 <b>ONPE</b> Oficina Nacional de Procesos Electorales	<b>FORMATO</b>	Código:	FM24-GAD/LOG
		Versión:	09
	<b>TERMINOS DE REFERENCIA (SERVICIO) PARA PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN</b>	Fecha de aprobación:	21/05/2025
		Página:	1 de 19

## SERVICIO DE DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE PIEZAS PARA LA CAMPAÑA PUBLICITARIA ELECCIONES GENERALES 2026

### 1. ÁREA SOLICITANTE

Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales (SGRI) de la Gerencia de Información y Educación Electoral (GIEE).

### 2. ANTECEDENTES

Mediante el Decreto Supremo N° 039-2025-PCM, el Presidente de la República convocó a Elecciones Generales el día domingo 12 de abril del año 2026, para la elección del Presidente de la República, Vicepresidentes, así como de los senadores y diputados del Congreso de la República y de los representantes peruanos ante el Parlamento Andino.

Según el Artículo 7 inciso I) del Reglamento de Organización y Funciones (ROF) de la ONPE, la institución debe *"Divulgar por todos los medios de publicidad que considere necesarios, los fines, procedimientos y formas del acto de la elección y los procesos a su cargo"*. Por tal motivo, y conforme hemos procedido en anteriores procesos electorales, debemos difundir información alusiva a través de los medios de comunicación disponibles.


Mediante Resolución Jefatural N° 000167-2025-JN/ONPE, se aprobó el "Plan Operativo Electoral Elecciones Generales 2026, Versión 01, el cual nos involucra en el OEI 01: *Fortalecer la organización de los procesos electorales para la población electoral*. La presente contratación se encuentra enmarcada dentro de la Actividad Operativa **GESTIÓN DE ACTIVIDADES Y PRODUCTOS DE COMUNICACIÓN EN MEDIOS TRADICIONALES Y PLATAFORMAS DIGITALES**.

Asimismo, mediante la Resolución Jefatural N° 000131-2025-JN/ONPE se aprobó los "Lineamientos para la contratación de bienes y servicios requeridos por la ONPE para la realización del proceso electoral Elecciones Generales 2026", y sus modificatorias; Resolución Jefatural N° 000143-2025-JN/ONPE y la Resolución Jefatural N° 000169-2025-JN/ONPE.

### 3. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL REQUERIMIENTO

El servicio constará del diseño, pre producción, producción y post producción de todas las piezas que serán utilizadas en la campaña publicitaria para la difusión de la plataforma ETLV. El detalle de ítems es el siguiente:

- Tres (3) spots televisivos
- Ocho (8) spots radiales
- Toma de fotografías
- Seis (6) formatos para avisos de diario
- Dieciséis (16) formatos para elementos en medios digitales

	FORMATO	Código:	FM24-GAD/LOG
		Versión:	09
	TERMINOS DE REFERENCIA (SERVICIO) PARA PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN	Fecha de aprobación:	21/05/2025
		Página:	2 de 19

- Ocho (8) formatos para elementos en medios alternativos (OOH<sup>1</sup>).

#### 4. FINALIDAD PÚBLICA

El servicio permitirá a la ciudadanía informarse oportunamente sobre las Elecciones Generales 2026.

#### 5. OBJETIVOS DE LA CONTRATACIÓN

Informar a la ciudadanía sobre las Elecciones Generales 2026, a través de las piezas de campaña con mensajes diferenciados para electores y miembros de mesa.

#### 6. FUENTE DE FINANCIAMIENTO

Recursos Ordinarios (RO)

#### 7. DESCRIPCION DEL SERVICIO


ITEM	Cantidad	Unidad de Medida	Descripción del Servicio
1	1	SERVICIO	SERVICIO DE DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE PIEZAS PARA LA CAMPAÑA PUBLICITARIA ELECCIONES GENERALES 2026

- Al inicio del servicio, la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales entregará, mediante correo electrónico, información técnica sobre el proceso electoral, así como el concepto creativo que servirá de pauta para el diseño y producción de las piezas de la campaña. Las piezas constarán de elementos para televisión (spots, banners y animaciones), de radio (spots), prensa (avisos de diario), medios digitales (banners, animaciones, otros) y medios alternativos (animaciones e imágenes para exhibición).
- El contratista deberá realizar la creación, pre producción, producción y postproducción de todas las piezas de campaña según el concepto creativo entregado. Además, deberá producir y realizar las fotografías que se requieran (de modelos, actores, locaciones, etc.), considerando a su cargo los derechos y/o autorizaciones de los personajes.

#### CREACIÓN Y PRE PRODUCCIÓN:

- El contratista deberá incluir en las piezas modelos/actores de distintos perfiles (género, raza, edad, etc), buscando visibilizar la diversidad nacional. **El contratista deberá considerar a un grupo de al menos 30 personas** (entre personajes principales y extras).
- El contratista deberá presentar la propuesta de los actores/modelos para todas las piezas, contemplando diversidad en género, edades, razas, entre otros detalles que garanticen diversidad. En caso de aquellos que participen en los spots de tv, con pruebas de casting de imagen y voz. La propuesta deberá ser enviada vía correo electrónico, en un plazo máximo de

<sup>1</sup> OOH: Out of home.

	FORMATO	Código:	FM24-GAD/LOG
		Versión:	09
	TERMINOS DE REFERENCIA (SERVICIO) PARA PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN	Fecha de aprobación:	21/05/2025
		Página:	3 de 19

cinco (5) días calendario luego de haber recibido el concepto creativo. La Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales elegirá a los que participen.

La elección de los actores/modelos será notificada al contratista vía correo electrónico, en un plazo máximo de un (1) día calendario luego recibida la propuesta. En caso esta no se apruebe, el contratista tendrá un plazo máximo de un (1) día calendario para hacer los ajustes que se indiquen, remitiéndose la información vía correo electrónico.

