

**RFQ S N° UNFPA/COL/RFQ/24/015 |  
SOLICITUD DE COTIZACIÓN AGENCIA DE COMUNICACIONES**

**ACTA DE PREGUNTAS Y RESPUESTAS**

**Preguntas recibidas en Audiencia:**

**Sobre el contrato y plazos:**

1. ¿Cuándo inicia y cuándo termina el contrato?

*R: Se estima que inicie a mediados de agosto y hasta 15 de enero.*

2. ¿Cuáles serían las fechas del contrato? ¿Son 2 meses o 6 meses?

*R: Se estima que inicie a mediados de agosto y hasta 15 de enero.*

3. ¿Se volvería a licitar para el próximo año o se extendería el contrato si hay buen desempeño?

*R: UNFPA revisara el resultado de ejercicio y valida si es viable.*

4. Si se extiende el contrato, ¿cómo se manejarían los tarifarios? ¿Habría una actualización de precios?

*R: Por ahora no se contempla extensión.*

**Sobre la oferta y cotización:**

5. ¿Cuál es la unidad de criterio en la cotización?

*R: Se tendrá en cuenta el precio unitario y la cantidad estimada.*

6. ¿Se debe diligenciar solo el Anexo 1 y poner un valor global, o se enviará un tarifario para poner el valor de cada ítem?

*R: Es una lista de precios.*

7. ¿Pueden facilitar los formatos en Excel para unificar y evitar reescribirlos?

*R: Se envían adjunto*

**Tiquetes**

8. ¿Cómo se manejaría las variaciones de precios (por ejemplo, de tiquetes) en un contrato marco ya firmado?

*R: Teniendo en cuenta las dudas alrededor de este ítem, se modificará para que la cotización se realice sin incluir los tiquetes ni alojamiento.*

9. Recomendamos no incluir en el rubro tiquetes aéreos para máximo 2 personas en ciudades fuera de Bogotá.

*R: Ver respuesta a la pregunta 8.*

## **SOBRE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO Y COMUNICACIÓN**

10. Diseño e implementación de estrategias de comunicación para el desarrollo y comunicación para la transformación social con enfoques: -Género -Juventudes -Discapacidad -Mujeres -Étnico Las estrategias deben ser de carácter interseccional y responder al objetivo comunicativo indicado por UNFPA Se deben incluir tiquetes de máximo dos personas en caso de que la agencia no tenga presencia en territorios. Se requiere cotizar para: Bogotá, Quibdó - Chocó, Riohacha- La Guajira, Buenaventura y Cali, Valle del Cauca, Cúcuta-Nte. de Santander, Arauca. Se deben incluir materiales. Ideación colectiva, se debe diseñar y liderar la metodología para trabajo con UNFPA. Cuando hablan del diseño e implementación de estrategias, ¿el estratega debe viajar?

*R: Sí, se tiene previsto que el / la estratega viaje, no obstante, para efectos de esta cotización se hace una modificación y no se deben incluir rubros relacionados con gestión de viajes: tiquetes, alojamientos, etc.*

11. Para los vídeos de 4 horas de grabación, se requiere mínimo un equipo de 5 personas, ¿se podría considerar los 5 tiquetes de traslado?, adicionalmente para los departamentos de Arauca, Norte de Santander, La Guajira, Buenaventura, Chocó ¿se ha considerado 1 noche de alojamiento o es un solo día de grabación ida y vuelta?

*R: Se estima que para este ítem viajen máximo dos personas. No obstante, para efectos de esta cotización se hace una modificación y no se deben incluir rubros relacionados con gestión de viajes: tiquetes, alojamientos, etc.*

### **Sobre pauta y presupuesto:**

12. ¿Cuál es el porcentaje de pauta? ¿Es importante definir unos rangos de cotización realista?

*R: El presupuesto aproximado es entre 500 y 1000 dólares semestrales.*

13. ¿Cuál es el estimado de pauta tanto para ATL como para digital?; ¿Cuánto invierten en pauta ATL y Digital?

*R: El presupuesto aproximado es de entre 500 y 1000 dólares semestrales para pauta digital.*

14. ¿Cómo ven el porcentaje de ejecución de los productos en relación con las cantidades estimadas?

*R: El porcentaje estimado de ejecución es de un 50%*

15. ¿Pueden dar rangos de presupuesto para saber si lo planteado es acorde?

