

**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 Calificación de Consultores – SCC  
PAMD – 205- CF-SCC-23-P145795**

---

**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: Selección Basada en Calificación de Consultores - SCC 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 consultores interesados deberán proporcionar información que indique que están calificados y que cuentan con experiencia para desarrollar la consultoría (folletos, descripción de trabajos, experiencia en condiciones similares, etc.). Los consultores 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:

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

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

Mínimo dos (2) 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\* 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 tres (3) de las actividades relacionadas para cada una de las siguientes temáticas, salvo la primera en la que solo se deberán acreditar dos:

1. Diagnóstico de las comunicaciones organizacionales para diferentes públicos:
  - Implementación de metodologías de la investigación cualitativas y cuantitativas empleadas para llevar a cabo los diagnósticos de las comunicaciones internas y externas realizados para las entidades que le contrataron
  - Implementación de metodologías de la investigación cualitativas y cuantitativas para adelantar diagnósticos de comunicación para el cambio y la transformación organizacional.
  - Realización de benchmarkings de estrategias comunicativas relacionadas, que den cuenta de:
    - Caracterización de públicos objetivo.
    - Análisis de metodologías y actividades comunicativas implementadas.
    - Mapeo y base de datos de actores estratégicos.
    - Medición de percepción con relación a la comunicación de la entidad o entidades.
    - Análisis de las audiencias.
    - Análisis y diagnóstico de los canales de comunicación
2. Diseño de estrategias comunicativas para la transformación cultural y/o la gestión del cambio:
  - Diseño de acciones comunicativas para el cambio de comportamientos, como nudges o incentivos.
  - Diseño de productos comunicativos con base en la segmentación de públicos.
  - Diseño de campañas internas y externas a nivel institucional de mediano y largo alcance.
  - Diseño de estrategias comunicativas pedagógicas.
  - Diseño de narrativas institucionales.
  - Diseño de indicadores para medir estrategias comunicativas.
  - Diseño de plan comunicativo para la gestión del cambio y la transformación cultural.
  - Diseño del plan de difusión tanto en canales institucionales como en plataformas, para socializar la información con los públicos objetivo
3. Implementación de estrategias comunicativas para la transformación cultural y/o gestión del cambio:

- Producción de piezas comunicativas como videos, infografías, cartillas, juegos, entre otras para la implementación de las acciones comunicativas.
- Desarrollo de capacitaciones o acciones interactivas que fortalezcan los objetivos comunicativos.
- Evaluación del proceso de implementación de las acciones comunicativas desarrolladas.
- Implementación de estrategias de endomarketing.
- Evaluación de sostenibilidad de las estrategias planteadas.
- Desarrollo del plan de transferencia de conocimiento para el equipo humano de la entidad o entidades.
- Implementación de estrategias como “red de influenciadores” y “establecimiento de rituales”.
- Implementación de metodologías de pensamiento de diseño para el prototipado de la estrategia.
- Desarrollo de talleres comunicativos para la gestión del cambio y la transformación cultural con enfoque comunicativo.
- Diseño y desarrollo de actividades académicas, lúdicas y pedagógicas cuyo público objetivo sean los colaboradores de las empresas.

**3.1 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.

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

**(\*) 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.

Para la experiencia se tendrá en cuenta:

- 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 del mismo. 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 tres pilares de la comunicación que se realiza en la Oficina:

Periodismo de datos y soluciones: Información que atiende y resuelve las inquietudes de la ciudadanía y que brinda datos para la toma de decisiones.

Comunicación para el cambio social: Tanto hacia el público externo (cultura tributaria) como a nivel interno (para la gestión del cambio en la organización).

Comunicación política: Orientada al propósito de la entidad, de carácter gubernamental y para mitigar riesgos.

En este contexto, contar con un diagnóstico especializado y minucioso se vuelve fundamental para conocer las grandes fortalezas, así como los aspectos para mejorar, que permitan a la entidad tener una visión holística en términos de su gestión comunicativa, que permita la toma de decisiones, diseñar una estrategia innovadora y con mayor probabilidad de efectividad, generar valor a todos los stakeholders de la DIAN y por supuesto, promover la cultura de la tributación que ayude a apalancar el cierre de la brecha tributaria.

