

REPUBLICA DE COLOMBIA
PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO PNUD



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

Proceso 2015-5117 Objeto “Diseño, producción e implementación de una estrategia comunicativa de transformación cultural orientada a promover la erradicación de la discriminación de género y los imaginarios sociales en torno a la violencia estructural incluida las VBG y la impunidad, como condición para la construcción de paz y el ejercicio de una ciudadanía dispuesta a escenarios de convivencia pacífica y reconciliación”.

Julio 9 de 2015

A continuación se transcriben las observaciones tal como fueron formuladas por escrito por posibles proponentes y las respuestas dadas por el proyecto responsable del proceso.

OBSERVACION No. 1.

Diseño y producción de piezas de comunicación. Especificaciones de calidad, cómo cotizar este producto se requiere información.

RESPUESTA

Las firmas son las que proponen que tipo de piezas comunicativas ofrecen en su propuesta, y que peso le dan dentro de la misma.

OBSERVACION No. 2.

Sobre los talleres de validación, cuántos serán? Para cuántas personas, a qué se refieren?

RESPUESTA

Las firmas son las que proponen dentro de su metodología cuantos talleres realizaran para cumplir con los productos esperados.

OBSERVACION No. 3.

En la parte de los alcances se habla mucho sobre diseño y plan, es solo diseño o es también la ejecución de estos planes? (plan de medios, plan de BTL, plan de prensa).

RESPUESTA

Las firmas tienen la responsabilidad de plantear, diseñar y ejecutar la estrategia.

OBSERVACION No. 4.

Experto en género. Qué están esperando de este cargo? La maestría puede reemplazar la experiencia?

RESPUESTA

Efectivamente se validara maestría o 5 años de experiencia comprobable en procesos sociales encaminados a la promoción y garantía de los derechos humanos de las mujeres.

OBSERVACION No. 5.

Realizar actividades de movilización en 8 departamentos, a qué se refiere? Qué tipos de actividades son?, cuántas personas esperan por evento?

RESPUESTA

Las firmas son las que proponen dentro de su metodología las actividades necesarias para cumplir con los productos esperados.

OBSERVACION No. 6. La mayoría de productos son para el mes 4, del mes 5 al mes 7 qué esperan? Es posible desagregar el producto 2 en dos pagos?

RESPUESTA

Durante el período comprendido entre el mes 5 y 8 se espera contar con la estrategia en implementación, de allí que los términos de referencia en el numeral 9, página 29 señalen como tercer producto el “Informe de monitoreo y evaluación de la Estrategia” y éste sea entregable en el mes 8.

Entendiendo los argumentos expuestos en la reunión aclaratoria, se van a dividir las actividades del segundo producto, por lo tanto se procede a realizar un cambio a través de Adenda al presente SDP en: El numeral 9: productos esperados; el Cronograma de Entrega de Productos (Numeral 10) y la Forma de Pago (Numeral 11) así:

9. Productos esperados

Producto 1:

- Documento técnico y conceptual de la Estrategia de Comunicación.
- Manual metodológico y orientativo para la realización de acciones de pedagogía comunicativa y movilización social en espacios urbanos.
- Plan de gestión de alianzas estratégicas con medios masivos de comunicación, universidades, espacios culturales y escenarios deportivos para la realización de acciones de impacto mediático y/o difusión de piezas comunicativas.
- Imagen, slogan y nombre de la Estrategia de comunicaciones.
- Manual de Imagen de la Estrategia de Comunicaciones.

Producto 2:

- Plan de sistematización, monitoreo y evaluación de la Estrategia.
- Plan de armonización de la Estrategia de Comunicaciones con las acciones de comunicación para la incidencia impulsadas por las organizaciones sociales a nivel nacional, regional y local.
- Plan de articulación de la estrategia de comunicaciones con las acciones de comunicación implementadas por las entidades públicas del ámbito nacional, regional y local encargadas de los temas de género y DDHH de las mujeres.
- Plan de medios de comunicación incluyendo difusión de piezas en medios nacionales, regionales, locales y comunitarios en 8 departamentos del país (Antioquia, Atlántico, Chocó, Cundinamarca, Meta, Nariño, Cauca, Valle del Cauca).
- Plan de comunicaciones para la incidencia a través de acciones de free press en ocho departamentos del país, enfocados en la difusión estratégica de acciones de Memoria Histórica, Justicia Transicional, Restitución de Tierras, prevención de Violencias Basadas en Género, y Construcción de Ciudadanía para la paz, todo ello en perspectiva de género.
- Plan de difusión de mensajes audiovisuales en salas de cine de 8 ciudades del país.
- Plan de actividades de movilización social en ocho departamentos.

Producto 3

- Piezas de comunicación (Cuñas de radio, comerciales de TV, impresos).
- Informe de talleres de validación (al menos un taller de validación de las piezas de comunicación y los planteamientos generales de la estrategia, por Cada uno de los 8 departamentos del país focalizados).
- Plan de acciones BTL en ocho ciudades del país (Bogotá, Medellín, Cali, Pasto, Villavicencio, Barranquilla, Quibdó, Popayán).
- Documento instructivo técnico para la realización de actividades BTL.