*R: No se brindarán rangos de presupuesto, uno de los objetivos de este ejercicio es tener un comparativo, de acuerdo con los rangos de cada agencia.*

### **Sobre perfiles y equipo de trabajo**

16. ¿El perfil de la persona de director de proyecto no debería ser productor en lugar de administrador?

*R: Se hace una modificación y el perfil de la persona director/a o Gerente de Cuenta es:*

*-Profesional en Comunicación, Periodismo, Administración de Empresas, Diseño Industrial, Mercadeo, Publicidad o Gerencia de Proyectos con experiencia en producción de estrategias de comunicación, relaciones públicas, manejo de cuentas en agencias de comunicación o publicidad. Experiencia en manejo de al menos 3 cuentas de organizaciones o agencias de derechos humanos con una duración mínima de un año.*

17. Experiencia del oferente: El oferente deberá acreditar mínimo 3 contratos u órdenes de compra con objeto y/o alcance similar a la presente convocatoria, ejecutados a satisfacción dentro de los últimos 3 años. El oferente deberá adjuntar copia de contratos y/o certificaciones de experiencia emitidas por los clientes respectivos, en las cuales se permita verificar: -Nombre del cliente, -Objeto contratado, -Valor del contrato en pesos. -Fecha de inicio y terminación a satisfacción Solicitud: Si la empresa se creó recientemente, es válido adjuntar la experiencia de los socios ya que esta se traspa a la empresa.

*R: No se acepta la solicitud, la experiencia debe ser ejecutada directamente por el proponente.*

18. Por favor aclarar si se puede ampliar el perfil del administrador por el perfil de un trabajador social.

*R: Ver respuesta a pregunta 16*

19. Solicitamos ampliar el perfil académico del Gerente o director/a de Cuenta para que incluya profesionales en diseño industrial y/o diseño gráfico y/o realización audiovisual.

*R: Ver respuesta a pregunta 16.*

20. ¿Teniendo en cuenta que se trata de campañas y estrategias de comunicación el o la gerente directora de cuenta puede ser COMUNICADORA SOCIAL?

*R: Ver respuesta a pregunta 16.*

21. ¿De acuerdo con la envergadura del proyecto, lo mínimo que debe requerirse es que el o la directora cuente al menos con una maestría?

*R: Ver respuesta a pregunta 16.*

22. ACLARACIÓN - PREGUNTA #1 REF: 10.2.1 Equipo de trabajo del oferente: Gerente o Director/a de Cuenta Solicitud: teniendo en cuenta que el alcance técnico requiere suficiente capacidad de conocimiento en materia de comunicaciones, relaciones públicas, generación de contenidos, podría replantearse el tipo de experiencia requerida y que sea una combinación en derechos humanos sin abandonar el expertise en comunicación?

*R: Ver respuesta a pregunta 18.*

23. Sobre la formación académica para el cargo de “Gerente o director de cuenta” respetuosamente les solicitamos si pueden incluir el título de comunicador social y periodista. Lo anterior en razón a que las agencias de comunicaciones para este tipo de proyectos normalmente emplean comunicadores sociales para dirigir las cuentas y se apoyan en un back office de perfil administrativo para la administración de la cuenta. Es decir, la experiencia en dirección de cuenta de proyectos similares esta más acorde a un comunicador social – periodista que a un administrador de empresas.

*R: Ver respuesta a pregunta 18.*

24. Para el cargo de Gerente de cuenta se solicita en formación académica: Administración de empresas, relaciones internacionales, o gerencia de proyectos afines, ¿puede ser en alguna rama de las comunicaciones? ¿Ciencias políticas? ¿O en que otras ramas?

*R: Ver respuesta a pregunta 18.*

25. ¿De quiénes se requieren las hojas de vida?

*R: Se precisa que para la propuesta no se solicita acreditar equipo de trabajo, únicamente debe aportar la hoja de vida para el cargo de Gerente o Director/a de Cuenta.*

26. ¿Es importante las hojas de vida que integran el equipo (requisitos mínimos)?

*R: Ver respuesta a pregunta 25.*

27. ¿Bajo qué especificaciones se necesita cada perfil?

*R: Ver respuesta a pregunta 25.*

28. ¿Se debe presentar solo la hoja de vida del gerente o de todo el equipo?

