

**REPÚBLICA DE COLOMBIA
PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO PNUD**

**DOCUMENTO DE RESPUESTAS SOLICITUD DE ACLARACIONES EFECTUADAS
POR ESCRITO POR POSIBLES PROPONENTES.**

PROCESO 2014 - 5163 PARA EL OBJETO DE: "Producción de piezas de comunicación partiendo de un mensaje sombrilla y visuales de referencia aprobados para el desarrollo de una campaña de prevención del consumo de sustancias psicoactivas"

A continuación se transcriben las observaciones y respuestas a las Solicitudes de aclaración efectuadas por escrito por posibles proponentes y las realizadas en la audiencia de aclaraciones del 21 de abril de 2014:

OBSERVACIÓN No. 1. Quiero saber de dónde puedo tener acceso al mensaje "sombrilla" al que se refieren, texto y Subtexto para poder dar comienzo a la creación de la propuesta

RESPUESTA

Para presentarse a la licitación no es necesario conocer el mensaje sombrilla, ya que la propuesta a evaluar será una propuesta metodológica. La propuesta creativa es un producto a entregar por parte de la agencia que gane la licitación. El mensaje sombrilla sólo será comunicado al proveedor seleccionado.

OBSERVACIÓN No. 2. . En el documento se menciona que el producto final de este proceso, debe ser:

- 1 comercial de TV.
- 4 cuñas de radio.
- 4 gráficas para medios impresos y digitales.

Estas piezas deben partir de un mensaje "sombrilla", el cual a su vez sale de una plataforma estratégica desarrollada por Ustedes y que tiene un texto y un subtexto aprobados ¿Cuál es la plataforma estratégica, el mensaje sombrilla, el texto y subtexto aprobados de la campaña sobre el cual debemos trabajar?

RESPUESTA

La plataforma estratégica, el mensaje sombrilla, el texto y subtexto serán necesarios para el desarrollo de la propuesta creativa. No son insumos necesarios para la formulación de la propuesta metodológica, que es la que se solicita para participar de la licitación. El proveedor seleccionado conocerá todos esos materiales.

OBSERVACIÓN No. 3. . ¿Esta campaña tiene guiones Creativos desarrollados para el concepto aprobado o es responsabilidad del Proponente desarrollar guiones y gráficas según el concepto entregado?

RESPUESTA

Es responsabilidad de la agencia que gane la licitación. Como indican los Términos de Referencia en el apartado "Resultados esperados, productos a entregar e informes", el proveedor seleccionado, como parte de la actividad 1,

deberá entregar, entre otros, un paquete de desarrollo de contenidos que incluye sinopsis, escaleta, Story Board y guión de cada producto objeto del contrato según plataforma de comunicación.

OBSERVACIÓN No. 4. ¿Los plazos que listo a continuación son correctos?

- Fecha de entrega de la propuesta: 7 de mayo de 2014.
- Fecha de entrega de guiones y cronograma de ejecución: 30 días hábiles después de firma del contrato.
- Fecha de entrega de los comerciales, cuñas y gráficas producidas: 60 días hábiles después de firma del contrato.

RESPUESTA

La fecha límite para la entrega de propuestas es el 7 de mayo de 2014 hasta las 3:00 p.m. La contratación tendrá una duración de dos (2) meses. A partir de la fecha de firma del contrato con la agencia seleccionada en la licitación, se contarán 30 días calendario para la entrega del producto 1 y 60 días calendario para la entrega de los productos 2, 3 y 4. Las especificaciones de los productos están descritas en el apartado "Resultados esperados, productos a entregar e informes".

OBSERVACIÓN No. 5. En el aparte de "Conflictos de Interés" se solicita consultar si hay algún conflicto de este tipo por parte de la agencia, antes de iniciar el proceso. Quiero preguntar dado que no nos queda muy claro en el texto ¿Tiene XXXXXX XXXX un conflicto de interés con este proyecto por estar actualmente trabajando en proyecto de la campaña por la paz de la ONU?

RESPUESTA

Lo relacionado a conflicto de intereses se indica en la Sección: Instrucciones a los Proponentes, literal A – Aspectos Generales, Numeral 5. Por lo anterior si la empresa XXXXXX XXXX, no se encuentra inmersa en algunos de los literales allí expuestos no tendrá conflicto de interés.

OBSERVACIÓN No. 6. A que se refieren al mensaje "sombriilla"

RESPUESTA

Un mensaje sombrilla agrupa o ampara la necesidad de comunicación de múltiples entidades para transmitir un mensaje unificado. Se trata de un elemento de comunicación (frase, imagen, ícono...) del que pueden participar entidades con distintos enfoques pero objetivos en común. El mensaje sombrilla y visuales de referencia aprobados para el desarrollo de una campaña de prevención del consumo de sustancias psicoactivas serán compartidos con la agencia que gane la licitación.