La empresa consultora especializada en procesos de comunicación para el cambio de comportamientos, transformación institucional y cultural que venga a sumar a este gran cambio que se requiere gestar, deberá demostrar su experiencia en la creación y desarrollo de estrategias comunicativas, desarrollo de planes de adaptación al cambio, para fortalecer el proceso de comunicación de la DIAN de la mano con la Oficina de Comunicaciones Institucionales, en relación con la comunicación para el cambio de comportamientos, que será la base desde la cual se seguirá desarrollando la gestión de la DIAN en relación con las comunicaciones.

En ese orden de ideas y con el fin de fortalecer los procesos internos y gestión de la dependencia 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 cuatro fases:

### **FASE 1: Diagnóstico de la comunicación de la entidad, tanto para los públicos externos como internos de la DIAN.**

En esta fase se espera que la empresa consultora realice un análisis integral de las comunicaciones de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales tanto en su dimensión interna como hacia sus públicos externos. Se espera que este diagnóstico contemple una revisión bibliográfica y documental de investigaciones ya realizadas en la entidad y relacionadas con el tema (estudio de clima laboral, estudio de cultura organizacional, análisis de campañas, entre otros) así como la implementación de metodologías de la investigación cualitativas y cuantitativas para la recolección de información primaria de los públicos de interés de la DIAN.

De igual manera, la elaboración de este diagnóstico debe permitir mapear las necesidades de comunicación a nivel territorial, que conlleve a mejorar el conocimiento y comprensión de la DIAN a nivel local y que permita reconocer los puntos débiles y oportunidades de mejora, para pasar de una comunicación hiper centralizada, a una entidad nacional que piensa y comunica desde lo territorial. En ese sentido, dicho diagnóstico debe realizarse teniendo en cuenta al menos 5 direcciones seccionales fuera de Bogotá (de distintos tamaños), 2 seccionales en Bogotá y el nivel central.

Por otro lado, con el fin de tener puntos de comparación sobre el diagnóstico de las comunicaciones de la DIAN, también se espera que el consultor realice un benchmarking de estrategias comunicativas exitosas en entidades públicas similares en Colombia, y tributarias en el mundo, que sirvan como referencia para el análisis y diagnóstico comunicativo de la entidad y que sean puntos de referencia para la formulación de un plan de acción.

Cabe resaltar que, dado que este diagnóstico es pionero en la entidad, es primordial que las técnicas para la recolección de información contemplen tanto metodologías cualitativas para los públicos objetivo, de tipo sociológico y antropológico con enfoque comunicativo, como métodos cuantitativos que permitan llevar a cabo análisis agregado. Dicha información debe brindar como resultado la caracterización de públicos objetivo y realizar un mapeo de stakeholders de la entidad.

Con esta caracterización el consultor debe desarrollar una serie de estrategias comunicativas orientadas al cambio de comportamientos, a partir de la construcción de:

Arquetipos: aspectos inherentes a la personalidad de la DIAN, que definen su esencia y son percibidos por las personas o consumidores que la rodean, y que representan patrones de conducta universales. Así como el arquetipo (o los arquetipos) de los públicos de la entidad.

Buyer: Definir el “perfil del /público ideal” de la entidad (tanto a nivel externo como a nivel interno). A partir de él se identifican su modo de pensar y actuar como insumo fundamental para saber si nuestra solución es acorde a su necesidad. Esta técnica requiere investigación real de quien es la persona.

## **FASE 2: Diseño de una estrategia integral de comunicaciones**

A partir del diagnóstico realizado en la etapa anterior, en la FASE 2 el consultor debe diseñar una estrategia integral para los públicos internos y externos de la entidad, en materia de comunicaciones con enfoque para el cambio de comportamientos. Lo anterior, debido a que se buscan objetivos diferentes con cada público: con los públicos externos se busca transformar la forma como la ciudadanía entiende los impuestos para mejorar la cultura tributaria; y con la audiencia interna se requiere concientizar y apropiar el proceso de modernización de la entidad, en pro de mejorar la gestión para aumentar el recaudo y fortalecer la lucha contra el contrabando y la evasión.