- El contratista realizará la selección de los locutores para los spots radiales y otros elementos que utilicen locución en *off*, a través de pruebas de locución. La propuesta de los locutores deberá ser enviada vía correo electrónico, en un plazo máximo de cinco (5) días calendario luego de haber recibido el concepto creativo. La Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales elegirá a los que participen. Junto con el concepto creativo se indicará cuántos perfiles de voz y qué tipo se requieren, siendo entre dos (2) y cuatro (4) perfiles.

La elección de los locutores será notificada al contratista vía correo electrónico, en un plazo máximo de un (1) día calendario luego de recibida la propuesta. En caso esta no se apruebe, el contratista tendrá un plazo máximo de un (1) día calendario para hacer los ajustes que se indiquen, remitiéndose la información vía correo electrónico.



- El contratista deberá consignar la cesión de la autorización de uso de voces a favor de la ONPE de cada uno de los locutores que participen en todas las piezas de la campaña. De igual manera, la autorización de uso de imagen de cada uno de los modelos/actores, ya sea que aparezcan en el spot televisivo o en las fotos. **Las autorizaciones deben tener una vigencia mínima de un (1) año.**
- Ningún modelo, actor ni locutor deberá pertenecer y/o estar comprometido con ninguna campaña u organización política, ya sea de ATL o BTL<sup>2</sup> ni antes ni después (por un periodo de un año) de participar en cualquiera de los materiales de la campaña. El contratista, al momento de presentar la propuesta de actores/modelos/voces, deberá adjuntar sus constancias de no afiliados del Registro de Organizaciones Políticas (ROP):


<https://sroppublico.jne.gob.pe/Consulta/Afiliado>



- El contratista deberá presentar propuesta de locaciones, considerando principalmente espacios en Lima Metropolitana, como también ubicaciones en regiones, de ser necesario. La propuesta deberá ser enviada vía correo electrónico, en un plazo máximo de cinco (5) días calendario, luego de haber recibido el concepto creativo. La Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales, cuando envíe el concepto creativo, indicará qué aspectos se deberán tomar en cuenta para las locaciones.
- El contratista deberá presentar la propuesta para el desarrollo audiovisual de las piezas, en la que se definan valores de producción y el criterio para realizarlos. Se presentará el aterrizaje del concepto creativo a cada elemento: avisos televisivos, avisos radiales, piezas de prensa escrita, elementos digitales y elementos para difusión en medios alternativos.
  - En caso de los avisos televisivos, el contratista deberá presentar el concepto para cada motivo, su *shooting board* y cronograma de trabajo. En este documento se deberá definir todo el detalle de lo que se va a producir, previo a la grabación.

<sup>2</sup> ATL: Above the line / BTL: Below the line.



	FORMATO	Código:	FM24-GAD/LOG
		Versión:	09
	TERMINOS DE REFERENCIA (SERVICIO) PARA PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN	Fecha de aprobación:	21/05/2025
		Página:	4 de 19

- Para los avisos radiales, el contratista deberá presentar los guiones radiales, así como la propuesta de musicalización.
- En caso de las piezas para prensa escrita, elementos digitales y para difusión en medios alternativos, el contratista deberá presentar maquetas por cada tipo de pieza.

Esto sucederá en reunión (virtual o presencial, según se disponga) entre el contratista y la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales, en un plazo máximo de dos (2) días calendario contabilizados desde el día siguiente en que el contratista haya presentado la propuesta de actores, voces y locaciones.

#### PRODUCCIÓN:

- El contratista deberá producir las piezas de la campaña según el cronograma que presentó en la pre producción.
- El contratista garantizará que todos los elementos elegidos en pre producción estén disponibles para la grabación de los spots de televisión, spots de radio y toma fotográfica. Ya sean permisos para locaciones, disponibilidad de los actores/modelos elegidos, de las voces seleccionadas, logística necesaria, equipos, entre otros.
- Un representante de la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales estará presente durante la grabación de los spots de televisión, así como de la toma de fotografías. En caso el representante lo indicara, el contratista deberá repetir las grabaciones para los spots de televisión y/o toma de fotos según sea necesario.
- La grabación de las locuciones para los spots radiales deberá realizarse en un estudio profesional, con el equipo necesario (micrófonos, consolas, ambiente aislado a ruidos, etc).
- El contratista deberá considerar la elaboración de musicalización especialmente para la campaña. Deberá consignar la cesión de los derechos de autor a favor de la ONPE de la música usada en todos los avisos de la campaña. Caso contrario podrá utilizar fondos musicales vigentes y/o reconocidos socialmente previendo el pago de los derechos de autores y compositores ante las instituciones competentes. La musicalización propuesta no podrá haber sido utilizada para ningún fin político o partidario. Asimismo, de considerarlo conveniente, la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales podrá brindar pistas musicales propias para su uso según se disponga.
- **El contratista deberá cubrir todo costo** que se requiera para atender cada requerimiento del presente servicio, **sin excepción:** pago por uso de locaciones (permisos), costos de alimentación, transporte de los actores/modelos, gastos para cumplir con los protocolos sanitarios, de corresponder, para todas las personas que participen en la producción (tanto actores/modelos como staff de producción), etc.


Asimismo, debe incluir todos los impuestos de ley, así como los costos directos e indirectos que puedan originarse producto del servicio.

#### POST PRODUCCIÓN:

- El contratista deberá incluir en los spots de televisión un recuadro con la interpretación de la locución en la Lengua de Señas Peruana. Asimismo, deben contar con subtítulo en español. El contratista deberá ceder la autorización de uso de imagen del intérprete en la Lengua de Señas





	FORMATO	Código:	FM24-GAD/LOG
		Versión:	09
	TERMINOS DE REFERENCIA (SERVICIO) PARA PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN	Fecha de aprobación:	21/05/2025
		Página:	5 de 19

Peruana. Asimismo, toda la interpretación en la Lengua de Señas Peruana que se realice deberá **contar con una validación suscrita por una asociación u organismo dedicado la población con discapacidad auditiva.**

- En caso se requiera, el contratista deberá realizar animación en 2D/3D de logos, textos, iconos, así como *animatics*/maqueta de video.
- El contratista deberá realizar el procesamiento y composición del material audiovisual, así como el retoque digital de imágenes y fotografía.
- Para la post producción de los spots de televisión, el contratista deberá generar la corrección de color de imágenes y composición gráfica, la edición en modo *online* y *offline*, los efectos necesarios (visuales, sonoros) y la masterización y mezcla de imágenes y sonido.
- Para la post producción de los spots de radio, el contratista deberá realizar la edición completa, considerando los efectos necesarios, niveles de volumen, corrección y empalme de bajos, sincronización con la musicalización, etc.
- Todo lo producido por el contratista en el presente servicio deberá ser entregado a la ONPE quien tendrá los derechos para poder utilizarlo en campañas posteriores de ser necesario.