OBSERVACIÓN No. 7. Ustedes nos suministran el mensaje o nosotros tenemos que crearlo e incluirlo en la propuesta.

RESPUESTA

El mensaje sombrilla y los visuales de referencia para el desarrollo de una campaña de prevención del consumo de sustancias psicoactivas ya están creados y serán compartidos con la agencia que gane la licitación. El mensaje sombrilla tiene un texto y un subtexto y fue desarrollado a partir de una

plataforma estratégica que igualmente se compartirá con el proveedor seleccionado.

OBSERVACIÓN No. 8. Referente al numeral 28 de la Hoja de datos: Certificado de Calidad y Certificación de Cumplimiento Ambiental.

¿En caso de que la empresa no tenga este certificado puede participar? ¿En caso de poder participar que tanto afecta en la puntuación o selección de la empresa?

RESPUESTA

El aporte del Certificado de Calidad y de Certificados de Cumplimiento Ambiental no es obligatorio para participar de este proceso de licitación en concreto ni afecta la puntuación para la selección del proveedor.

OBSERVACIÓN No. 9. La propuesta metodológica a ser analizada debe incluir piezas gráficas y audiovisuales según el numeral 3 de los Términos de Referencia.

¿Estas piezas son específicamente de bien social?

RESPUESTA

El proponente será evaluado como agencia y como equipo de trabajo. Como agencia, uno de los requisitos es presentar como mínimo dos (2) contratos ejecutados en los últimos cinco (5) años que reflejen la experiencia en la producción de campañas de comunicación con énfasis social y de bien público. Las piezas que acompañen este requisito sí deben ser específicamente de bien social. Entiéndase bien social como campañas de productos NO comerciales que pretenden cambiar un hábito o comportamiento o que promulgan un estado de bienestar no aportado por un bien material.

OBSERVACIÓN No. 10. ¿El numeral 9 establece que se analizará la capacidad financiera de la firma, solicitamos aclarar cuáles serán los criterios calificables, liquidez, endeudamiento, etc.?

RESPUESTA

Los proponentes deberán adjuntar a su oferta el último informe financiero auditado año 2013 de acuerdo con lo indicado en la Hoja de Datos numeral 26. No están establecidos dentro del pliego de invitación criterios calificables, sin embargo el comité evaluador en su momento, analizará la capacidad financiera de las firmas con el fin de determinar si cuentan con la capacidad necesaria para la ejecución el contrato en caso de ser seleccionada.

OBSERVACIÓN No. 11. ¿En la hoja de datos numeral 28, se indica la solicitud del certificado de calidad y cumplimiento ambiental, entendemos que el mismo es obligatorio?

RESPUESTA

No es obligatorio. Ver respuesta a observación No. 8

OBSERVACIÓN No. 12. ¿En el punto 2.4 del Formulario Información del Proponente, el año de registro se refiere a cuando la empresa fue registrada ante la Cámara de Comercio?

RESPUESTA

Sí, se debe indicar la fecha de constitución de la firma.

OBSERVACIÓN No. 13. ¿La capacidad financiera: Este punto es la autenticación de la declaración de renta que se presenta ante la DIAN?

RESPUESTA

Ver respuesta a observación No. 10.

OBSERVACIÓN No. 14. ¿En el Formulario de Propuesta Técnica Sección 6, Mecanismos de garantía de calidad técnica, favor explicar este punto que no es claro para nosotros?

RESPUESTA

La propuesta metodológica debe incluir los detalles de los mecanismos internos de examen de que dispone el Proponente para garantizar la calidad técnica en el desarrollo del objeto de la contratación en caso de ser adjudicado.

OBSERVACIÓN No. 15. ¿En el Formulario de Propuesta Técnica Sección 6, Riesgos y medidas de mitigación, favor explicar este punto que no es claro para nosotros?

RESPUESTA

La propuesta metodológica debe describir los riesgos potenciales para la implementación de este proyecto que pueda afectar al logro y la terminación oportuna de los resultados esperados, así como su calidad, y debe describir las medidas que se adoptarán para mitigar estos riesgos en caso de ser adjudicado.

OBSERVACIÓN No. 16. Claridad sobre la inhabilidad de socios/accionistas comunes con otras entidades participantes ¿Qué tan flexible es el tema?

RESPUESTA. Este tema no es flexible y de existir inhabilidad de este tipo no es subsanable.

OBSERVACIÓN No. 17. Confirmación de exigencia de matrícula profesional del equipo asignado al proyecto. ¿Es necesaria?

RESPUESTA

Dada la naturaleza del equipo de trabajo necesario para desarrollar los productos de esta licitación, no es necesario aportar matrícula profesional. Sin embargo, sí se debe certificar la experiencia y la formación profesional con otros soportes como diploma, acta de grado, contratos anteriores, certificados laborales, etc.

