

Quito, 9 de julio de 2019

Estimadas/os señoras/es:

Asunto: **Proyecto: 00103569 – Programa Nacional para la Gestión Ambientalmente Racional y la Gestión del Ciclo de Vida de las Sustancias Químicas**

SOLICITUD DE PROPUESTA No. PNUD-ECU-SDP-ADQ-19-74998 - “Ejecución de una campaña de comunicación que socialice y sensibilice sobre el manejo, uso y disposición, ambientalmente sostenible, de plaguicidas”

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), en el marco del Proceso de Solicitud de Propuesta (SdP) de la referencia, informa que se modifica el Documento de Base de SdP para reflejar los siguientes cambios:

ENMIENDA No. 1

1. Se modifica sección 5 – Términos de Referencia:

“Donde se lee”	“Deberá leerse”
1000 adhesivos full color Tamaño A3, para casas	1000 adhesivos full color tamaño A4 (29.7 x 21) resistentes a exteriores , para casas
1000 afiches A3 papel natural	1000 afiches A3 en papel reciclado
2500 camisetas blancas con logo de campaña a color	2500 camisetas blancas, material de polialgodón, cuello redondo, sublimadas con logo de la campaña a color y las tallas con sus cantidades de la siguiente manera: 625 unidades de talla S, 937 talla M y 938 talla L.
30 camisetas para equipo de campaña	30 camisetas para equipo de campaña, tipo polo, de color blanco y en material de algodón más logo de la campaña a color. Las tallas serán definidas con la empresa adjudicada.

2. Se incluye en la Hoja de Datos de la Propuesta la siguiente información adicional:

Otra información relacionada con la SDP	El material adicional corresponde al Producto Final de la consultoría <i>“Diseño de una campaña de comunicación que sensibilice y cambie comportamientos para un manejo uso y disposición, ambientalmente sostenibles, de plaguicidas”</i> , será remitido previo requerimiento vía correo electrónico a licitaciones.ec@undp.org
--	---

Además, nos permitimos remitir la Nota Aclaratoria que responde a las inquietudes recibidas por escrito:

NOTA ACLARATORIA No. 1

PREGUNTA 1

Los banners: ¿son 30 modelos diferentes o 30 impresiones de un solo modelo?

RESPUESTA 1

Los banners son de un solo modelo con 30 impresiones.

PREGUNTA 2

¿Los adhesivos porque deben ir en tamaño A3? se pueden hacer en A4?, estos adhesivos deben ser resistentes y para exteriores, el formato A3 es muy grande y corremos el riesgo de que no haya lugar dónde pegarlo, porque a diferencia de un afiche que se lo puede colocar en cualquier sitio, este adhesivo podría dañar las fachadas de las casas.

RESPUESTA 2

Ver Enmienda No. 1.

PREGUNTA 3

Los afiches dicen en papel natural, especificar el papel, o sugerimos en couche de 115 grs más plastificado mate tiro.

RESPUESTA 3

Ver Enmienda No. 1.

PREGUNTA 4

Las 2500 camisetas. ¿Qué tallas? tipo de camiseta cuello redondo?, ¿tipo polo?, ¿de poli algodón? bordadas o sublimadas?, estas preguntas varían mucho el costo.

RESPUESTA 4

Ver Enmienda No. 1.

PREGUNTA 5

Las 30 camisetas para el equipo. Estas no deben ser blancas para que se distingan de las otras, ¿tipo de camiseta cuello redondo?, tipo polo?, ¿de poli algodón?

RESPUESTA 5

Ver Enmienda No. 1.

PREGUNTA 6

Revistas. Confirmar si se requiere contratar la impresión 500 ejemplares extras de la revista, especificar cuál es el producto a contratar con la revista ELE, Deben indicarnos el tamaño del artículo si es una página, media página?, cuarto de página? página completa?, publicidad, publireportaje, etc, enviar todos los detalles, para que todos los ofertantes podamos cotizar el mismo producto.

RESPUESTA 6

Requerimos 500 ejemplares para ser entregados al público objetivo (en este caso los niños) como parte de la campaña. El artículo será un publi reportaje en una página (página completa)

PREGUNTA 7

Con respecto a los talleres (pág 35) solicitamos se indiquen las localidades donde se desarrollarán estos talleres. Son 20 talleres en 13 territorios. Deben además indicarnos si los mencionados talleres se van a repetir en alguna ciudad, pueblo o comunidad o son todos sitios diferentes. Si son sitios diferentes sube la movilización.