*R: Ver respuesta a pregunta 25.*

29. Equipo de trabajo del oferente: El oferente deberá proporcionar un equipo de trabajo compuesto como mínimo por el siguiente personal: Gerente o Director/a de Cuenta; Se solicita: No queda claro cuántas personas esperan en el equipo. Solo mencionan un perfil, pero se necesitan varios

*R: Ver respuesta a pregunta 25.*

30. Pág 1, menciona: “El contratista/proveedor deberá disponer de los siguientes perfiles profesionales: diseñadores/as gráficos, ilustradores, profesionales audiovisuales para fotografía, video y audio, corrector/a de estilo, comunicadores sociales y periodistas con especialidades en gestión de prensa, redacción, estrategias y campañas, y community manager.” ¿Se debe enviar el perfil de todo el equipo de trabajo que va a intervenir en el proceso?

*R: Ver respuesta a pregunta 25.*

31. Pág 24, en los puntos 3 y 4 habla de varios perfiles, pero solo se solicita los documentos de Gerente y/o Director de cuenta. ¿Es un error y se deben enviar todos los perfiles? O ¿sólo requieren de este perfil?

*R: Ver respuesta a pregunta 25.*

32. Además del CV de Director de Cuenta, ¿deben presentarse CV's otros miembros del equipo? ¿Cuáles?

*R: Ver respuesta a pregunta 25.*

33. sobre el talento humano, solo se describe el de la gerente de cuenta, los demás perfiles requeridos se adjuntan?

*R: Ver respuesta a pregunta 25.*

34. ¿La experiencia solicitada es de la compañía o vale la individual si la compañía se creó recientemente?

*R: Ver respuesta a pregunta 17*

35. ¿Cuántas personas se necesitan para cada perfil (comunicadores, diseñadores, ilustradores, etc.)?

*R: Ver respuesta a pregunta 25.*

**Sobre el alcance y ejecución:**

36. ¿Cuáles son las ubicaciones de los cubrimientos fotográficos y audiovisuales?

*R: Las ubicaciones para estos cubrimientos son: Bogotá, Arauca, Cúcuta, Riohacha, Buenaventura, Quibdó, Popayán, Pasto y Tumaco.*

37. Productos y entregables: Fotografía ¿Lugares o ciudades de los eventos a cubrir con fotografía?

*R: Ver respuesta a pregunta 36.*

38. ¿El trabajo de campo será solo en las ciudades mencionadas o hay otras locaciones?

*R: Por el momento son solo ciudades antes mencionadas.*

39. ¿Cuáles serán las condiciones de los componentes logísticos, como el desplazamiento en el territorio?

*R: Estas condiciones se definirán con la agencia seleccionada, una vez se presenten los requerimientos de este tipo de viajes. Teniendo en cuenta que para ningún ítem se debe cotizar tiquetes ni alojamiento esto no debe afectar el presupuesto a presentar.*

40. ¿Cuál es el cronograma y periodicidad de piezas y productos en general?

*R: Los requerimientos se hacen de acuerdo con demanda por parte de la organización.*

41. ¿Hay un máximo de correcciones para las piezas?

*R: El máximo de ajustes sin cobro son tres.*

**Sobre la selección y evaluación:**

42. ¿Cómo está establecida la matriz de evaluación? ¿Qué peso tiene cada aspecto?

*R: Se modifica el criterio de evaluación de Cumple/No Cumple a puntaje acumulativo ponderado. Ver Términos de Referencia versión Adenda No. 3.*

43. ¿Se incluirá algún componente para verificar la experiencia en gestión de estrategias relacionadas con derechos humanos, diversidad e inclusión?

*R: Ver respuesta a pregunta 42.*

44. ¿Qué determina el puntaje de la evaluación técnica?

*R: Ver respuesta a pregunta 42.*

45. ¿Cuáles son los criterios de evaluación de la propuesta técnica?

*R: Ver respuesta a pregunta 42.*

46. ¿Es posible que sean seleccionadas agencias para desarrollar temas específicos?

*R: No, la agencia seleccionada debe dar cumplimiento a todos los requisitos.*

47. ¿Cómo funciona el tema de seleccionar más de una agencia?