OBSERVACIÓN No. 18. ¿Hay un presupuesto fijo, mínimo o techo para el proyecto?

RESPUESTA

De acuerdo con las normas y procedimientos del PNUD, no es posible informar el presupuesto asignado a este proyecto, teniendo en cuenta además que es un factor de evaluación.

OBSERVACIÓN No. 19. ¿Se debe estimar el coste de producción de cada uno de los productos a entregar? ¿Sin conocer real como se define la creatividad?

RESPUESTA

El proponente debe estimar los costes de producción de las piezas de comunicación a entregar a partir de sus experiencias anteriores y de campañas similares que hayan sido emitidas/publicadas en el país.

OBSERVACIÓN No. 20. ¿Hay alternativa de presentar, como complemento, un plan de medios estimado?

RESPUESTA

El plan de medios no es un requisito para participar del proceso de licitación ni es un producto del contrato. El plan de medios se definirá en el momento oportuno en función de las piezas de comunicación logradas.

OBSERVACIÓN No. 21. ¿Se pueden sumar experiencias en la unión temporal o consorcio?

RESPUESTA

Sí es posible sumar las experiencias de la firma que conformen un Consorcio o Unión Temporal siempre y cuando cumplan con los requisitos mínimos establecidos en el documento de invitación y se adjunten los soportes requeridos.

OBSERVACIÓN No. 22. ¿El 7 de mayo de 2014, es una entrega de estructura y requisitos jurídicos?

RESPUESTA

Las instrucciones de entrega de las ofertas están establecidas en la Hoja de Datos adjunta al documento de invitación. Los documentos a entregar están relacionados en la Hoja de Datos, numerales 26, 27 y 28 y deben corresponder a los requisitos establecidos en los Términos de Referencia.

OBSERVACIÓN No. 23. ¿Hay condiciones especiales para una Unión Temporal o Consorcio?

RESPUESTA

Las condiciones establecidas para la presentación de ofertas por medio de Unión Temporal o Consorcio están establecidas en la Sección 2: Instrucciones a los Proponentes, literal C. PREPARACIÓN DE LAS PROPUESTAS, numeral 19. Joint ventures, consorcios o asociaciones.

OBSERVACIÓN No. 24. ¿Se podría pensar en una presentación de idea creativa para que todas las agencias participemos en las mismas condiciones?

RESPUESTA

Recibir propuestas creativas dentro del proceso de licitación implicaría hacer público el mensaje sombrilla y los visuales de referencia aprobados por las entidades involucradas en la campaña de prevención. El mensaje sombrilla es confidencial hasta el lanzamiento de la campaña y por lo tanto los proponentes no tendrían el elemento principal para el desarrollo de la propuesta creativa.

OBSERVACIÓN No. 25. ¿Podemos acceder al concepto sombrilla?

RESPUESTA

El mensaje sombrilla es confidencial hasta el lanzamiento de la campaña y será compartido con la agencia que gane la licitación para que pueda desarrollar la propuesta creativa.

OBSERVACIÓN No. 26. ¿Cuáles son los entregables para el 7 de mayo?

RESPUESTA. Ver respuesta a observación No. 22.

OBSERVACIÓN No. 27. ¿Qué tipo de certificaciones deben demostrar la experiencia de la agencia con campañas de bien público?

RESPUESTA

Para certificar experiencia en la producción de campañas de comunicación con énfasis social y de bien público es necesario presentar mínimo dos (2) contratos ejecutados en los últimos cinco (5) años cuyo objeto haya sido una campaña de bien público y que vengan acompañados de al menos cuatro (4) piezas de comunicación producidas para esas campañas.

OBSERVACIÓN No. 28. En el numeral 8 de los Términos de Referencia, experiencia adicional, ustedes solicitan en la bajada de campaña de comunicación a partir de un mensaje sombrilla. En sí no existen certificaciones textualmente "Mensaje sombrilla". ¿Es posible ampliar este concepto?

RESPUESTA

Para certificar experiencia en la bajada de campañas de comunicación a partir de un mensaje sombrilla es necesario presentar mínimo dos (2) contratos ejecutados en los últimos cinco (5) años cuyo objeto haya sido plasmar en piezas de comunicación un ícono, frase o elemento sombrilla. Si el objeto del contrato no especifica "mensaje sombrilla", se debe incluir una descripción detallada que justifique por qué ese contrato cumpliría con el requisito exigido en la licitación. Si el proponente ha desarrollado una campaña integral que pasó por la conceptualización de un mensaje sombrilla y luego se plasmó en piezas de comunicación, puede incluir el contrato con una justificación que permita vincularlo al requisito.

OBSERVACIÓN No. 29. Cuadro horario del personal: ¿En este punto hay algún ejemplo como les gustaría que lo presentemos?