RESPUESTA 7

Sitios donde se realizarán los talleres		
REGION	PROVINCIA	CANTÓN
COSTA	Guayas	Pedro Carbo
		Balzar
		Daule
		El Empalme
	Santo Domingo	Nuevo Israel
	El Oro	Pasaje
	Los Ríos	Pueblo Viejo
		Buena Fe
	Manabí	Santa Ana
		Chone
SIERRA	Esmeraldas	Quinindé
	Loja	Catamayo
	Carchi	Bolívar
	Pichincha	Tabacundo
		Pedro Vicente Maldonado
	Cotopaxi	Latacunga
ORIENTE	Tungurahua	Ambato
	Cañar	Azogues
	Sucumbíos	Nueva Loja
	Orellana	Francisco de Orellana

PREGUNTA 8

¿Con respecto a las funciones de títeres, solo puede ser esta dinámica o se puede proponer otra dinámica?

RESPUESTA 8

Se puede plantear otra dinámica siempre y cuando cumpla y este dentro del marco conceptual y las empresas sepan justificar que tendrá mayor y mejor recepción por parte del público objetivo. Para esto se debe indicar la metodología a usar.

PREGUNTA 9

Para la producción del video, se pueden cambiar las características de lo solicitado para el video, dado que estas responden a un guion el mismo que puede variar según el guion aprobado.

RESPUESTA 9

El guion está aprobado según lo presentado, los detalles técnicos que cada productora requiere deben estar basados en ese guion, sin embargo, se pueden cambiar las características de lo solicitado siempre y cuando el mensaje a socializar se mantenga y el mismo sensibilice acerca del tema y se justifique.

PREGUNTA 10

Dado que solo se va a realizar una producción de video, y que por lo tanto los personajes tienen que ser genéricos, ya que está pensando para transmitirlo en cualquier parte del país, consultamos si realmente ven necesario incorporar el kichwua y shuar tomando en cuenta que el shuar es una lengua oral y en el caso de del kichwua hay de la sierra y la amazonía y esto puede provocar incoherencias. En el caso de que consideren hacerlo, confirmar cómo se incorpora estos idiomas.

RESPUESTA 10

Si es necesario incorporar el kichwua y shuar y debe ir locutado para los casos que se necesite.

PREGUNTA 11

¿Los audios para la función de títeres, para que se los requiere? cual es la finalidad? ya que las presentaciones son en vivo.

RESPUESTA 11

Estos audios no son la presentación como tal, son elementos de recordación que refuercen el mensaje.

PREGUNTA 12

Análisis de medios. En la reunión informativa nos indicaron que nos iban a dar los nombres de las radios que tienen identificadas que son las que nuestro grupo objetivo escucha más, favor enviar la lista de las radios.

RESPUESTA 12

Se ha definido centralizar la estrategia en las radios con mayor alcance, difusión a nivel regional y nacional y con contenido agrícola. Como referencia están:

Radio Caravana, Luis Villegas Valencia, 0996147135 / 0979550919, campoadentro@hotmail.es

Radio Sucre, Javier Lopez, 0994570989

Radio CRE, Blanca Chiquito, 0993659637

Radio Viva, Jorge Basantes, 0981508417

Adicionalmente, en conjunto con el oferente se propone definir las radios comunitarias con mayor acogida según la zona rural en la que deseamos apuntar y ha priorizado el proyecto:

Guayas, El Oro, Los Ríos, Manabí, Esmeraldas, Loja, Carchi, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Cañar, Sucumbíos, Orellana.

En la propuesta se valorará las sugerencias y direccionamiento por parte del oferente para definir las frecuencias radiales en las que se pautará y priorizará. Recordando que el público objetivo al que va dirigido el proyecto (agrícola).

PREGUNTA 13

¿A qué se refiere con actualización del plan de medios de acuerdo al análisis de la consultoría previa?

RESPUESTA 13

Armar el plan de medios de acuerdo a la información de las radios enviadas en la pregunta 12 de esta nota aclaratoria. En la consultoría se hizo un ejercicio general de medios, entre ellos radios y redes sociales. Se refiere a la actualización de las radios y redes sociales.

PREGUNTA 14

Plan de carteleras digitales: Debemos saber cuánto antes los 20 sitios donde se llevarán a cabo los talleres para identificar qué pantallas tenemos en esos puntos.

RESPUESTA 14

Referirse a la pregunta 7

PREGUNTA 15

Para el plan de redes sociales, especificar las redes sociales, ¿durante cuánto tiempo?, se va a pagar por la pauta? va a ser necesaria la creación de una fun page para la campaña?

RESPUESTA 15

Las redes sociales en las cuales se va a publicar más no pautar, son redes de AGROCALIDAD, MAE, MAG, MSP, entre otras. Para estas redes sociales se necesita la creación y adaptación de contenidos.

PREGUNTA 16

¿En el equipo mínimo de trabajo, una persona puede cumplir dos funciones?

RESPUESTA 16

No, debe ser una persona por perfil profesional.

PREGUNTA 17

Definición de la muestra (13 ciudades)

- 1) ¿Quién selecciona las 13 ciudades destinatarias de la campaña y bajo qué criterio se hará?

RESPUESTA 17

Las ciudades han sido definidas por el PNGQ y son las descritas en la pregunta 7.

