



UNODC

Oficina de las Naciones Unidas
contra la Droga y el Delito

OFICINA DE LAS NACIONES UNIDAS CONTRA LA DROGA Y EL DELITO

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

OBJETO: Proceso "Contratar una (1) agencia integral de comunicación para promover la campaña de prevención del consumo de drogas a través de una estrategia de Relaciones Públicas, Comunicación Online y acciones BTL".

Octubre 02 de 2014

A continuación se **transcriben** las observaciones y respuestas a las Solicitudes de aclaración efectuadas por escrito por posibles proponentes.

OBSERVACION No. 1. En el documento se pide experiencia en el desarrollo de estrategias de comunicación integral a través de Relaciones Públicas, comunicación digital y acciones de BTL. Con esto quieren decir que debemos presentar campañas realizadas que contengan los 3 elementos o uno de ellos?.

RESPUESTA

La experiencia en el desarrollo de estrategias de comunicación integral a través de Relaciones Públicas, comunicación online y acciones BTL debe ser demostrable con contratos e informes de resultados de iniciativas o procesos que por lo menos hayan aplicado integralmente dos de esos elementos.

OBSERVACION No. 2. es con relación a las hojas de vida de los integrantes del equipo. Se piden certificaciones, peor no se especifican cuales. Tu me podrías por favor decir exactamente a que tipo de certificaciones se refieren?

RESPUESTA

Las certificaciones de trayectoria laboral o experiencia en la temática pueden ser contratos que especifiquen el nombre del (los) miembro(s) del equipo, certificados laborales, informes aprobados por cliente donde figure el organigrama de la agencia en el proyecto, book o compilado de producciones, oficios o pliegos de reconocimiento de clientes o asociaciones, o premios del sector.

OBSERVACION No. 3. ¿ El coordinador del evento también puede ser ofrecido por nuestra agencia?

RESPUESTA

El coordinador del proyecto es la persona delegada por la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito. El candidato al proceso debe proponer un coordinador o ejecutivo de cuentas que lidere el resto del equipo de la agencia y sea el punto focal para el coordinador del proyecto en todas las estrategias (Relaciones Públicas, comunicación online y acciones BTL, incluyendo el evento de lanzamiento).

OBSERVACION No. 4 ¿Cuanto dura el anuncio en TV y las cuñas de radio?

RESPUESTA

Tanto el anuncio para televisión como las cuatro cuñas de radio tienen una duración de 30 segundos con firmas. El anuncio para televisión tendrá una versión de 35 segundos con el cierre de la Autoridad Nacional de Televisión.

OBSERVACION No. 5 ¿Tienen estipulado un horario y frecuencia especifica para la transmisión del anuncio de tv y de las cuñas de radio?

RESPUESTA

La contratación de pauta es un proceso en construcción, pero efectivamente habrá un plan de medios en televisión nacional, radio nacional y local y medios digitales. Posterior al periodo de lanzamiento, las piezas se difundirán por código cívico.

OBSERVACION No. 6 ¿Qué especificaciones tiene el evento de lanzamiento?

RESPUESTA

El evento de lanzamiento debe atraer a prensa y a los principales actores del gobierno, las organizaciones de la sociedad civil y el sector educativo y de la salud. Debe ser un evento de carácter/impacto nacional. El proponente seleccionado deberá presentar un desarrollo específico y detallado para este evento.

OBSERVACION No. 7 ¿La agencia puede sugerir audiencias e ideas de BTL para el evento y para la gestión de prensa?

RESPUESTA

El candidato al proceso puede incluir propuestas metodológicas. El proponente seleccionado deberá sugerir modelos específicos de contacto con audiencias a través de Relaciones Públicas, comunicación online y acciones BTL.

OBSERVACION No. 8 En el punto de La bitácora el material (las fotografías y videos) son suministrados por el cliente?

RESPUESTA

El producto No. 2 (bitácora con la planeación, ejecución y memorias descriptivas, fotográficas y audiovisuales del evento de lanzamiento de la campaña y de la estrategia de comunicación online) es responsabilidad del proponente seleccionado, tanto en la construcción de los insumos como en su presentación.

OBSERVACION No. 9 La exigencia del personal es variable o tiene que ser exacta a la solicitud.