RESPUESTA

Es a discreción de cada proponente la forma de presentación. Sin embargo, se debe tener en cuenta lo establecido en la Sección 6. Formulario de Propuesta Técnica, Sección 3 Personal, numeral 3.2 Cuadro horario del personal.

OBSERVACIÓN No. 30. Calificaciones del personal clave: ¿En este punto hay un formulario donde indica escribir unos datos, estos datos serían de Laberinto o el nombre del director que va a dirigir el comercial, o el representante legal de Laberinto? ¿Podrías indicarme que debo escribir en esa parte?

RESPUESTA

El formato debe ser diligenciado con cada una de las personas establecidas en los Términos de Referencia numeral 10 - EQUIPO DE TRABAJO MÍNIMO REQUERIDO.

OBSERVACIÓN No. 31. ¿Dentro de la propuesta técnica les gustaría una propuesta concreta del creativo para la parte gráfica, radio y comerciales? y ¿también una propuesta del director para el comercial?

RESPUESTA

La propuesta debe incluir información metodológica en la que se puede agregar estrategias para el desarrollo de las piezas de comunicación. Sin embargo, al no conocer el mensaje sombrilla, el proponente no cuenta con el elemento base para la propuesta creativa, por lo que una propuesta en ese sentido no tendría valor.

OBSERVACIÓN No. 32. En el pliego se menciona que ya existe un mensaje sombrilla aprobado, ¿en qué momento nos comparten esta información?

RESPUESTA

El mensaje sombrilla y los visuales de referencia aprobados serán compartidos únicamente con el proponente que gane la licitación para la formulación de la propuesta creativa (actividad 1 del contrato).

OBSERVACIÓN No. 33. De acuerdo al mensaje sombrilla, ¿se debe desarrollar una idea creativa que se aplica a un comercial y cuatro cuñas?

RESPUESTA

La actividad 1 del contrato es el desarrollo de la idea creativa basada en el mensaje sombrilla, es decir, que traslade el concepto a una propuesta de contenidos para televisión (1 anuncio), radio (4 cuñas) y medios visuales impresos y digitales (4 gráficas).

OBSERVACIÓN No. 34. En la página 30 del pliego en el ítem número 2 solicitan un "informe de logueado y transcripción del bruto" por favor aclarar qué es este documento.

RESPUESTA

El informe de *logueado* y transcripción del bruto es un documento que incluye la información de tiempo, transiciones y cortes, y la descripción de los contenidos en imágenes y voz del total de grabación (producción no editada).

OBSERVACIÓN No. 35. En la página 30 del pliego en el ítem número 3 se solicita "dos copias en SCAD correctamente etiquetadas de las 4 piezas radiofónicas", por favor aclarar qué es SCAD

RESPUESTA

La actividad 3 relaciona un entregable en formato SACD. Esta sigla traduce Super Audio Compact Disc. Se trata de un formato de disco compacto cuya forma de grabación permite tener una calidad sonora superior a la de los discos compactos tradicionales ya que es un híbrido CD-DVD.

OBSERVACIÓN No. 36. En la página 30 del pliego en el ítem número 4 se solicita "una muestra impresa en A0 de cada pieza gráfica definitiva", por favor aclarar qué es A0.

RESPUESTA

A0 es una medida DIN de la serie A. A0 es el formato de referencia de esa serie cuya superficie mide 1m² (841 mm de ancho x 1189 mm de largo).

OBSERVACIÓN No. 37. En Instrucciones de los proponentes, hoja de datos, numeral 28, ref. de instrucciones C.15, se solicita entre otros: Certificado de calidad (ej. ISO) y Certificados de cumplimiento ambiental. ¿En caso que la empresa no tenga estos

certificados puede participar? ¿En caso de poder participar, que tanto afecta en la puntuación o selección a la empresa que no los tenga?

RESPUESTA

En caso de no tenerlos, la firma sí puede participar y no afecta la calificación del proponente. Ver respuesta a observación No. 8.

OBSERVACIÓN No. 38. En Términos de referencia, sección C. Alcance de los servicios, resultados esperados y conclusión de objetivo., Numeral 3. Responsabilidades del contratista, ítem a) Formular una propuesta creativa para desarrollar en contenidos (caracterización de personajes, escritura de guiones y composición gráfica) el mensaje sombrilla de la campaña de prevención (...)

¿El mensaje sombrilla al que hace referencia ya está creado y es entregado por la UNOCD?

RESPUESTA

El mensaje sombrilla ya está creado y se compartirá únicamente con la agencia que gane la licitación. Ver respuesta a observación No. 7.