Los productos a elaborar serán los siguientes:


➤ **PRODUCCIÓN PARA RADIO**

Creación y producción de **ocho (8)** spots radiales.

- Formatos: MP3 y WAV, en alta calidad.

Se deberán respetar las siguientes variantes:

Cantidad	Tiempo duración	Lengua/dialecto	Motivo
01 spot	Entre 30 y 40 segundos	Castellano	Información al elector
01 spot	Entre 30 y 40 segundos	Castellano	Información al miembro de mesa
01 spot	Entre 30 y 40 segundos	Castellano	Cómo votar
01 spot	Hasta un minuto	En lengua originaria (por definir)	Información en general sobre las Elecciones Generales 2026
01 spot	Hasta un minuto	En lengua originaria (por definir)	Información en general sobre las Elecciones Generales 2026
01 spot	Hasta un minuto	En lengua originaria (por definir)	Información en general sobre las Elecciones Generales 2026
01 spot	Hasta un minuto	En lengua originaria (por definir)	Información en general sobre las Elecciones Generales 2026

 <b>ONPE</b> Oficina Nacional de Procesos Electorales	<b>FORMATO</b>	Código:	FM24-GAD/LOG
		Versión:	09
	<b>TERMINOS DE REFERENCIA (SERVICIO) PARA PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN</b>	Fecha de aprobación:	21/05/2025
		Página:	6 de 19

01 spot	Hasta un minuto	En lengua originaria (por definir)	Información en general sobre las Elecciones Generales 2026
---------	-----------------	------------------------------------	--

- Los motivos, en caso la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales lo requiriera, podrían cambiar. Esto será comunicado al contratista ya sea vía correo electrónico, o a través de un acta de acuerdos.

#### ➤ PRODUCCIÓN PARA SPOTS PARA TELEVISIÓN

Creación y producción de **tres (3)** spots para televisión Los spots deben contar con subtítulos y su interpretación en Lengua de Señas Peruana.

- Calidad: Full HD, 1080p

Cantidad	Tiempo duración	Lengua	Motivo
01 spot	Entre 30 y 40 segundos	Castellano	Información al elector
01 spot	Entre 30 y 40 segundos	Castellano	Información al miembro de mesa
01 spot	Entre 30 y 40 segundos	Castellano	Cómo votar

Asimismo, el contratista deberá elaborar, en caso lo requiera la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales, animaciones de piezas gráficas para su difusión en medios televisivos, como banners, gráficas animadas, entre otros. Las especificaciones de cada elemento serán brindadas por la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales, vía correo electrónico.

Los motivos, en caso la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales lo requiriera, podrían cambiar. Esto será comunicado al contratista ya sea vía correo electrónico, o a través de un acta de acuerdos.

Asimismo, la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales solicitará vía correo electrónico la adecuación del spot a distintos formatos (peso de archivos, resoluciones, duración, etc), debiendo ser atendidos en su totalidad por el contratista. No hay límite respecto a las adecuaciones.


El contratista deberá realizar las copias y/o transferencias del spot a los formatos que se requieran. En caso fueran necesarias copias físicas, deberán tener el siguiente rotulado: ONPE, campaña, motivo, duración y/o medidas, tipo de medio, y el formato y/o programa en que ha sido grabado.

#### ➤ TOMA DE FOTOGRAFÍAS

Toma de fotografías que serán usadas para la elaboración de piezas de campaña en diversos canales (prensa escrita, medios digitales, OOH<sup>3</sup>, etc). Deberá incluir fotos de los actores/modelos, de locaciones, de escenas del spot de televisión.

- Cantidad: mínimo 60 fotos digitales.

<sup>3</sup> Publicidad en vía pública, en exteriores/interiores.

	FORMATO	Código:	FM24-GAD/LOG
		Versión:	09
	TERMINOS DE REFERENCIA (SERVICIO) PARA PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN	Fecha de aprobación:	21/05/2025
		Página:	7 de 19

- Calidad: alta
- Formatos: RAW y JPEG.

Todas las fotografías deberán ser realizadas con equipo y logística profesional (cámaras, trípode, luces, rebotadores, etc), garantizando la calidad de las fotos, así como óptima iluminación, según el concepto creativo entregado. En caso se requiera, el contratista deberá considerar el uso de un estudio fotográfico.

#### ➤ PRODUCCIÓN PARA DIARIOS

Producción de gráficas para **seis (6) avisos** para diarios.

Cantidad	Formato del aviso	Medidas	Motivo
02 diseños	Página entera	Según lo que solicite la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales (SGRI)	Información al elector
	Cintillo		
02 diseños	Página entera	Según lo que solicite la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales (SGRI)	Información al miembro de mesa
	Cintillo		
02 diseños	Página entera	Según lo que solicite la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales (SGRI)	Cómo votar
	Cintillo		


- Los motivos, en caso la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales (SGRI) lo requiriera, podrían cambiar. Esto será comunicado al contratista ya sea vía correo electrónico, o a través de un acta de acuerdos.
- **Cada elemento tendrá múltiples medidas, sin existir un límite, siempre respetando el formato indicado en el cuadro.** La Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales entregará al contratista, vía correo electrónico, en un plazo máximo de quince (15) días contados a partir del día siguiente de entregado el concepto creativo, la lista de medidas a las que deberán ser acondicionados cada elemento.

#### ➤ PRODUCCIÓN PARA MEDIOS DIGITALES

Producción de gráficas para para la composición de **16 elementos** para medios online.