*R: UNFPA seleccionara máximo dos agencias para la ejecución de los servicios sin que haya adjudicación parcial por grupos, y a las cuales en la medida que se requiera solicitara, con base en las tarifas unitarias el desarrollo de cualquiera de las actividades requeridas en los Términos de Referencia.*

### **Sobre medios y relacionamiento:**

48. ¿Cuál es el alcance en cuanto a dinero para el relacionamiento de medios? ¿Es gestión o hay dinero?

*R: El relacionamiento de medios se hace por Free Press*

49. ¿Tienen recursos para contratar influenciadores, líderes de opinión?

*R: No se cuenta con recursos, la propuesta debe ser con estrategia free press*

### **Sobre certificaciones y requisitos:**

50. ¿La agencia debe estar radicada en Bogotá?

*R: De manera preferente pero no excluyente, la agencia debe estar radicada en Bogotá para cumplir con las reuniones propuestas eventualmente.*

51. ¿Qué tipo de certificaciones se requieren? ¿Necesariamente como agencia?

*R: Por favor consulte en los Términos de Referencia versión Adenda 3. la documentación solicitada para el proceso.*

### **Otras preguntas:**

52. ¿Podrían compartir el plan estratégico de comunicaciones?

*R: No, el Plan Estratégico de Comunicación para el siguiente programa país se desarrollará en el segundo semestre del año.*

53. ¿Las 32 fotografías mencionadas corresponden a 32 eventos planeados o es solo una estimación para el tarifario?

*R: Se espera que se cotice un cubrimiento fotográfico de 25 fotos para un evento de una hora; de 45 fotos para un evento de dos horas; de 65 fotos para un evento de 3 horas; de 80 fotos para un día y de 100 fotos para dos días.*

54. ¿Cuál será el modelo de trabajo con la agencia? (equipo fijo mensual, por tarifario según consumo, o un modelo mixto)

*R: El modelo de trabajo será por tarifario según consumo. No se pagará fee mensual*

55. ¿Se requiere una propuesta creativa?

*R: No se requiere propuesta creativa*

56. ¿Dónde está el anexo sobre las ferias o fechas especiales mencionado?

*R: Se adjunta.*

**Observaciones recibidas por correo:**

57. Solicitamos muy amablemente tener en cuenta en el tarifario el pago del personal solicitado en el equipo de trabajo.

*R: El modelo de trabajo será por tarifario según el consumo. No se pagará fee mensual*

58. También solicitamos a la entidad indicar si el pago sería mensual para la contratación del equipo de trabajo.

*R: Las condiciones de pago son a los 30 días de presentada la factura, ver Términos de referencia.*

59. Frente al contrato, ¿se paga por producto o por Fee?

*R: El modelo de trabajo será por tarifario según consumo. No se pagará fee mensual*

60. ¿Cuáles serían las fechas del contrato?

*R: Ver respuesta a pregunta 1.*

61. ¿A qué se refieren con mantener al equipo de trabajo que se presentó en la propuesta durante la ejecución del Contrato? Aunque es lo ideal, pueden suceder cambios en el equipo, ¿se podría ajustar?

*R: Ver respuesta a pregunta 25.*

62. A que se refieren con la capacitación básica, presencial a grupo de 10 personas, sobre producción, preproducción y postproducción audiovisual (Costo por hora) ¿Para quién es?

*R: Se refiere a una capacitación con conceptos básicos y un componente práctico, dirigido a personas que no tienen conocimiento sobre el tema y que requerimos que tengan una información básica para envío de insumos audiovisuales. La agencia determina los materiales a usar. El perfil del capacitador es persona técnica o profesional con experiencia en los temas solicitados.*

63. Pág 6, para las capacitaciones básicas, presenciales a grupos, quisiéramos saber ¿A quiénes se van a capacitar?, ¿Requieren conocimiento previo, es decir material? ¿Qué perfil debe tener la persona que realiza la capacitación? ¿Qué recursos se requieren?

*R: Ver respuesta a pregunta 62.*

64. ¿A qué se refieren con el desarrollo de estrategia de comunicación digital para 6 meses, porque para tan poco tiempo?

*R: Se refiere a una estrategia con acciones planificadas para 6 meses en alguna de las líneas de trabajo de UNFPA.*

65. ¿A qué se refieren con el desarrollo de piezas gráficas o videos, que no estén incluidos dentro de la parrilla de contenidos (estas piezas deberán contar con la misma calidad que las realizadas en la parrilla de contenidos)? ¿qué tipo de piezas pueden ser?