RESPUESTA

El personal mínimo exigido son los tres perfiles estipulados en los términos de referencia de la solicitud de propuesta, el no cumplir con este requisito mínimo inhabilita al oferente y queda descartado del proceso. El candidato puede incluir en su oferta más personal con o sin sobrecoste, sujeto a la evaluación de la propuesta económica.



UNODC

Oficina de las Naciones Unidas
contra la Droga y el Delito

OBSERVACION No. 10 Documento que contenga sistematización del proceso de formulación aclarar si es un archivo o un programa

RESPUESTA

Se trata de un documento que el proponente seleccionado debe entregar como producto de sus servicios para el cumplimiento del contrato. El documento debe contener la sistematización del proceso de formulación, implementación y evaluación (valoración cualitativa y comparativa de las apariciones en prensa y de las interacciones del público) de la estrategia integral de comunicación.

OBSERVACION No. 11 Dentro del equipo requerido, para los cargos de Planner y Community manager, se requieren personas graduadas en ciencias sociales y/o humanas, entendemos que las carreras como periodismo, comunicación social, psicología, publicidad y mercadeo, entre otras se encuentra en marcada dentro de esta categoría ¿Es correcta nuestra apreciación?

RESPUESTA

Los cargos de Planner y de Community Manager son para técnicos, tecnólogos o profesionales graduados en ciencias sociales y/o humanas, entre las que se incluye Ciencias de la Comunicación (periodismo, comunicación social, comunicación corporativa, comunicación para el desarrollo, relaciones públicas, marketing y publicidad, etc.)

OBSERVACION No. 12 De igual manera, respecto al equipo requerido solicitamos comedidamente ampliar el criterio, permitiendo la presentación de equipo de trabajo graduada en Ingeniería Industrial y administración, lo anterior en pro de la pluralidad de oferentes que permita a la ONUDC la escogencia de la oferta más ajustada a su necesidad y a la realidad del mercado.

RESPUESTA

La Administración se define como una ciencia social aplicada o tecnología social que tiene por objeto de estudio las organizaciones y la técnica encargada de la planificación, organización, dirección y control de los recursos. Por lo tanto, un técnico, tecnólogo o profesional en ciencias de la administración cumple los requisitos para aplicar como miembro del equipo.

OBSERVACION No. 13 Solicitamos comedidamente a la Entidad, publicar el Formato Listado de Precios en formato excell

RESPUESTA

Los formularios entregados por UNODC están desarrollados en formato Word, para brindarle la facilidad al oferente la manipulación de los mismos. Por lo tanto UNODC no administra estos formatos en formato Excel.

OBSERVACION No. 14 Nos pueden dar a conocer el slogan de la campaña de publicidad que estarán lanzando

RESPUESTA

El mensaje sombrilla de la campaña de prevención del consumo de drogas se encuentra blindado. Será comunicado al proponente seleccionado.

OBSERVACION No. 15 Presupuesto estimado para activaciones de BTL

RESPUESTA

UNODC no hace público el presupuesto a los posibles oferentes.

OBSERVACION No. 16 cuando se refieren a los inventarios de apariciones y documento de sistematización del proceso, son entregables de la licitación o hace para del trabajo que se desarrollaría una vez la agencia sea contratada

RESPUESTA

Los dos inventarios de apariciones en medios de la campaña de prevención del consumo de drogas conforman el producto No. 3 que debe entregar el proponente seleccionado como parte de su contrato. El documento de sistematización del proceso de formulación, implementación y evaluación de la estrategia integral de comunicación es el producto No. 4 que igualmente el proponente seleccionado debe entregar como parte de sus obligaciones.

OBSERVACION No. 17 En cuanto a la experiencia mínima requerida de la firma para participar, queríamos saber si dichas certificaciones son adicionales a las que se deben aportar para la evaluación técnica de la propuesta, es decir si estas experiencias aportan 10 puntos de los 30 posibles o si por el contrario solo sirven como requisito mínimo para presentarse

RESPUESTA

La experiencia mínima, demostrable con copia de los contratos e informes de resultados, es requisito para continuar en el proceso de selección. El puntaje se valora con los contratos adicionales a los solicitados como mínimos.

OBSERVACION No. 18 También quisiéramos que nos aclararan si dentro de un contrato marco de comunicaciones con un cliente se desarrollan varias campañas, se podría considerar cada campañas como experiencia una experiencia para aportar?