Cantidad	Formato	Medidas	Motivo
02 elementos	Horizontal, tipo <i>banner top</i>	Según lo que solicite la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales (SGRI)	Información al elector
02 elementos	Horizontal, tipo <i>banner top</i>	Según lo que solicite la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales (SGRI)	Información al miembro de mesa
02 elementos	Vertical, tipo <i>Skyscraper</i>	Según lo que solicite la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales (SGRI)	Información al elector
02 elementos	Vertical, tipo <i>Skyscraper</i>	Según lo que solicite la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales (SGRI)	Información al miembro de mesa



 <b>ONPE</b> Oficina Nacional de Procesos Electorales	<b>FORMATO</b>		Código:	FM24-GAD/LOG
			Versión:	09
	<b>TERMINOS DE REFERENCIA (SERVICIO) PARA PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN</b>		Fecha de aprobación:	21/05/2025
			Página:	8 de 19


02 elementos	Rectangular, tipo <i>box</i>	Según lo que solicite la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales (SGRI)	Información al elector
02 elementos	Rectangular, tipo <i>box</i>	Según lo que solicite la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales (SGRI)	Información al miembro de mesa
02 elementos	Tipo <i>banner Rich Media</i> .	Según lo que solicite la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales (SGRI)	Información al elector
02 elementos	Tipo <i>banner Rich Media</i> .	Según lo que solicite la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales (SGRI)	Información al miembro de mesa

- El motivo, en caso la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales lo requiriera, podría cambiar. Esto será comunicado al contratista ya sea vía correo electrónico, o a través de un acta de acuerdos.
- **Cada elemento tendrá múltiples medidas, sin existir un límite, siempre respetando el formato indicado en el cuadro.** La Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales entregará al contratista, vía correo electrónico, la lista de medidas a las que deberán ser acondicionados cada elemento.
- **Todos los elementos serán animados, tipo GIF.** Las especificaciones (segundaje, peso del archivo, otros) serán comunicadas por la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales, vía correo electrónico, en un plazo máximo de quince (15) días contados a partir del día siguiente de entregado el concepto creativo.

#### ➤ PRODUCCIÓN PARA MEDIOS ALTERNATIVOS:

Producción de gráficas para la composición de **ocho (8) elementos** para medios alternativos (vallas, paraderos, paletas, otros).

Cantidad	Formato	Tamaño/ duración	Motivo
02 elementos	Medio alternativo (fijos), formato horizontal	Según lo que solicite la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales (SGRI)	Información al elector
			Información al miembro de mesa
02 elementos	Medio alternativo (fijos), formato vertical	Según lo que solicite la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales (SGRI)	Información al elector
			Información al miembro de mesa
02 elementos	Medio alternativo (animados, digitales), formato horizontal	Según lo que solicite la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales (SGRI)	Información al elector
			Información al miembro de mesa
02 elementos	Medio alternativo (animados, digitales), formato vertical	Según lo que solicite la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales (SGRI)	Información al elector
			Información al miembro de mesa

	FORMATO	Código:	FM24-GAD/LOG
		Versión:	09
	TERMINOS DE REFERENCIA (SERVICIO) PARA PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN	Fecha de aprobación:	21/05/2025
		Página:	9 de 19

- Los motivos, en caso la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales (SGRI) lo requiriera, podrían cambiar. Esto será comunicado al contratista ya sea vía correo electrónico, o a través de un acta de acuerdos.
- **Cada elemento tendrá múltiples medidas, sin existir un límite, siempre respetando el formato indicado en el cuadro.** La Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales entregará al contratista, vía correo electrónico, la lista de medidas a las que deberán ser acondicionados cada elemento.
- **Todos los elementos serán animados, tipo MP4 o similar.** Las especificaciones (segundaje, peso del archivo, otros) serán comunicadas por la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales, vía correo electrónico.

#### MANTENIMIENTO DE LA CAMPAÑA:

El contratista deberá atender requerimientos de adecuación de cualquiera de las piezas realizadas, según requerimiento de la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales, durante el periodo de difusión de la campaña.

#### 8. MODALIDAD DE PAGO

El presente procedimiento se rige por la modalidad de pago de suma alzada.

#### 9. REQUISITOS QUE DEBERÁ CUMPLIR EL POSTOR


El servicio deberá ser prestado por una persona jurídica, el cual debe cumplir con lo siguiente:

- La empresa deberá contar con un equipo de trabajo, el cual se hará cargo del presente servicio y estará conformado como mínimo por: un productor general, un director general, un director de arte, un director de fotografía, un realizador musical. Las funciones del personal clave como mínimo serán las siguientes:

**PERSONAL CLAVE:** constará de cinco (5) personas:

- **Un (1) productor general:**  
Deberá velar por la producción y post producción de las piezas comunicacionales. Será quien responda a nivel técnico sobre los productos desarrollados. Sustentará ante la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales, en caso se requiera, los elementos para el trabajo: casting de voces, actores, locaciones, colores, etc.
- **Un (1) director general:**  
Tendrá a cargo toda la realización de las piezas. Dirigirá toda la fase de producción, principalmente el spot televisivo.
- **Un (1) director de arte:**  
Se encargará de toda la parte visual de la campaña. Definirá vestimenta, locaciones, colores, etc. Asimismo, velará por el arte final de todas las piezas.
- **Un (1) director de fotografía:**  
Deberá dirigir todo el trabajo fotográfico de las piezas de la campaña.



 <b>ONPE</b> Oficina Nacional de Procesos Electorales	<b>FORMATO</b>	Código:	FM24-GAD/LOG
		Versión:	09
	<b>TERMINOS DE REFERENCIA (SERVICIO) PARA PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN</b>	Fecha de aprobación:	21/05/2025
		Página:	10 de 19

○ **Un (1) realizador musical**

Será el que produzca la música para la campaña. Puede ser un *jingle*, en caso el concepto creativo lo proponga.