*R: Nos referimos a piezas que no necesariamente están ligadas a una campaña específica, pueden ser GIF, imágenes para redes sociales o videos cortos y básicos.*

66. Desarrollo de productos comunicativos de realidad virtual o realidad aumentada que puedan adaptarse al nuevo ecosistema virtual que propone el metaverso) ¿qué tipo de piezas pueden ser?

*R: Se hace una modificación. Requerimos video 360, con producción para un video 3 minutos que puede ser desarrollado en: Bogotá, Arauca, Cúcuta, Riohacha, Buenaventura, Quibdó, Popayán, Pasto y Tumaco. Ver adenda. Referencias:*

<https://www.youtube.com/watch?v=H7y7mE2fKNo>.

<https://www.youtube.com/watch?v=ldMeuu0M5gc>

67. Redes Sociales - Página 9 - Ítem: Desarrollo de productos comunicativos de realidad virtual o realidad aumentada que puedan adaptarse al nuevo ecosistema virtual que propone el metaverso ¿Qué entienden por producto para este ítem? Por favor concretar el alcance de este requerimiento.

*R: Ver respuesta a pregunta 66.*

68. “Desarrollo de productos comunicativos de realidad virtual o realidad aumentada que puedan adaptarse al nuevo ecosistema virtual que propone el metaverso” Por favor aumentar alcance o expectativa (modelados 3D, visualizaciones o recorridos virtuales, juegos adaptables)

*R: Ver respuesta a pregunta 66.*

69. Ítem: Desarrollo de productos comunicativos de realidad virtual o realidad aumentada que puedan adaptarse al nuevo ecosistema virtual que propone el metaverso Pregunta: Por favor aclara alcance, si es posible, compartir un referente.

*R: Ver respuesta a pregunta 66.*

70. Definir complejidad y tiempos del desarrollo de las piezas de realidad virtual.

*R: Ver respuesta a pregunta 66.*

71. Desarrollo de productos comunicativos de realidad virtual o realidad aumentada que puedan adaptarse al nuevo ecosistema virtual que propone el metaverso. P: Por favor pueden dar un referente, dado que el enunciado es demasiado amplio por las posibilidades mismas que ofrece la realidad virtual, aumentada y el metaverso.



*R: Ver respuesta a pregunta 66.*

72. ¿Pueden por favor enviar referentes de los productos de realidad virtual o realidad aumentada?

*R: Ver respuesta a pregunta 66.*

73. ¿A qué se refieren con “1 producto de realidad virtual”? ¿Nos pueden compartir alguna referencia?

*R: Ver respuesta a pregunta 66.*

74. En la corrección de estilo, ¿se puede cotizar por palabra y no por paginas?

*R: Sí, se debe cotizar por palabras*

75. ¿Están esperando costo por unidad o costo total en el anexo de costos?

*R: El proponente deberá presentar sus costos unitarios.*

76. ¿Cuándo hacen referencia a prestación de servicios operativos y logísticos, se refieren a que debemos realizar eventos? ¿De ser positiva la respuesta estos eventos se cotizan en el momento de requerirlos y no serían parte de esta propuesta?

*R: Nos referimos a que la agencia debe encargarse de los servicios operativos y logísticos para cubrimientos fotográficos y audiovisuales, gestiones de prensa y campañas. En caso de requerirse la realización de un evento se cotiza en el momento de requerirlo.*

77. ¿A qué hacen referencia con Grabación de voz en off por minuto (no incluye locutor)? Normalmente cuando se cotiza grabar voz en off, se incluye el locutor o desean solamente el estudio de grabación y postproducción de audio.

*R: Hace referencia a que UNPFA puede proveer la voz y se requiere el estudio y producción.*

78. La pauta en Facebook se hace usualmente a través de una tarjeta de crédito y/o código en Efecty ¿UNPFA pondría a disposición la tarjeta de crédito institucional o asumirá las gestiones de estos pagos administrativamente hablando?

*R: El valor de las pautas debe estar incluido en el listado de precios. No se proporcionará ningún medio de pago.*

79. ¿Los diseños hechos para impresos son enviados a imprimir por parte de UNPFA o se debe cotizar impresiones?