OBSERVACIÓN No. 39. En Términos de referencia, sección C. Alcance de los servicios, resultados esperados y conclusión de objetivo., Numeral 3. Responsabilidades del contratista, Título: La propuesta metodológica a ser analizada deberá incluir., Ítem e) Muestra de al menos una (1) pieza audiovisual, una (1) pieza radiofónica y una (1) pieza gráfica producidas por la agencia que resultaron de la bajada de una campaña a partir de un mensaje sombrilla. Incluir proceso metodológico. ¿Estas piezas son específicamente de Bien social?

RESPUESTA

Las piezas que deben ser específicamente de bien social son las que demuestren la experiencia en la producción de campañas de comunicación con énfasis social y de bien público. Para demostrar experiencia en la bajada de campañas de comunicación a partir de un mensaje sombrilla no es necesario que las piezas sean de bien social.

OBSERVACIÓN No. 40. En Términos de referencia, sección C. Alcance de los servicios, resultados esperados y conclusión de objetivo., Numeral 3. Responsabilidades del contratista, Título: La propuesta metodológica a ser analizada deberá incluir., Ítem f) Cuatro (4) ejemplos de anuncios de campañas de bien social producidos por la agencia para televisión, radio, prensa y/o plataformas digitales.

¿Estos anuncios pueden ser parte de los presentados como certificación de experiencia mínima?

RESPUESTA

Sí, hace parte del mismo requisito mínimo de demostrar experiencia específica en la producción de campañas de comunicación con énfasis social y de bien público.

OBSERVACIÓN No. 41. En Términos de referencia, sección C. Alcance de los servicios, resultados esperados y conclusión de objetivo., Numeral 4. Resultados esperados, productos a entregar e informes. Ítem 1) Desarrollo de la idea creativa basada en el mensaje sombrilla, es decir que traslade el concepto a una propuesta de contenidos para

televisión, radio y medios visuales impresos y digitales. Entregable d) Plan de rodaje, grabación y composición gráfica para los productos objeto del contrato según plataforma de comunicación. ¿Cómo se determina si la pieza audiovisual requiere plan de rodaje o grabación sin conocer el mensaje sombrilla? ¿Es decir, puede ser una pieza en post-producción que no requiera de esto?

RESPUESTA

La pieza audiovisual requiere plan de rodaje. La pieza radiofónica requiere plan de grabación. No existen piezas en post-producción. El primer producto en la ejecución del contrato es el desarrollo de una idea creativa basada en el mensaje sombrilla. El mensaje sombrilla lo conocerá la agencia que gane la licitación para poder desarrollar la idea creativa y posteriormente el plan de rodaje, grabación y composición gráfica de las piezas.

OBSERVACIÓN No. 42. En Términos de referencia, sección C. Alcance de los servicios, resultados esperados y conclusión de objetivo., Numeral 4. Resultados esperados, productos a entregar e informes. Ítem 2) Desarrollo de una (1) pieza audiovisual de carácter persuasivo basada en el mensaje sombrilla con una duración de entre veinte (20) y treinta (30) segundos y en línea con los estándares para su difusión en televisión nacional pública y privada. Entregable c) Una (1) copia en Pro-red HD correctamente etiquetada de la pieza audiovisual descrita. A que hace referencia con una copia Pro-Red HD, teniendo en cuenta que Pro-Red es una referencia de cámara de vídeo.

RESPUESTA

Fe de Erratas. Los pliegos se refieren a un entregable en Pro-res HD. Pro-res es un codec de producción y edición creado por Apple para el flujo de trabajo en Final Cut.

OBSERVACIÓN No. 43. ¿Existe algún presupuesto estimado para la realización de esta solicitud?

RESPUESTA. De acuerdo con las normas y procedimientos del PNUD, no es posible informar el presupuesto asignado a este proyecto, teniendo en cuenta además que es un factor de evaluación.

OBSERVACIÓN No. 44. En Términos de referencia, sección C. Alcance de los servicios, resultados esperados y conclusión de objetivo., Numeral 3. Responsabilidades del contratista, Ítem i) Incluir y tramitar la codificación de la pieza audiovisual objeto del contrato en los canales privados de comunicación. ¿A que hace referencia este punto exactamente?

RESPUESTA

Los canales de televisión de Colombia exigen una codificación de las piezas audiovisuales de acuerdo a su señal. El proveedor elegido tendrá que incluir y tramitar esa codificación en el anuncio para televisión.

OBSERVACIÓN No. 45. ¿En el punto 15.3 de la solicitud de propuesta se habla de confirmar la intención de participar en presentar la propuesta, hay que inscribirse para participar? ¿Hay que enviar algún documento? o ¿por este medio estamos confirmando nuestra participación en el proceso?

RESPUESTA

La solicitud de propuesta n° 2014-5163 es una invitación abierta con unas condiciones específicas para la presentación de la propuesta. La entrega de la documentación en el plazo establecido confirma la intención de participar.