RESPUESTA

Un cliente puede haber contratado varias campañas con el candidato y cada una de esas campañas se valorará de manera particular si cumple con los requisitos y demuestra su implementación. Cada campaña debe tener un contrato o hacer parte de un solo contrato marco de continuidad.

OBSERVACION No. 19 ¿la comunicación en las diferentes piezas que nosotros generemos va ligada a un concepto que ustedes ya tienen? o nosotros generamos las piezas a partir de ese brief con el concepto que vayamos a desarrollar.

RESPUESTA

La campaña nacional de prevención del consumo de drogas tiene un mensaje sombrilla con unas aplicaciones en televisión, radio y visuales. La estrategia de comunicación integral debe ir en línea con ese concepto y no debe desligarse del mismo con mensajes alternativos.

OBSERVACION No. 20 ¿Cuanto tiempo va a estar en circulación esta campaña?



UNODC

Oficina de las Naciones Unidas
contra la Droga y el Delito

RESPUESTA

La campaña nacional de prevención del consumo de drogas tendrá un periodo corto de lanzamiento y después se sostendrá por código cívico hasta que el Gobierno Nacional desarrolle otra o decida sacarla de circulación. El acompañamiento a la campaña a través de una estrategia integral de comunicaciones tendrá una duración aproximada de un mes.

OBSERVACION No. 21 En caso de ser aceptada la propuesta nuestra Agencia desarrollaría el evento de lanzamiento, ¿es esto cierto?

RESPUESTA

El proponente seleccionado deberá formular, diseñar y desarrollar el evento de lanzamiento de la campaña. La propuesta económica no debe incluir costos de implementación del evento de lanzamiento (gastos de viaje/viáticos, alquiler de equipos, impresiones en gran formato, etc.)

OBSERVACION No. 22 Ya existe un plan de medios, ya se realizaron piezas como imagen y cuñas y nuestra agencia podría entrar a usar esas herramientas, pero nuestro Plan de Medios sería incidencia por Free Press, BTL ¿verdad?

RESPUESTA

La contratación de pauta es un proceso en construcción, pero efectivamente habrá un plan de medios en televisión nacional, radio nacional y local y medios digitales. Posterior al periodo de lanzamiento, las piezas se difundirán por código cívico. Las piezas de televisión, radio y visuales están en post-producción. Una vez se finalicen harán parte de los insumos para la agencia integral de comunicación (proveedor seleccionado) que diseñará, aplicará y dará seguimiento a las estrategias de Relaciones Públicas y Free Press, comunicación online y acciones BTL para acompañar la campaña.

OBSERVACION No. 23 ¿Para hacer el clipping de la campaña contaremos con la información total de la misma? Ya que requeriríamos el plan de medios para el rastreo de las publicaciones.

RESPUESTA

El proveedor seleccionado tendrá acceso a la información de pauta contratada, pero además de las apariciones por plan de medios deberá rastrear y sistematizar las apariciones por free press que gestione en la estrategia de Relaciones Públicas, las interacciones en medios digitales que gestione en la estrategia de comunicación online y otros clippings de la campaña.

OBSERVACION No. 24 Por RSE= Responsabilidad Social Empresarial, ¿Qué tipo de incidencia esperan? ¿Llegar a las empresas? ¿Que apoyen la difusión de los mensajes? ¿Lograr un artículo por Free Press en medio especializado de RSE?

RESPUESTA

La estrategia de RSE debe ser integral y será formulada por el proveedor seleccionado para aprobación del cliente. Debe incluir apoyo a la difusión de la campaña por parte de entidades públicas, privadas y mixtas, compromiso con la prevención del consumo de drogas, divulgación por free press o campaña institucional interna o externa y otras modalidades de respaldo que sugiera el proveedor.

OBSERVACION No. 25 ¿Cuál es el slogan, concepto o enfoque principal de la campaña?. Esto a fin de proponer actividades enfocadas en esta y no desviarnos del objetivo de las UNODC Colombia.

RESPUESTA

La campaña nacional de prevención del consumo de drogas tiene un mensaje sombrilla con unas aplicaciones en televisión, radio y visuales. El mensaje sombrilla se encuentra blindado. Será comunicado al proponente seleccionado para la formulación de la estrategia integral.