*R: Para este proceso las agencias no deben cotizar impresiones.*

80. Audiovisual - Página 6 - Ítem: Codificación para emitir por televisión nacional de acuerdo con los requerimientos propios del Consorcio Canales Nacionales Privados. Valor por día. Dado que la codificación no se maneja por día, se maneja por producto favor aclarar el alcance de este requerimiento.

*R: Se requiere cotizar por producto y no por día. Ver TdR versión Adenda 3.*

81. ¿Cuántas piezas necesita codificar?, ya que este ÍTEM la unidad de medida sugerimos que sea número de comerciales y no días

*R: Ver respuesta a pregunta 80.*

82. Ítem: Codificación para emitir por televisión nacional de acuerdo con los requerimientos propios del Consorcio Canales Nacionales Privados. Valor por día. P P: ¿Cuándo hablan de un día, se refieren al trámite de la codificación o a la emisión del producto? Además, se debe considerar que el precio varía de acuerdo a la duración de la pieza y al número de salidas. Por favor aclarar.

Respuesta para preguntas 84 a 86

*R: Ver respuesta a pregunta 80.*

83. Redes Sociales - Página 8 - Ítem: Compra de 10 imágenes fotográficas que servirán de stock para creación de piezas. Favor definir el banco de imágenes del cual requieren la compra.

*R: La agencia se encargará de definir el banco de imágenes de acuerdo con los requerimientos de la campaña.*

84. Redes Sociales - Página 8 - Ítem: Diseño e implementación de estrategia para mejorar el posicionamiento de UNFPA en motores de Búsqueda (SEO), así como en redes sociales (Instagram, entre otras) Reporte. La unidad de medida indica 1 estrategia para 3 meses y en la cantidad estimada solicitan 1 estrategia para 6 meses. Favor validar la unidad de medida y la cantidad estimada.

*R: Se requiere cotización de una (1) estrategia para tres (3) meses.*

85. Diseño e implementación de campañas y comunicación estratégica - Página 9 - Ítem Diseño e implementación de campañas para fechas conmemorativas\* con presencia on y off line que incluya, videos e imágenes para redes sociales, spots para radio, mailings, y diseño para impresos. La campaña debe incluir plan de trabajo, y el diseño y desarrollo de productos comunicativos en diferentes formatos. \*Ver anexo. Se menciona un anexo, pero no viene incluido en los documentos, por favor enviar o publicar el mencionado documento.

*R: Se adjunta.*

86. Diseño Gráfico - Página 21 - Ítem: Creación de video con animaciones tipo motion graphics: Duración de 30seg. – 2 minutos Incluye diseño, mezcla de sonido, libres de derechos de autor (800x800px o 1080 x 1920px / Full hd). Entrega en mp4. Favor indicar el estilo de animación que espera recibir la Entidad.

*R: El estilo de animación es tipo motion graphics*

87. Diseño Gráfico - Página 21 - Ítem: Diseño elementos de señalización para espacios físicos. 6 elementos / 12 elementos. Favor ampliar las características de la señalización (ejemplo, tamaño, material, etc.) para los diseños a realizar

*R: Los tamaños son media carta y tamaño carta. No se requiere servicio de impresión.*

88. Audiovisual - Página 4 - Ítem: Producción de 2 horas de grabación audiovisual, en exteriores (debe incluir micrófonos, cámaras, luces) Solicitamos aclarar si el video final debe ser de 2 horas de duración o si se trata de 2 horas de material para incluir en el video final.

*R: La duración hacen referencia al tiempo de producción, es decir, dos horas de material para elaborar un video final.*

89. Audiovisual - Página 5 - Ítem: Valor por hora soporte de animación. ¿Qué entienden por soporte de animación? Favor explicar el alcance de este requerimiento

*R: Se entiende por persona que realiza la animación, es decir, realizar la animación*

90. ¿Qué quiere decir "valor por hora soporte de edición" y de animación?

*R: Ver respuesta a pregunta 89.*

91. A qué se refiere el ítem: "Valor por hora soporte de animación" al tiempo de trabajo a la duración del trabajo de animación finalizado. El costo de una hora de animación finalizada puede variar enormemente de acuerdo con las características del trabajo deseado.

*R: Ver respuesta a pregunta 89.*

92. Audiovisual - Página 6 - Capacitaciones Presenciales ¿La Entidad coloca los espacios para realizar las capacitaciones o estas deben ser suministradas por el proveedor?