OBSERVACIÓN No. 46. Respecto a la Garantía de Ejecución: Entendemos que la garantía de Ejecución solamente es para cuando se suscribe el contrato, es decir, para el proponente adjudicado. ¿Es así? Solicitamos a ustedes reconsiderar la Garantía de Ejecución, debido a los costos que implica sacar una Garantía bancaria. Quisiéramos sugerir que a cambio, se solicite una Póliza de Cumplimiento emitida por una aseguradora de trayectoria en el mercado colombiano. La diferencia en precio de las anteriores es bastante grande.

RESPUESTA

La garantía de ejecución será solicitada únicamente a la firma adjudicataria y es de carácter obligatorio para la legalización de la contratación y no es posible aceptar la póliza de seguros.

OBSERVACIÓN No. 47. ¿El territorio donde se van a pautar las piezas de comunicación es solamente Colombia?

RESPUESTA

El Plan de Medios no se fijará hasta tener las piezas de comunicación de la campaña de prevención del consumo de drogas. Hasta entonces no se definirá el(los) territorio(s) donde se van a pautar.

OBSERVACIÓN No. 48. ¿Para cotizar la producción de los comerciales, incluyendo realización y postproducción, hacen falta muchas variables a considerar como: costos de derechos de terceros, serán producidos en Bogotá?, no tendrán más de xx horas de estudio, locaciones, etc.: por lo tanto solicitamos que este rubro sea excluido de la evaluación ya que no podrán hacer comparativos objetivos al respecto.

RESPUESTA

El proponente debe estimar los costes de producción de las piezas de comunicación a entregar a partir de sus experiencias anteriores y de campañas similares que hayan sido emitidas/publicadas en el país.

OBSERVACIÓN No. 49. Equipo de Trabajo: Favor excluir de la experiencia de cada posición, la experiencia demostrable con el book para los cargos que no son creativos. En su lugar sugerimos incluir un resumen de su hoja de vida y sus cargos o su trayectoria profesional.

RESPUESTA

El equipo de trabajo mínimo requerido está compuesto por seis cargos que deben demostrar experiencia con piezas, diseños, guiones o propuestas de las que sean autores o ejecutores según el rol.

OBSERVACIÓN No. 50. La profesión del publicista es relativamente nueva. En nuestro caso tenemos directores que llevan más de 15 años de experiencia y que podrían hacer parte del grupo de trabajo, pero no son profesionales sino tecnólogos. ¿Es posible hacer el cambio de la Formación Académica? De lo contrario es gente de poca experiencia la que podríamos proponer, cuando tenemos gente de mayor trayectoria en el área publicitaria.

RESPUESTA

Ver Adenda No. 1.

OBSERVACIÓN No. 51. Se cotizarán los valores más IVA aplicable, entendiendo que los fondos son pagados a través de las Naciones Unidas y que con la resolución de la Dian de la exención del impuesto podremos subsanar.

RESPUESTA

El Decreto 2076/92 en su artículo 21 excluye del pago de IVA los contratos por prestación de servicios firmados entre otros organismos, con el PNUD. Por lo tanto como el contrato que se firmara será de prestación de servicios este no genera IVA

OBSERVACIÓN No. 52. ¿El contrato que se piensa manejar es de mandato?

RESPUESTA

No, el contrato a manejar con la firma adjudicada es de prestación de servicios profesionales de acuerdo con el modelo adjunto en la sección 9 del documento de invitación.

OBSERVACIÓN No. 53. Estamos aplicando a la licitación No. 2014-5163 en la sección 4 formulario presentación de la propuesta dice: Indíquese nombre y dirección del/de la coordinador(a) del PNUD me pueden por favor enviar esta información.

RESPUESTA

El representante Residente del PNUD es el señor Fabrizio Hochschild y la dirección es Avenida Calle 82 No. 10 – 62 Piso 3. Bogotá, D.C.

OBSERVACIÓN No. 54. ¿Por medio de la presente solicitamos nos informen cual es el monto de inversión de esta licitación y hasta que horas tenemos plazo de enviar inquietudes?

RESPUESTA

De acuerdo con las normas y procedimientos del PNUD, no es posible informar el presupuesto asignado a este proyecto, teniendo en cuenta además que es un factor de evaluación. La fecha máxima para solicitud de aclaraciones es el 22 de abril de 2014 de acuerdo con lo establecido en el numeral 16 de la Hoja de Datos.

OBSERVACIÓN No. 55. Estamos interesados en presentar nuestra propuesta para el proceso en mención y nos gustaría nos confirmaran si podemos participar con personal que cumple con la experiencia solicitada, pero su título académico es técnico profesional, pues en los términos solicitan personal profesional.

RESPUESTA

Ver Adenda No. 1.

OBSERVACIÓN No. 56. El personal cuenta con toda la experiencia necesaria para el desarrollo de este tipo de requerimientos, pero en el año de su graduación (1993), la carrera de Diseño gráfico/publicista, no estaba catalogada como profesional.