**PERSONAL NO CLAVE:** constará, como mínimo, de dos (2) personas:

○ **Un (1) fotógrafo profesional:**

Encargado de generar toda la producción fotográfica necesaria para la producción de las piezas de la campaña.

Deberá ser, como mínimo, técnico en ciencias de la comunicación y/o fotografía publicitaria y/o producción audiovisual, o similares.

Debe acreditar por lo menos cinco (5) años de experiencia en campañas publicitarias, cumpliendo la función de producir fotográficamente los elementos necesarios para la producción de piezas.

○ **Un (1) editor audiovisual no lineal:**

Encargado de la post producción de todas las piezas audiovisuales del presente servicio. Deberá ser, como mínimo, técnico, en ciencias de la comunicación y/o producción audiovisual, o similares.

Debe acreditar por lo menos cinco (5) años de experiencia en campañas publicitarias, cumpliendo la función de editar piezas audiovisuales (spots publicitarios, videos institucionales, documentales, videoclips, otros).

**10. REQUISITOS QUE DEBERÁ CUMPLIR LA ENTIDAD**

La Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales deberá brindar toda la información técnica necesaria para poder llevar a cabo el servicio. La entrega podrá ser vía correo electrónico, o de manera física.

**11. OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA**

El Contratista es el único responsable ante la Entidad de cumplir con la contratación, no pudiendo transferir esa responsabilidad a otras entidades ni terceros en general.

**12. PLAZO DE EJECUCIÓN DEL SERVICIO:**


El plazo máximo para la ejecución del servicio será de ochenta y siete (87) días calendario, iniciando el 7 de enero de 2026, correspondiente a la sumatoria de las fases "producción de la campaña publicitaria" y "mantenimiento de la campaña".

El servicio iniciará a partir del día siguiente del envío mediante correo electrónico del concepto creativo, por parte de la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales, al contratista y culminará en el mes de abril de 2026, aproximadamente.

La ejecución del servicio comprenderá las siguientes fases:


FASES	Actividades	Formato de entrega/evidencia	Plazos máximos
-------	-------------	------------------------------	----------------



	FORMATO	Código:	FM24-GAD/LOG
		Versión:	09
	TERMINOS DE REFERENCIA (SERVICIO) PARA PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN	Fecha de aprobación:	21/05/2025
		Página:	11 de 19

PRODUCCIÓN DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA	Contratista presenta pre producción (propuesta de actores, voces, locaciones, etc)	Correo electrónico	Hasta 5 días calendario, contados a partir del día siguiente de recibido el concepto creativo,
	La Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales, revisa y aprueba la pre producción	Correo electrónico	1 día calendario, de finalizada la actividad anterior
	En caso la propuesta no sea aprobada, el contratista deberá hacer ajustes según se solicite.	Correo electrónico	Hasta 1 día calendario, de finalizada la actividad anterior.
	Contratista presenta la propuesta audiovisual, <i>shooting board</i> y cronograma. La Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales revisa y aprueba pre producción.	Acta de reunión	2 días calendario, de finalizada la actividad anterior.
	En caso la propuesta no sea aprobada, el contratista deberá hacer ajustes según se solicite.	Correo electrónico	Hasta 1 día calendario, de finalizada la actividad anterior.
	Contratista entrega producción de piezas, en primera versión.	Correo electrónico	Hasta 10 días calendario, de finalizada la actividad anterior.
	La Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales, revisa y aprueba las piezas	Correo electrónico	1 día calendario, de finalizada la actividad anterior
	En caso la producción de las piezas en primera versión no sea aprobada, el contratista deberá hacer ajustes según se solicite.	Correo electrónico	Hasta 1 día calendario, de finalizada la actividad anterior.
	Contratista presenta producción de piezas en versión final.	Correo electrónico	Hasta 3 días calendario, de finalizada la actividad anterior
	La Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales, revisa y aprueba las piezas	Correo electrónico	1 día calendario, de finalizada la actividad anterior
	En caso la producción de las piezas en su versión final no sea aprobada, el contratista deberá hacer ajustes según se solicite.	Correo electrónico	Hasta 1 día calendario, de finalizada la actividad anterior.
	Contratista entrega todos los productos elaborados	En físico, por mesa de partes en la Sede Central de ONPE, en un disco duro externo	1 día calendario, de finalizada la actividad anterior.
Total de días para la fase		Plazo máximo de 28 días calendario	



 <b>ONPE</b> Oficina Nacional de Procesos Electorales	<b>FORMATO</b>	Código:	FM24-GAD/LOG
		Versión:	09
	<b>TERMINOS DE REFERENCIA (SERVICIO) PARA PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN</b>	Fecha de aprobación:	21/05/2025
		Página:	12 de 19

<b>MANTENIMIENTO DE LA CAMPAÑA</b>	El contratista deberá estar disponible durante toda la fase para acondicionar cualquier pieza de la campaña en caso fuera necesario. Esto, durante el periodo de la campaña publicitaria.	Correo electrónico	Entre los meses de febrero y abril de 2026
	<b>Total de días para la fase</b>	<b>Plazo máximo de 59 días calendario</b>	

- En caso fuera necesario, la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales, puede solicitar cambios en los hitos del cronograma, **sin afectar el total de días del servicio**. Esto se evidenciará por un acta de acuerdos.
- El periodo definido en la fase "mantenimiento de la campaña" es tentativo, pudiendo modificarse según necesidad. El periodo de la fase será comunicado por la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales, vía correo electrónico, posterior al término de la fase "producción de la campaña publicitaria".
- Las fases no son necesariamente consecutivas**, pudiendo existir un periodo de tiempo entre la finalización de la fase "producción de la campaña publicitaria" y el inicio de la fase "mantenimiento de la campaña".
- Los plazos podrían mejorarse por iniciativa del contratista. Esto no significa que se modifique el servicio de ninguna forma (costo, productos, etc).
- El contratista deberá hacer todos los ajustes que se soliciten, hasta la aprobación de la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales sobre los mismos.
- Para la fase de mantenimiento de la campaña, el proveedor deberá estar disponible en el horario de lunes a viernes, de 09:00 a 20:00 horas.