*R: UNFPA proveerá los espacios para realizar las capacitaciones.*

93. Experiencia. Con el ánimo de permitir la pluralidad de oferentes para el proceso que se adelanta, de manera atenta, solicitamos ampliar el requisito de experiencia para que incluya proyectos desarrollados durante los últimos cinco (5) años anteriores a la fecha de presentación de la oferta.

*R: Se modifica y sí se amplía el requisito de experiencia a 5 años. Ver TdR Adenda 3.*

94. Solicitamos validar si el formato de cotización de precios debe ser diligenciado con todos y cada uno de los productos y entregables establecidos en los Términos de Referencia (numerales: A. FOTOGRAFÍA Y AUDIOVISUAL, B. REDES SOCIALES, C. CUIDADO EDITORIAL, D. DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE CAMPAÑAS Y COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA, E. DESARROLLO DE CONTENIDOS PERIODÍSTICOS, F. MANEJO Y GESTIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y PRENSA, G. DISEÑO GRÁFICO.

*R: Se adjunta formato en Excel, debe cotizar todos y cada uno de los ítems.*

95. Solicitamos confirmar la duración total del proyecto ya que en la solicitud de cotización indican 2 meses de duración (página 3/ Numeral VIII Adjudicación) y en los términos de referencia establecen que el plazo de ejecución es hasta el 01 de enero de 2025 pero no señalan, en términos de fecha, el inicio o suscripción del contrato así sea una fecha aproximada.

*R: Ver respuesta 1 y Adenda 3*

96. En el listado de documentos a adjuntar en la propuesta se menciona el Formato de Oferta Técnica. Sin embargo, dicho formato no se encuentra dentro de los documentos de la invitación a Cotizar, por lo anterior, solicitamos a la Entidad suministrarnos el documento mencionado.

*R: Se adjunta formato de oferta técnica.*

97. Teniendo en cuenta el tipo de contrato a realizar (minimis contracts), solicitamos a la Entidad informar el rango presupuestal estimado para el proceso que se adelanta.

*R: El modelo de trabajo es por tarifario, en ese sentido, no se entrega rango presupuestal.*

98. ¿Por qué lo desean hacer en google sites y no en un sistema web como wordpress? (Google Site es muy limitado)

*R: La plataforma con la cual trabaja la organización es google.*

99. Las webs dicen que van a tener 8 pestañas, esto me da a entender que no son landings si no sitios webs completos con 8 urls internas. ¿Es correcto?

*R: Sí hacemos referencia a un microsítio, no landing.*

100. Son netamente webs informativas o van a tener otras fusiones adicionales?

*R: Las webs son netamente informativas.*

101. Como se van a diseñar en Google Sites, es necesario que el cliente nos de acceso a su cuenta de google o hay una función que es que nos den acceso a un correo por proyecto.

*R: Sí, se brindaría acceso temporal, bajo las restricciones de la organización.*

102. ¿La transmisión es en campo o la gente vendría a nuestro estudio?

*R: La transmisión se haría en campo.*

103. Cuando dice "Valor hora por soporte de edición" y "Valor hora soporte de animación" Y la unidad de medición es una hora; ¿se refiere al turno del editor o a un producto final editado o animado con una duración de 1 hora?

*R: Hace referencia a una hora de turno del editor/a.*

104. ¿Los contenidos descritos en el punto B. "REDES SOCIALES" son adicionales a los del punto?

*R: Se debe cotizar cada uno de los items que aparecen en el punto B. REDES SOCIALES*

105. ¿La creación de video con animación de personajes es en 2D o 3D?  
*El video es en 2D*

106. ¿Cuánto es la duración del contrato? Ya que identificamos que en el documento Términos de Referencia, dice hasta el 01 de enero de 2025 y en el documento de Solicitud de Cotización mencionan que la adjudicación tiene una duración de 2 meses.

*R: Ver respuesta 1 y TdR Adenda 3*

107. En el documento de Términos de Referencia, mencionan unos anexos en la descripción de los ítems B y D, y no aparecen, podrían compartirlos por favor.?

*R: Se Adjunta.*

108. ¿Es necesario cotizar todo lo planteado o solo los productos en los que la agencia tenga mayor expertis?

*R: Sí, es necesario cotizar todo lo planteado.*

109. En el documento de Solicitud de Cotización, se encuentran ubicados los 4 anexos, ya que una exigencia es enviar el formato, ¿podría compartírnos el archivo abierto?