OBSERVACION No. 26 Las piezas publicitarias descritas en el documento (1 de TV, 4 de radio y 4 visuales para impresos y/o digitales), son para pautar?. De ser así, para cotizar, quisiéramos saber si es posible conocer estas piezas o por lo menos tamaños y duración de las mismas.

RESPUESTA

La contratación de pauta es un proceso en construcción, pero efectivamente habrá un plan de medios en televisión nacional, radio nacional y local y medios digitales que se está gestionando en un proceso ajeno a esta SdP. Posterior al periodo de lanzamiento, las piezas se difundirán por código cívico. Tanto el anuncio para televisión como las cuatro cuñas de radio tienen una duración de 30 segundos con firmas. El anuncio para televisión tendrá una versión de 35 segundos con el cierre de la Autoridad Nacional de Televisión. Las piezas finalizadas harán parte de los insumos para la agencia integral de comunicación (proveedor seleccionado) que aplicará las estrategias de Relaciones Públicas y Free Press, comunicación online y acciones BTL para acompañar la campaña.

OBSERVACION No. 27 De acuerdo con los estudios que ustedes tienen sobre índice de drogadicción en Colombia, ¿en qué zonas del país se trabajaría esta campaña?

RESPUESTA

La campaña es una campaña nacional. El plan de medios tendrá aplicación nacional y local. Se fortalecerá la estrategia en los territorios con mayor índice de consumo de acuerdo al Estudio Nacional de Consumo de Sustancias Psicoactivas en Colombia 2013.

OBSERVACION No. 28 Nosotros proponemos el evento de lanzamiento o este ya está listo para ejecución?

RESPUESTA

El proponente seleccionado deberá formular, diseñar y desarrollar el evento de lanzamiento de la campaña. La propuesta económica no debe incluir costos de implementación del evento de lanzamiento (gastos de viaje/viáticos, alquiler de equipos, impresiones en gran formato, etc.)

OBSERVACION No. 29 ¿El evento de lanzamiento de la campaña se haría en una ciudad o en varias simultáneamente, y en cuáles?

RESPUESTA



UNODC

Oficina de las Naciones Unidas
contra la Droga y el Delito

El proponente seleccionado deberá formular, diseñar y desarrollar el evento de lanzamiento de la campaña de acuerdo a la plataforma y necesidades de la misma y a la experiencia previa del proponente, el cual deberá asesorar al cliente respecto a la ciudad o ciudades para ejecutar el evento.

OBSERVACION No. 30 La propuesta que ustedes dicen que se entregaría 15 días después de firmar el contrato, ¿cuál es?. Es la misma que se presenta en el proceso de convocatoria?

RESPUESTA

La propuesta creativa de la estrategia integral con desarrollos en Relaciones Públicas, comunicación online y acciones BTL es el producto No. 1 que debe entregar el proponente seleccionado 15 días después de firmado el contrato. La propuesta de la convocatoria es en respuesta a la SdP y no implica una formulación o desarrollo creativo.

OBSERVACION No. 31 Esta campaña está basada en una plataforma estratégica de comunicación formulada tras un proceso de planeación interinstitucional que originó el mensaje sombrilla y sus visuales de referencia. Con referencia al párrafo anterior: Ya existe el diseño creativo de la campaña? Cuál es el mensaje sombrilla y los visuales de referencia existentes sobre los cuales basar la estrategia de posicionamiento de la campaña?

RESPUESTA

La campaña nacional de prevención del consumo de drogas tiene un mensaje sombrilla con unas aplicaciones en televisión, radio y visuales. El mensaje sombrilla se encuentra blindado. Será comunicado al proponente seleccionado para la formulación de la estrategia integral.

OBSERVACION No. 32 La campaña para medios masivos contará con un anuncio de televisión, cuatro cuñas de radio y cuatro visuales para impresos y/o digitales. Estas piezas deberán ser difundidas a través de un plan de medios y la campaña de prevención será lanzada en un evento nacional. ¿Ya se han producido las piezas para televisión, radio, impresos y digitales o hay que presupuestar su diseño y producción. Si es así cuáles son sus especificaciones y requerimientos?