### 13. LUGAR DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO:

El lugar del servicio, será principalmente en Lima Metropolitana y/o Callao, en las locaciones con las que cuente el contratista. En caso se requiriera utilizar un espacio específico (ejemplo: una plaza, un centro comercial, etc), el contratista deberá gestionar todos los permisos y trámites necesarios para garantizar su uso.

### 14. ENTREGABLES

Informe final por escrito detallando las actividades realizadas como parte de la ejecución del servicio. Dicho informe final debe entregarse en un plazo máximo de cuatro (4) días calendario de culminado el servicio y debe complementarse con lo siguiente:

- Una (1) memoria externa con los master de todos los insumos restantes:
  - Piezas para televisión:
    - Master de los spots para televisión con audios separados (locuciones, musicalización, efectos).
    - Spots de televisión en formatos AVI, MOV, MP4.
    - Proyectos de edición del spot
    - Banners animados, según el formato indicado por la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales.

	FORMATO	Código:	FM24-GAD/LOG
		Versión:	09
	TERMINOS DE REFERENCIA (SERVICIO) PARA PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN	Fecha de aprobación:	21/05/2025
		Página:	13 de 19

- Spots de radio:
  - Masters con pistas separados (locuciones, musicalización, efectos).
  - Spots en formatos WAP, MP3.
  - Proyectos de edición de cada spot.
- Banco de fotografías:
  - Fotografías en formatos RAW y JPEG.
- Diseños de materiales para prensa, medios digitales, medios alternativos.
  - En formato de diseño. Textos en formato original, no en curvas. Incluir todas las fuentes y recursos necesarios.
  - En formato JPEG y PDF de alta calidad.
  - Los elementos animados para medios digitales en GIF.
  - Los elementos animados para medios alternativos en MP4.

- Versiones físicas de autorizaciones de uso de imagen, voces, música, cesiones de derechos y toda documentación legal que sustente los derechos de imagen, autores y compositores que hayan sido utilizados en la campaña.

El entregable deberá remitirse vía mesa de partes, en la sede central de la ONPE, en Jr. Washington N° 1894, Cercado de Lima, de lunes a viernes, de 8:30 a 16:30 horas.

#### 15. CONFORMIDAD DEL SERVICIO:

Será otorgada por la Gerencia de Información y Educación Electoral (GIEE), previo informe de la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales (SGRI), a través de la verificación del cumplimiento de las condiciones establecidas en los términos de referencia, en el plazo máximo de siete (07) días calendarios, contabilizados a partir del día siguiente de presentado el entregable.

#### 16. FORMA DE PAGO

El pago se realizará en un pago único, previa conformidad emitida por área usuaria, en moneda nacional y a la presentación del comprobante de pago por parte del contratista.

El pago se efectuará mediante el respectivo abono en la cuenta bancaria individual del postor ganador, dentro de los diez (10) días hábiles siguientes de otorgada la conformidad, sea a través del Banco de la Nación o de cualquier otra institución bancaria del Sistema Financiero Nacional, para cuyo efecto EL CONTRATISTA comunicará su CODIGO DE CUENTA INTERBANCARIO (CCI), y se debe de contar además con:


- Conformidad por parte del área usuaria
- Comprobante de pago.

Dicha documentación se debe presentar vía mesa de partes, en la sede central de la ONPE, en Jr. Washington N° 1894, Cercado de Lima, de lunes a viernes, de 8:30 a 16:30 horas.

#### 17. RESPONSABILIDAD DEL CONTRATISTA

El Contratista es responsable por la calidad ofrecida y por los vicios ocultos de los servicios ofertados por un plazo de un (1) año contado a partir de la conformidad otorgada por la Entidad.



	<b>FORMATO</b>	Código:	FM24-GAD/LOG
		Versión:	09
	<b>TERMINOS DE REFERENCIA (SERVICIO) PARA PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN</b>	Fecha de aprobación:	21/05/2025
		Página:	14 de 19

## 18. PENALIDADES APLICABLES

### Penalidad por mora:

En caso de retraso injustificado del contratista en la ejecución de las prestaciones objeto del contrato, la entidad contratante le aplica automáticamente una penalidad por mora por cada día de atraso que le sea imputable, de conformidad con el artículo 120 del *Reglamento de la Ley 32069 Ley General de Contrataciones Públicas*.

### Otras Penalidades:

Adicionalmente a la penalidad por mora, se aplican las siguientes penalidades:

Otras penalidades			
N°	Supuestos de aplicación de penalidad	Forma de cálculo	Procedimiento
1	Por retraso injustificado en la ejecución de los plazos definidos en cada una de las actividades en la fase "producción de la campaña publicitaria"	1% de una unidad Impositiva Tributaria (UIT) vigente, por cada día de retraso.	El área usuaria emitirá un documento a la Subgerencia de Logística señalando el incumplimiento.

La suma de la aplicación de las penalidades por mora y otras penalidades no debe exceder el 10% del monto vigente del contrato o, de ser el caso, del ítem correspondiente.

## 19. PROPIEDAD INTELECTUAL

Todos los productos del servicio serán propiedad exclusiva de la ONPE. El contratista entregará el 100% de los derechos con el entregable, como lo indica el numeral 14.


## 20. ANTICORRUPCIÓN Y ANTISOBORNO

EL CONTRATISTA declara y garantiza no haber ofrecido, negociado, prometido o efectuado ningún pago o entrega de cualquier beneficio o incentivo ilegal, de manera directa o indirecta, a cualquier servidor de la entidad contratante.

Asimismo, EL CONTRATISTA se obliga a mantener una conducta proba e íntegra durante la vigencia del contrato, y después de culminado el mismo en caso existan controversias pendientes de resolver, lo que supone actuar con probidad, sin cometer actos ilícitos, directa o indirectamente.

