AAAA) o fecha en la cual estuvo en operación desde (MM/AAAA) hasta (MM/AAAA):		Número de usuarios que utilizaron o estuvieron expuestos a la campaña, proyecto, medio o canal:
Descripción general del proyecto:				
Experiencia en cada fase de la estrategia:				
Fase	Implementado	Equivalente	Estrategias empleadas o medios	Actividades de la fase ejecutadas <sup>2</sup>
Plan de gestión de marca interna	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Otro ¿cuál?		
Formación y capacitación	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Otro ¿cuál?		
Estrategia comunicativa regional	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Otro ¿cuál?		
Campaña de comunicación digital	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Otro ¿cuál?		
Desarrollo de batería de indicadores	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Otro ¿cuál?		

**Nota 1:** Adjuntar en idioma español el contrato, certificación, plan de trabajo, diagrama, inventario, documentos soporte o los apartes del contrato, u otros documentos donde se evidencie la inclusión de los aspectos exigidos y marcados como **SI**.

**Nota 2:** No se debe modificar los títulos, el orden, no incluir columnas ni filas al presente formato.

<sup>2</sup> Las actividades relacionadas en esta casilla deben corresponder a las señaladas en cada una de las fases descritas en el presente documento.

Información Pública