RESPUESTA

Ver Adenda No. 1.

OBSERVACIÓN No. 57. A que se refieren al mensaje "sombrilla"

RESPUESTA

Un mensaje sombrilla agrupa o ampara la necesidad de comunicación de múltiples entidades para transmitir un mensaje unificado. Se trata de un elemento de comunicación (frase, imagen, ícono...) del que pueden participar entidades con distintos enfoques pero objetivos en común. El mensaje sombrilla y visuales de referencia aprobados para el desarrollo de una campaña de prevención del consumo de sustancias psicoactivas serán compartidos con la agencia que gane la licitación.

OBSERVACIÓN No. 58. Ustedes nos suministran el mensaje o nosotros tenemos que crearlo e incluirlo en la propuesta.

RESPUESTA

El mensaje sombrilla y los visuales de referencia para el desarrollo de una campaña de prevención del consumo de sustancias psicoactivas ya están creados y serán compartidos con la agencia que gane la licitación. El mensaje sombrilla tiene un texto y un subtexto y fue desarrollado a partir de una plataforma estratégica que igualmente se compartirá con el proveedor seleccionado.

OBSERVACIÓN No. 59. Somos una compañía de medios audiovisuales, enfocada en procesos para televisión cultural de corte documental, promoviendo y desarrollando ideas de carácter social en diferentes zonas del territorio nacional, sin embargo en nuestros archivos no tenemos piezas radiofónicas para adjuntar como muestra de acuerdo a los términos de referencia. Por lo tanto solicitamos permitarnos adjuntar la muestra audiovisual como prueba de nuestra experiencia, teniendo en cuenta que la locución profesional está presente en los off de los productos audiovisuales, lo que permitirá desarrollar las piezas radiofónicas cumpliendo sus requerimientos.

RESPUESTA

Los Términos de Referencia diferencian por productos las piezas audiovisuales de las piezas radiofónicas, por lo tanto es necesario demostrar experiencia específica en producción radiofónica.

OBSERVACIÓN No. 60. Solicitan experiencia específica "en la producción de campañas de publicidad con énfasis social y de bien público relacionadas con la prevención del consumo de drogas o en temas asociados (sexualidad, convivencia social, jóvenes, participación comunitaria, entre otros)", por lo tanto solicitamos que se permita la inclusión de experiencia en pre producción, producción y pos producción de documentales con contenido social.

RESPUESTA

Los Términos de Referencia indican experiencia en producción de campañas de publicidad ya que las piezas deben ser de carácter persuasivo y en formato anuncio. El formato documental no sigue las mismas características de los anuncios publicitarios y por lo tanto no pueden presentarse en este proceso licitatorio piezas documentales para demostrar la experiencia solicitada.

OBSERVACIÓN No. 61. En cuanto a la Garantía de Ejecución, aclarar si solo serán permitidas las Garantías bancarias y/o el cheque, o es posible que se presente una garantía emitida por una aseguradora.

RESPUESTA

La garantía de ejecución será solicitada únicamente a la firma adjudicataria y es de carácter obligatorio para la legalización de la contratación y no es posible aceptar la póliza de seguros.

OBSERVACIÓN No. 62. De acuerdo a los términos de referencia en la página 22 "Documentos que avalan la elegibilidad y las calificaciones del proponente" solicitan adjuntar entre otros documentos, certificado de Calidad y certificado cumplimiento ambiental. Sugerimos no exigir estos certificados, para que de esta manera permitan la participación de compañías que estamos interesadas en presentar una excelente propuesta.

RESPUESTA

Ver respuestas a observaciones No. 8 y 37.

OBSERVACIÓN No. 63. En la Sección 2 "Enfoque y plan de ejecución", solicitan mecanismos de examen de garantía de calidad técnica y riesgos y medidas de mitigación; sugerimos aclarar estos dos puntos para saber que esperan ustedes en la propuesta.

RESPUESTA

Ver respuestas a observaciones No. 14 y 15.

OBSERVACIÓN No. 64. En cuanto al equipo de trabajo mínimo requerido "la firma experta incorporará profesionales que cumplan con los perfiles requeridos para cumplir con los objetivos del contrato", ustedes exigen que las personas vinculadas al proyecto tengan el perfil de profesional, sin embargo sugerimos de manera respetuosa que permitan la vinculación de personal técnico profesional con experiencia en el campo, teniendo en cuenta que exigen experiencia demostrable.

RESPUESTA

Ver Adenda No. 1.

OBSERVACIÓN No. 65. La Entidad establece que la propuesta debe ser presentada en dos sobres, uno correspondiente a la propuesta técnica y otro correspondiente a la propuesta financiera, solicitamos aclarar si cuando la Entidad hace referencia a la propuesta financiera es la oferta económica

RESPUESTA

Sí, la propuesta financiera es la oferta económica de acuerdo con el Formulario de Propuesta Financiera de la Sección 7.