Aunado a ello, EL CONTRATISTA se obliga a abstenerse de ofrecer, negociar, prometer o dar regalos, cortesías, invitaciones, donativos o cualquier beneficio o incentivo ilegal, directa o indirectamente, a funcionarios públicos, servidores públicos, locadores de servicios o proveedores de servicios del área usuaria, de la dependencia encargada de la contratación, y/o cualquier servidor de la entidad contratante, con la finalidad de obtener alguna ventaja indebida o beneficio ilícito. En esa línea, se obliga a adoptar las medidas técnicas, organizativas y/o de personal necesarias para asegurar que no se practiquen los actos previamente señalados.

Adicionalmente, EL CONTRATISTA se compromete a denunciar oportunamente ante las autoridades competentes los actos de corrupción o de inconducta funcional de los cuales tuviera conocimiento durante la ejecución del contrato con LA ENTIDAD CONTRATANTE.

	FORMATO	Código:	FM24-GAD/LOG
		Versión:	09
	TERMINOS DE REFERENCIA (SERVICIO) PARA PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN	Fecha de aprobación:	21/05/2025
		Página:	15 de 19

Tratándose de una persona jurídica, lo anterior se extiende a sus accionistas, participacionistas, integrantes de los órganos de administración, apoderados, representantes legales, funcionarios, asesores o cualquier persona vinculada a la persona jurídica que representa; comprometiéndose a informarles sobre los alcances de las obligaciones asumidas en virtud del presente contrato.

Finalmente, el incumplimiento de las obligaciones establecidas en esta cláusula, durante la ejecución contractual, otorga a LA ENTIDAD CONTRATANTE el derecho de resolver total o parcialmente el contrato. Cuando lo anterior se produzca por parte de un proveedor adjudicatario de los catálogos electrónicos de acuerdo marco, el incumplimiento de la presente cláusula conllevará que sea excluido de los Catálogos Electrónicos de Acuerdo Marco. En ningún caso, dichas medidas impiden el inicio de las acciones civiles, penales y administrativas a que hubiera lugar.

## 21. INTEGRIDAD


En caso de falsedad de cualquiera de las declaraciones efectuadas por el contratista, la ONPE podrá declarar la nulidad del presente contrato/orden de servicio por infracción del principio de presunción de veracidad, de conformidad a lo establecido en la *Ley 32069 Ley General de Contrataciones Públicas*.

## 22. CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN

El CONTRATISTA deberá mantener estricta confidencialidad sobre la información a que tendrá acceso durante la ejecución del servicio, no podrá disponer de la misma para fines distintos al desarrollo del servicio. El proveedor y su personal, deben comprometerse a mantener las reservas del caso y no transmitir los datos e información de ONPE a ninguna persona (natural o jurídica) que no sea debidamente autorizada por la ONPE.

## 23. REQUISITOS DE CALIFICACIÓN

A	EXPERIENCIA DEL POSTOR EN LA ESPECIALIDAD
	<p><u>Requisitos:</u></p> <p>El postor debe acreditar un monto facturado acumulado equivalente S/ 1.000.000.000 (un millón con 00/100 soles), por la contratación de servicios iguales o similares al objeto de la convocatoria, durante los quince (15) años anteriores a la fecha de la presentación de ofertas que se computarán desde la fecha de la conformidad o emisión del comprobante de pago, según corresponda.</p> <p>Se consideran servicios similares los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración y/o producción y/o realización de campañas publicitarias,</li> <li>• Elaboración y/o producción y/o realización de piezas publicitarias para televisión y/o radio,</li> <li>• Elaboración y/o producción y/o realización de piezas para televisión y/o radio,</li> <li>• Elaboración y/o producción y/o realización de piezas televisivas y/o radiales,</li> <li>• Elaboración y/o producción y/o realización de cine,</li> <li>• Elaboración y/o producción y/o realización videos documentales,</li> <li>• Elaboración y/o producción y/o realización de spots publicitarios para televisión y/o radio,</li> <li>• Elaboración y/o producción y/o realización de avisos para televisión y/o radio,</li> </ul>

	FORMATO	Código:	FM24-GAD/LOG
		Versión:	09
	TERMINOS DE REFERENCIA (SERVICIO) PARA PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN	Fecha de aprobación:	21/05/2025
		Página:	16 de 19

- Elaboración y/o producción y/o realización de avisos publicitarios para televisión y/o radio,
- Elaboración y/o producción y/o realización de spots de televisión y/o radio,
- Elaboración y/o producción y/o realización de spots publicitarios para televisión y/o radio,
- Elaboración y/o producción y/o realización de spots televisivos y/o radiales,
- Elaboración y/o producción y/o realización de spots publicitarios televisivos y/o radiales,

**Acreditación:**

La experiencia del postor en la especialidad se acreditará con copia simple de (i) contratos u órdenes de servicios, y su respectiva conformidad o constancia de prestación; o (ii) comprobantes de pago cuya cancelación se acredite documental y fehacientemente, con constancia de depósito, nota de abono, reporte de estado de cuenta, cualquier otro documento emitido por entidad del sistema financiero que acredite el abono o mediante cancelación en el mismo comprobante de pago<sup>4</sup>, correspondientes a un máximo de veinte (20) contrataciones. En caso el postor sustente su experiencia en la especialidad mediante contrataciones realizadas con privados<sup>5</sup>, para acreditarla debe presentar de forma obligatoria lo indicado en el numeral (ii) del presente párrafo; no es posible que acredite su experiencia únicamente con la presentación de contratos u órdenes de compra con conformidad o constancia de prestación.

**B. CAPACIDAD TÉCNICA Y PROFESIONAL**

**B.1. EXPERIENCIA DEL PERSONAL CLAVE**

**Requisitos:**

**El personal clave:**

• **Productor general:**

Debe acreditar, como mínimo, cinco (5) años de experiencia en producción de campañas publicitarias y/o producciones audiovisuales.

• **Director general:**

Debe acreditar, como mínimo, cinco (5) años de experiencia dirigiendo campañas publicitarias y/o producciones audiovisuales.

• **Director de arte:**

Debe acreditar, como mínimo, cinco (5) años de experiencia en campañas publicitarias y/o producciones audiovisuales.

• **Director de fotografía:**

Debe acreditar, como mínimo, cinco (5) años de experiencia en campañas publicitarias y/o producciones audiovisuales.