Producto 4

- Informe de monitoreo y evaluación de la Estrategia.
- Informe final de gestión y resultados.

10. Cronograma de Entrega de productos.

Producto 1: 1 mes después de la firma del contrato

Producto 2: 3 mes después de firmado el contrato

Producto 3: 4 mes después de firmado el contrato

Producto 4: 8 mes después de firmado el contrato

11. Forma de Pago

30% contra entrega y aprobación de primer producto

30% contra entrega y aprobación del segundo producto

30% contra entrega y aprobación del tercer producto

10% contra entrega y aprobación del cuarto producto

OBSERVACION No. 7.

El informe final se debe entregar en inglés?

RESPUESTA

En la hoja de datos es claro (página 15) que el idioma de la propuesta es el español, y en correspondencia a esto, todos los productos e informes de la consultoría deben presentarse en español.

OBSERVACION No. 8.

El tiempo de entrega del primer producto (1 mes) es para entregar la primera entrega o ya la estrategia aprobada por el PNUD.

RESPUESTA

La instancia de validación y aprobación técnica de los productos de la consultoría es ONU Mujeres no el PNUD, como se establece en los términos de referencia en el numeral 12 (página 29). Todos los productos se entregan con fines de aprobación. Los pagos por concepto de su entrega se realizan contra aprobación de los mismos.

OBSERVACION No. 9. Sobre la cláusula por indemnización por demoras, cómo aplica?

RESPUESTA

El contrato con el proponente adjudicatario tendrá un supervisor, quien será el responsable de determinar si hay demoras o no.

OBSERVACION No. 10.

Va a haber una cumbre mundial de paz?

RESPUESTA

No es información relevante para este proceso. ONU Mujeres ha apoyado la Cumbre Nacional de Mujeres y Paz que tuvo como punto de partida un evento en 2013 y que en la actualidad se consolida como una alianza entre las plataformas y organizaciones de mujeres que la convocaron. Una vez inicie la consultoría se proveerá la información que sea de pertinencia para el cumplimiento del objetivo del contrato.

OBSERVACION No. 11.

Es posible recibir mayor detalle sobre el presupuesto para el desarrollo de la campaña de medios.

RESPUESTA

Por normas y procedimientos del Sistema de Naciones Unidas el presupuesto es un factor de calificación por lo tanto no procede dar esta información.

OBSERVACION No. 12.

Debe incluirse el monitoreo de medios?

Las firmas deben tener en cuenta que cuando se pide como producto “Plan de sistematización, monitoreo y evaluación de la Estrategia” ello debe incluir el componente de monitoreo de medios.

OBSERVACION No. 13

Con respecto a nuestra pregunta inicial de pagos, y con respecto al cronograma de trabajo nos parece importante que se modifique el cronograma base planteado por el PNUD para los 3 productos. Solicitamos modificar el tiempo del producto 2, dándole 2 meses adicionales y solo 2 meses para el producto 3, e incluso de ser así sería ideal dividir las actividades del producto 2 para generar un pago por piezas comunicativas y luego otro por pauta. Es decir que quedarían 4 pagos, 4 productos.

RESPUESTA

Ver respuesta a la Observación No. 6 y Adenda No. 3

OBSERVACION No. 14

Es posible modificar responsabilidad o no del contratante las movilizaciones? Es contradictorio lo dicho en las páginas 27 y 5.

RESPUESTA

No es contradictorio, las firmas deben incluir este ítem en su propuesta.

OBSERVACION No. 15.

Qué información entregará ONU Mujeres?

RESPUESTA

La información necesaria para el cumplimiento del contrato.

OBSERVACION No. 16.

Las alianzas deben evidenciarse de alguna forma en las propuestas, o serán tema de la ejecución?

RESPUESTA

Como se señala en los términos, uno de los documentos entregables dentro del Producto No. 1 es un “Plan de gestión de alianzas estratégicas con medios masivos de comunicación, universidades, espacios culturales y escenarios deportivos para la realización de acciones de impacto mediático y/o difusión de piezas comunicativas”. Las firmas son las que proponen dentro de su metodología las actividades necesarias para cumplir con este requerimiento.

OBSERVACION No. 17.

Cuando se espera que empiece la ejecución de la consultoría?

RESPUESTA

Hay un período de evaluación de propuestas de acuerdo a las normas y procedimiento del SNU. Una vez surtido este proceso se notificarán resultados, adjudicará el contrato y se iniciará la consultoría a la firma del mismo.

OBSERVACION No. 18.

Personajes líderes de la opinión habitualmente cobran a la ONU?.

RESPUESTA

Las firmas son las que proponen dentro de su metodología las actividades necesarias para que el “El Plan de gestión de alianzas estratégicas con medios masivos de comunicación, universidades, espacios culturales y escenarios deportivos para la realización de acciones de impacto mediático y/o difusión de piezas comunicativas” tenga en cuenta este componente.

Un saludo cordial