OBSERVACIÓN No. 66. La Entidad en la Hoja de Datos Numeral 26 ultima viñeta establece Certificaciones de experiencia de la firma, estas certificaciones son las mismas requeridas en el numeral 8 Experiencia mínima requerida de la firma.

RESPUESTA

Son las requeridas para certificar la experiencia mínima de la firma y también para la experiencia adicional según lo establecido en los criterios de adjudicación y evaluación de las propuestas.

OBSERVACIÓN No. 67. En la descripción del personal operativo adicional uno describe los actores adicionales que intervienen, solicitamos aclarar si se necesita presentar hoja de vida de estos actores adicionales. De igual manera solicitamos se nos indique que sucedería si en el transcurso de la operación hay que cambiar algún actor adicional, ¿existe alguna multa o cláusula de incumplimiento por esto?

RESPUESTA

No es necesario. Solamente deben ser descritos en la Sección 3. Personal, numeral 3.4. Listado del personal técnico operativo. Las hojas de vida las debe entregar solamente el proponente al cual se le adjudique el contrato. Cualquier cambio en el personal debe ser solicitado por el contratista y está sujeto a la aprobación del PNUD. No existe multa estipulada por este concepto.

OBSERVACIÓN No. 68. La experiencia específica de los TÉRMINOS DE REFERENCIA, literal 8 es la misma experiencia específica de los criterios de adjudicación del contrato de la página 25?

RESPUESTA

No son las mismas. La experiencia establecida en los Términos de Referencia es la mínima requerida por parte del proponente. La establecida en la página 25 es la experiencia adicional requerida para establecer la adjudicación y evaluación de las propuestas.

OBSERVACIÓN No. 69. ¿La Entidad tiene algún pool de actores, cantantes, personajes públicos que faciliten su imagen gratuitamente para reducir costos de la propuesta?

RESPUESTA

La Entidad no cuenta con un pool de actores, cantantes o personajes públicos que estén comprometidos a participar de esta campaña de prevención del consumo de drogas.

OBSERVACIÓN No. 70. En el numeral 9 se indican los Requisitos financieros de la firma, pero no se indican de manera clara los parámetros e indicadores que serán utilizados para realizar dicha calificación, por lo anterior y con la finalidad de conocer y evaluar claramente si la compañía cumple o no los criterios de la Entidad respecto a la capacidad financiera.

RESPUESTA

Ver respuesta a observación No. 10. Los proponentes deberán adjuntar a su oferta el último informe financiero auditado año 2013 de acuerdo con lo indicado en la Hoja de Datos numeral 26. No están establecidos dentro del pliego de invitación criterios calificables, sin embargo el PNUD analizará la capacidad financiera de las firmas con el fin de determinar si cuentan con la capacidad necesaria para la ejecución el contrato en caso de ser seleccionada.

OBSERVACIÓN No. 71. En la página 29 del pliego de condiciones se solicita

f) Cuatro (4) ejemplos de anuncios de campañas de bien social producidos por la agencia para

televisión, radio, prensa y/o plataformas digitales.

*Por favor aclarar si deben presentarse las piezas que se mencionan de 4 campañas diferentes o 4 piezas de una misma campaña.

RESPUESTA

Los pliegos indican cuatro (4) ejemplos de anuncios de campañas, es decir, cuatro (4) piezas de comunicación que pueden ser para televisión, radio, prensa o internet. Las cuatro (4) piezas no tienen que ser obligatoriamente de la misma campaña. Pueden ser de la misma campaña o de varias campañas.

OBSERVACIÓN No. 72. Para el equipo de trabajo requerido la experiencia debe ser específicamente en campañas de bien público, es decir 3 años de experiencia o 5 contratos que sean solamente en este campo?

RESPUESTA

Correcto, la experiencia solicitada para los miembros del equipo de trabajo es en campañas con énfasis social y de bien público. Léase campañas que promuevan un cambio de comportamiento o un estado de bienestar no alimentado por un bien material.

OBSERVACIÓN No. 73. Por favor aclarar cuáles deben ser las 4 piezas gráficas y o digitales y sus especificaciones, o si teneos la libertad de proponer cuáles serán estas piezas.

RESPUESTA

La agencia que gane la licitación deberá entregar como parte de los productos del contrato cuatro (4) piezas gráficas que tengan aplicación en medios impresos y digitales y que estén basadas en el mensaje sombrilla y los visuales de referencia aprobados. Hasta no conocer el mensaje sombrilla la agencia no podrá formular y desarrollar estas piezas. Las especificaciones dependen de la propuesta creativa que presente la agencia ganadora de la licitación.

**Un saludo cordial,
Abril 25 de 2014.**