En ese orden de ideas, el objetivo de la estrategia comunicativa será proponer alternativas de mensajes e interacciones, promover e incentivar los comportamientos deseados por parte de la ciudadanía. Así bien, en el diseño de esta estrategia es fundamental que se tengan en cuenta tanto los mensajes clave y estrategias de difusión, así como acciones interactivas y pedagógicas que permitan una comunicación más participativa y efectiva.

En la ejecución de esta fase se debe contemplar la creación de una narrativa institucional que responda a las necesidades comunicativas de los públicos de interés y que permita alinear las acciones de la estrategia comunicativa y un plan de acción general, para toda la entidad, que responda a los objetivos de la estrategia en torno a la comunicación para el cambio de comportamientos.

Del diseño general del plan de acción, se debe derivar un prototipo, una versión acotada para la implementación a escala de esa estrategia, que permita desarrollar productos, acciones y actividades (los cuales se ejecutarán en la etapa posterior). Este prototipo debe estar pensado para desarrollarse en el nivel central, así como en 7

direcciones seccionales. Dicho plan debe contemplar un cronograma de trabajo realizable, de acuerdo a las acciones estipuladas.

De otro lado, este diseño no puede dejar de lado una actividad esencial en la planeación, referente a la transferencia de conocimiento al equipo humano de la Oficina de Comunicaciones de la Entidad, con el fin de dejar capacidad instalada en la institución para la comprensión y la ejecución de la estrategia.

Finalmente, en esta fase también es necesario estipular una batería de indicadores medible, desde donde se pueda medir la implementación del plan de acción. Esta batería debe contener tanto indicadores de gestión, como de resultado, que también puedan ser aplicables en una posible iteración de la estrategia, con el fin de realizar análisis comparados de la estrategia comunicativa de la entidad, que generen datos para la toma de decisiones.

### **FASE 3: Implementación del Prototipo de la Estrategia Integral de Comunicaciones**

En la Fase 3 se espera que el consultor implemente **el prototipo<sup>1</sup>** del plan de acción de la estrategia, en el nivel central y cuatro (4) direcciones seccionales, donde es necesario que el contratista cuente con la capacidad para producir y desarrollar las actividades planteadas en la fase de diseño. En esta etapa es primordial que se realice, durante el desarrollo de toda la ejecución, un seguimiento semanal de la implementación de la estrategia, que recoja las memorias del proceso, como insumo para el aprendizaje sobre la marcha de los temas a mejorar y ajustar.

La fase de implementación debe ir acorde con el cronograma establecido en la fase 2 de diseño y contemplar actividades tanto presenciales como virtuales (para el nivel central y cuatro direcciones seccionales), dada la necesidad de ejecutar la estrategia en diferentes direcciones de la DIAN. Es preciso tener presente la importancia de implementar actividades creativas, que puedan ser replicables a nivel nacional, con racionalidad económica.

Igualmente, es importante mencionar que el consultor deberá compartir con la Oficina de Comunicaciones de la DIAN todo el material producido para la implementación de la estrategia, como parte de los entregables del plan de trabajo. Lo que incluye cartillas, piezas, videos, tutoriales, entre otros.

### **FASE 4: Evaluación de la estrategia (prototipo).**

La última etapa del proyecto estipula una evaluación de la implementación del prototipo, la cual debe poderse medir a través de la batería de indicadores (diseñada en la Fase 2) y hacer un análisis cualitativo y cuantitativo que recopile las lecciones aprendidas, a partir del seguimiento realizado durante la implementación.