• **Realizador musical:**

Debe acreditar, como mínimo, cinco (5) años de experiencia en campañas publicitarias y/o producciones audiovisuales.

<sup>4</sup> El solo sello de cancelado en el comprobante de pago, cuando ha sido colocado por el propio postor, no puede ser considerado como una acreditación que produzca fehaciencia en relación a que se encuentra cancelado. Es válido el sello colocado por el cliente del postor (sea utilizando el término "cancelado" o "pagado").

<sup>5</sup> Se entiende "privados" como aquellos que no son entidades contratantes.



	FORMATO	Código:	FM24-GAD/LOG
		Versión:	09
	TERMINOS DE REFERENCIA (SERVICIO) PARA PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN	Fecha de aprobación:	21/05/2025
		Página:	17 de 19

Acreditación:

La experiencia del personal clave se acreditará con cualquiera de los siguientes documentos: (i) copia simple de contratos y su respectiva conformidad o (ii) constancias o (iii) certificados o (iv) cualquier otra documentación que, de manera fehaciente demuestre la experiencia del personal propuesto.

Los documentos que acreditan la experiencia deben incluir los nombres y apellidos del personal clave, el cargo desempeñado, el plazo de la prestación indicando el día, mes y año de inicio y culminación, el nombre de la entidad u organización que emite el documento, la fecha de emisión y nombres y apellidos de quien suscribe el documento.

En caso los documentos para acreditar la experiencia establezcan el plazo de la experiencia adquirida por el personal clave en meses sin especificar los días se debe considerar el mes completo.

Se considerará aquella experiencia que no tenga una antigüedad mayor a veinticinco (25) años anteriores a la fecha de la presentación de ofertas.

De presentarse experiencia ejecutada paralelamente (traslape), para el cómputo del tiempo de dicha experiencia sólo se considerará una vez el periodo traslapado.

**B.2. CALIFICACIONES DEL PERSONAL CLAVE**

**B.2.1 Formación académica**

**Personal clave:**

• **Productor general:**

Como mínimo, profesional técnico en publicidad, o dirección publicitaria, o producción publicitaria, o ciencias de la comunicación, o marketing, o ciencias sociales o humanidades.

• **Director general:**

Como mínimo, profesional técnico en publicidad, o dirección publicitaria, o producción publicitaria, o ciencias de la comunicación, o marketing, o cine, o comunicación audiovisual, o comunicación social, o ciencias sociales o humanidades.

• **Director de arte:**

Como mínimo, profesional técnico en publicidad, dirección publicitaria, o dirección de arte, o producción publicitaria, o ciencias de la comunicación, o marketing, o cine, o comunicación audiovisual, o comunicación social, o ciencias sociales o humanidades.

• **Director de fotografía:**

Como mínimo, profesional técnico en publicidad, o dirección publicitaria, o fotografía, o fotografía publicitaria, o producción publicitaria, o ciencias de la comunicación, o marketing, o cine, o comunicación audiovisual, o comunicación social, o ciencias sociales o humanidades.


• **Realizador musical:**

Como mínimo, profesional técnico en publicidad, o producción publicitaria, o producción musical, o ingeniería de sonido, o ciencias de la comunicación, o ciencias sociales o humanidades.

Acreditación:

El grado o título profesional o título técnico requerido será verificado por los evaluadores en el Registro Nacional de Grados Académicos y Títulos Profesionales en el portal web de



	FORMATO	Código:	FM24-GAD/LOG
		Versión:	09
	TERMINOS DE REFERENCIA (SERVICIO) PARA PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN	Fecha de aprobación:	21/05/2025
		Página:	18 de 19

la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - SUNEDU a través del siguiente link: <https://enlinea.sunedu.gob.pe/> o en el Registro Nacional de Certificados, Grados y Títulos a cargo del Ministerio de Educación a través del siguiente link: <https://titulosinstitutos.minedu.gob.pe/>, según corresponda.

El postor debe señalar los nombres y apellidos, DNI y profesión del personal clave, así como el nombre de la universidad o institución educativa que expidió el grado o título profesional requerido.

En caso el grado o título profesional o título técnico requerido no se encuentre inscrito en los referidos registros, el postor debe presentar copia simple del diploma respectivo a fin de acreditar la formación académica requerida.


En caso se acredite estudios en el extranjero del personal clave, debe presentarse adicionalmente copia simple del documento de la revalidación o del reconocimiento ante SUNEDU, del grado académico o título profesional otorgados en el extranjero, según corresponda.

### B.3. EQUIPAMIENTO ESTRATÉGICO

#### Requisitos:

El postor deberá contar con equipos necesarios para la ejecución del servicio, siendo como mínimo:

Descripción	Cantidad
Cámara profesional, que permita grabar como mínimo en Full HD	2
Drone profesional, que permita grabar como mínimo en Full HD	1
Isla de edición y post producción, la cual deberá contar como mínimo con un sistema de edición no lineal en HD con las siguientes características: <ul style="list-style-type: none"> <li>Hardware para edición de video y audio con las siguientes características como mínimo: 01 equipo con 32 GB RAM, tarjeta de video de 8 GB, procesador i7 Core de 10ma. En caso de manejar otro sistema, considerar especificaciones equivalentes para el mismo.</li> <li>Un (1) servidor con capacidad de 16 TB</li> <li>Tres (3) softwares de edición de video. Se demostrará con licencias.</li> </ul>	1
Servidor FTP autenticado para subir, descargar y acceder a archivos de manera segura y con un almacenamiento de los archivos de manera permanente.	1

	FORMATO	Código:	FM24-GAD/LOG
		Versión:	09
	TERMINOS DE REFERENCIA (SERVICIO) PARA PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN	Fecha de aprobación:	21/05/2025
		Página:	19 de 19

	<p><u>Acreditación:</u></p> <p>Copia de documentos que sustenten la propiedad, la posesión, el compromiso de compraventa o alquiler u otro documento que acredite la disponibilidad del equipamiento estratégico requerido está disponible para la ejecución del contrato.</p>
--	--