PREGUNTA 18

Material Grafico

- a. Se solicita material para distribuidores y pequeños comerciantes (30 roll ups y 1000 adhesivos full color A3) pero no existe ninguna actividad requerida destinada a este grupo objetivo. ¿Debemos plantear una estrategia de acercamiento y trabajo con el sector o simplemente entregar el material al PNUD?
- b. Si se excluyen las grandes ciudades del muestreo, no creemos que existan 1000 comercios especializados en agroquímicos en las 13 ciudades a intervenir. Para qué se van a usar los 1000 adhesivos full color A3?
- c. ¿Cómo y para qué se piensa utilizar los 1000 afiches en papel natural?
- d. ¿Que consideran "papel natural"? (vegetal, reciclable, no adhesivo, etc.)

RESPUESTA 18

- a. Entregar el material al PNUD/PNGQ.
- b. Parte de este material será distribuido en los talleres y otra parte por el PNUD en almacenes.
- c. El PNUD/PNGQ distribuirá este material en almacenes, instituciones y empresas relacionadas al rubro agroquímicos.
- d. Papel reciclado

PREGUNTA 19

Material audiovisual

1. Según el boceto de guion presentado por la consultora anterior no comprendemos el requerimiento de seis actores para la filmación del mismo. Favor especificar
2. Favor definir las especificaciones técnicas para el video-caso.
3. El video de 45" con qué resolución debe realizarse.

RESPUESTA 19

1. Los actores no son únicamente para la filmación son para la producción fotográfica de afiches (tres diseños).
2. Se debe plantear un video que cuente todo lo que se realizó en la campaña, lecciones aprendidas, donde se observe la transversalización del enfoque de género y que acompañe al estudio de caso del Producto 3 para que pueda ser diseminado a nivel nacional, regional y mundial. Tiempo del video no mayor a 5 minutos.
3. Formato para TV, alta resolución.

PREGUNTA 20

Material promocional

¿Las camisetas y las gorras cómo van a distribuirse? ¿Bajo qué criterio de focalización lo pensaron?

RESPUESTA 20

Las camisetas y gorras se distribuirán una parte directamente a los participantes en los talleres y otra parte será entregada en almacenes de venta y distribución de agroquímicos. Se coordinará con la empresa adjudicada la entrega de este material.

PREGUNTA 21

Campaña

- a. Características del pautaaje en Radio (número de emisoras por ciudad o emisoras nacionales. Horario. Frecuencia de repetición y duración de la campaña). De acuerdo a lo expresado en la reunión del 1 de julio, el PNUD requería un asesoramiento en este rubro, sin embargo, resulta muy difícil realizar una propuesta que resulte eficiente para los objetivos planteados sin contar con un presupuesto referencial o características mínimas esperadas. Por favor dar definiciones básicas.

- b. Características del pautaaje del video. Haría falta definir el alcance mínimo del spot publicitario, por si hay que presupuestar copias de distribución, pagos para aparecer en pantallas, etc.
- c. ¿La realización de los talleres puede hacerse con estudiantes de educación básica y/o bachillerato?

RESPUESTA 21

- a. No existe un presupuesto referencial para ninguna de las empresas, todas deben presentar su propuesta con base en el análisis de las radios más idóneas y presentadas en la pregunta 7.
- b. Se ha planteado una posibilidad de pauta en pantallas de terminales terrestres (pagada), no se pautará en Tv abierta, y se utilizará en los talleres, el video será distribuido a las instituciones aliadas (MAE, MSP, Agrocalidad) para que ellos lo usen en sus propios medios.
- c. Favor referirse a los TDR - Producto 1 - "Diseño gráfico, producción audiovisual y material didáctico".

PREGUNTA 22

Es necesario contar lo antes posible con la información de contacto con la Revista Elé, o aquella que hayan definido, para cotizar los 500 ejemplares.

RESPUESTA 22

El contacto con la revista Elé es el Sr. Alejandro Bustos, celular +593 99 822 7536.
Se debe cotizar 500 ejemplares más una publicación de una página.

PREGUNTA 23

Tiempo de demora en aprobación interinstitucional de propuesta y artes: ¿existe un plazo límite definido para cuidar los tiempos y encadenamientos previstos?

RESPUESTA 23

Según lo descrito en el punto 6 de los términos de referencia, los tiempos de aprobación y revisión no se contabilizan como tiempo de la empresa. Una vez entregados los productos para su revisión y aprobación, se da un plazo de 10 días a las instituciones involucradas y después de esto la agencia contratada tiene un plazo de tres días para presentar las correcciones o cambios solicitados.

PREGUNTA 24

No existe actividad prevista para el grupo objetivo Productores. ¿Podemos incluir alguna o queda a cargo de PNUD?

RESPUESTA 24

No existe una actividad específica, pueden incluir una actividad para el grupo objetivo "Productores".

Atentamente le saluda,

Unidad de Adquisiciones
PNUD