El resultado de esta fase, además del documento de evaluación, debe ser la estrategia ajustada, de acuerdo con los hallazgos encontrados. En esta parte es importante probar la funcionalidad de los indicadores, que faciliten la evaluación del plan de acción para su mejoramiento continuo. Además, durante esta fase se tendrá que realizar la transferencia del conocimiento al equipo humano de la dependencia, donde se compartan los resultados de todo el proceso de la estrategia integral de comunicaciones (desde el diagnóstico hasta la implementación).

---

<sup>1</sup> Debe entenderse como prototipo un modelo a escala de la estrategia, que permita poder evaluar las victorias tempranas y evidenciar posibles complejidades y acciones de mejora.

El proponente, debe considerar que las actividades a realizar se llevarán a cabo de manera presencial. La virtualidad aplicará únicamente para aquellas actividades que previamente hayan sido consideradas y debidamente aprobadas por la DIAN.

**DURACIÓN:** La duración del contrato contempla las 4 fases del proyecto, desde el diagnóstico hasta la evaluación y mejora de las acciones propuestas. Así mismo, considera la ejecución de la estrategia, monitoreo y seguimiento, y transferencia de conocimiento y se debe desarrollar en un período máximo estipulado de 12 meses.

**PRESUPUESTO:** El valor del contrato a ejecutar se estima en la cantidad de OCHOCIENTOS VEINTICUATRO MILLONES DE PESOS (\$824.000.000) incluidos todos los impuestos a los que haya lugar.

Las firmas interesadas deberán tener en cuenta las causales de conflicto de interés, y elegibilidades 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 1:** En ningún caso se revisarán hojas de vida de profesionales presentados con la expresión de interés.

**Nota 2:** No se aceptan asociaciones entre personas naturales y jurídicas.

**Nota 3.** 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 4.** Todos los documentos que hagan parte de la expresión de interés del interesado deberán diligenciarse y enviarse en idioma español.

**Nota 5.** La utilización de los anexos descritos en cada uno de los apartados es de carácter obligatorio.

**Nota 6.** Ninguno de los documentos adjuntos puede venir cifrado.

**Nota 7.** 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-205-CF-SCC-23 – P145795.

Se recibirán las expresiones de interés **a más tardar el 1 de diciembre de 2023 hasta las 11:59 p.m hora 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 “XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX”

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

INFORMACIÓN BÁSICA	
Nombre de la firma consultora	
NIT	
Nombre del representante legal	
Nombre de la 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	
Alianzas tecnológicas relevantes	

Las firmas o APCA pueden adjuntar la documentación que consideren pertinente (**copias simples**)

### ANEXO 3

#### Ficha de contratos realizados por la firma relacionados

Utilizando el formato que sigue, 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.

Es un proyecto comunicativo para la transformación cultural Si ____ No ____			
Es un proyecto comunicativo para la gestión del cambio Si ____ No ____			
Es un proyecto de comunicación para el cambio de comportamientos. Si ____ No ____			
Es un proyecto que Incluyó otros temas, ¿cuáles?			
<b>País:</b>			
<b>Nº del contrato:</b>			
<b>Tiempo total de implementación:</b>			
<b>Nombre de la entidad o empresa contratante:</b>			
<b>Correo electrónico del contratante:</b>			
<b>Teléfono de la Entidad:</b>			
<b>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):</b>		<b>Número de usuarios que utilizaron o estuvieron expuestos a la campaña, proyecto, medio o canal:</b>	
<b>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):</b>			
<b>Valor aproximado en dólares de la producción de las acciones comunicativas que utilizó en el proyecto:</b>			
<b>Descripción general del proyecto:</b>			
<b>EXPERIENCIA EN CADA FASE DE LA ESTRATEGIA</b>			
<b>Fase</b>	<b>Implementado</b>	<b>Equivalente</b>	<b>Estrategia o medios empleados</b>

<b>Diagnóstico</b>	SI _____ NO _____	Otro_____ ¿Cuál?	
<b>Formulación</b>	SI _____ NO _____	Otro_____ ¿Cuál?	
<b>Implementación</b>	SI _____ NO _____	Otro_____ ¿Cuál?	
<b>Evaluación</b>	SI _____ NO _____	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.