RESPUESTA

La campaña nacional de prevención del consumo de drogas tiene un mensaje sombrilla con unas aplicaciones en televisión, radio y visuales. Estas piezas están en post-producción y serán compartidas con el proveedor seleccionado como parte de los insumos para el diseño de la estrategia integral de Relaciones Públicas y Free Press, comunicación online y acciones BTL para acompañar la campaña.

OBSERVACION No. 33 El evento de lanzamiento de la campaña es local (Bogotá) o Nacional, de ser Nacional en que ciudades deberá realizarse(evento lanzamiento), existe un briff al respecto?

RESPUESTA

El proponente seleccionado deberá formular, diseñar y desarrollar el evento de lanzamiento de la campaña de acuerdo a la plataforma y necesidades de la misma y a la experiencia previa del proponente, el cual deberá asesorar al cliente respecto a la ciudad o ciudades para ejecutar el evento.

OBSERVACION No. 34 ¿Cuál es el concepto definido de la campaña?

RESPUESTA

El mensaje sombrilla de la campaña de prevención del consumo de drogas se encuentra blindado. Será comunicado al proponente seleccionado.

OBSERVACION No. 35 Acciones BTL: ¿Están considerando dentro de la propuesta el desarrollo, montaje y ejecución del evento de lanzamiento de la campaña?

RESPUESTA

El proponente seleccionado deberá formular, diseñar y desarrollar el evento de lanzamiento de la campaña. La propuesta económica no debe incluir costes de implementación del evento de lanzamiento (gastos de viaje/viáticos, alquiler de equipos, impresiones en gran formato, etc.)

OBSERVACION No. 36 Acciones BTL: ¿Cuál es el número de personas a considerar en el evento de lanzamiento? ¿Estamos en libertad de proponerlas?

RESPUESTA

El proponente seleccionado deberá formular, diseñar y desarrollar el evento de lanzamiento de la campaña de acuerdo a la plataforma y necesidades de la misma y a la experiencia previa del proponente, el cual deberá asesorar al cliente respecto a la dimensión y número de participantes del evento.

OBSERVACION No. 37 Acciones BTL: ¿Adicional a lo anterior, debemos o podemos proponer acciones BTL diferentes, qué expectativas tienen al respecto?

RESPUESTA

El candidato al proceso puede incluir propuestas metodológicas. El proponente seleccionado deberá sugerir modelos específicos de contacto con audiencias a través de Relaciones Públicas, comunicación online y acciones BTL. Se esperan del proveedor seleccionado acciones innovadoras y eficientes en impacto y presupuesto.

OBSERVACION No. 38 Comunicación Online: ¿Debemos considerar producción de contenidos para alguna página web?

RESPUESTA

El candidato al proceso puede incluir propuestas metodológicas. El proponente seleccionado deberá sugerir modelos específicos de contacto con audiencias a través de Relaciones Públicas, comunicación online y acciones BTL. Esto puede llegar a incluir intervención en redes sociales, desarrollo de páginas web o cualquier otro modelo efectivo en la estrategia.



UNODC

Oficina de las Naciones Unidas
contra la Droga y el Delito

OBSERVACION No. 39 Comunicación Online: ¿Debemos realizar apertura y/o manejo de redes sociales exclusivas para la campaña, o serán manejadas desde las existentes?

RESPUESTA

El candidato al proceso puede incluir propuestas metodológicas. El proponente seleccionado deberá sugerir modelos específicos de contacto con audiencias a través de Relaciones Públicas, comunicación online y acciones BTL. Esto puede llegar a incluir intervención en redes sociales, desarrollo de páginas web o cualquier otro modelo efectivo en la estrategia.

OBSERVACION No. 40 Publicidad: ¿La agencia sería la encargada de la segmentación de medios, y programación de la pauta de las piezas publicitarias?

RESPUESTA

La contratación de pauta es un proceso en construcción ajeno a esta Solicitud de Propuesta.

OBSERVACION No. 41 Monitoreo e interacción de audiencias: Adicional al informe reporte de las noticias generadas por la campañas, debemos monitorear las piezas publicitarias también?

RESPUESTA

El proveedor seleccionado tendrá acceso a la información de pauta contratada. Además de las apariciones por plan de medios deberá rastrear y sistematizar las apariciones por free press que gestione en la estrategia de Relaciones Públicas, las interacciones en medios digitales que gestione en la estrategia de comunicación online y otros clippings de la campaña.