*R: Se adjunta formato en Excel.*

110. ¿En qué regiones y zonas se hace el cubrimiento fotográfico?

*R: Las ubicaciones para estos cubrimientos son: Bogotá, Arauca, Cúcuta, Riohacha, Buenaventura, Quibdó, Popayán, Pasto y Tumaco.*

111. En la invitación solicitan experiencia de los últimos 3 años, sin embargo, se debe tener en cuenta que la pandemia impidió realizar actividades y eventos en parte de ese tiempo, por lo que solicitamos ver la posibilidad de ampliar las experiencias a 5 años.

*R: Sí, de acuerdo a solicitud se amplía a 5 años.*

112. Los audiovisuales se requieren saber en qué región se llevarán a cabo al igual que la cantidad de veces por cada zona, si esta es rural o urbana. (aplica para lugares fuera de Bogotá)

*R: Las ubicaciones para estos cubrimientos son: Bogotá, Arauca, Cúcuta, Riohacha, Buenaventura, Quibdó, Popayán, Pasto y Tumaco. La solicitud de cotización es de una producción.*

113.Cuál es la vigencia del contrato

*R: Ver respuesta a la pregunta 1.*

114. Cada cuánto se harán las tomas en sitio.

*R: La solicitud de cotización es de una producción.*

115. Cuanto tiempo de Tomas con Dron

*R: Se requiere cotizar grabación con drone por 30 minutos y 60 minutos.*

116. Solicitamos amablemente aclarar algunos ítems que indican cuando es documentar video 2 horas.

*R: Es grabar material audiovisual durante dos horas como insumos para la elaboración de videos.*

117. Solicitamos amablemente aclarar algunos ítems que indican cuando es editar video 2 horas.

*R: El servicio de edición con insumos dados por UNFPA.*

118. En el ítem Grabaciones de voz en off x minuto, (¿entendemos que la organización entrega el contenido de voz, esto es correcto?)

*R: Sí, es correcto UNFPA entrega el contenido de voz.*

119. ¿En el ítem Grabaciones de voz en off x minuto (incluye locutor) entendemos que suministramos el contenido de voz, esto es correcto?

*R: Sí, es correcto en este caso la agencia suministra el contenido de voz.*

120. ¿Producción de Reel en redes sociales corresponde a edición de contenido o a grabación de contenido adicional?

*R: Se refiere a grabación y edición.*

121. Qué Nivel de estudios y capacidad de comunicación requiere el capacitador de preproducción y posproducción audiovisual de contenido?

*R: Debe ser una persona técnica o profesional con experiencia en la materia, se evaluarán los perfiles de acuerdo a la solicitud específica.*

122. La persona de Capacitador la suministra el programa o nosotros como empresa licitante?

*R: La persona debe ser suministrada por la agencia de comunicaciones.*

123. Cuales requisitos en logística se requieren para las capacitaciones presentadas (Alimentación, Salón, Ayudas audiovisuales, material)

*R: Materiales o ayudas didácticas que requiera el/la persona que capacita. (No se requiere cotizar lugar, ni alimentación, etc).*

124. ¿En qué lugar será la capacitación?

*R: Ver respuesta a la pregunta 123.*

125. ¿Qué se debe incluir en la capacitación presencial, (lugar, internet, refrigerios, estación de café, etc)?

*R: Ver respuesta a la pregunta 123.*

126. En el ítem codificación para emitir x TV, exactamente qué debe transmitir, el contenido audiovisual específico o se requiere edición especial para esa transmisión?

*R: Se requiere el producto adaptado a los requerimientos de la transmisión.*

127. Igualmente para ese código de transmisión TV por cuánto tiempo se debe pagar esa codificación.

*R: La cotización debe ser por producto.*

128. Pág 3, ¿Se debe presentar oferta de todos los productos y entregables o se puede ofertar servicio parciales?

*R: Se debe presentar oferta de todos los productos.*

129. En caso de que se deba subcontratar alguno de los servicios ¿se debe anexar la hoja de vida de los mismos?

*R: No es necesario, la agencia debe comprometerse a cumplir con los requerimientos.*

130. Existe la posibilidad de ejecutar el contrato de forma fraccionada en caso de que no podamos cumplir con todos los requerimientos especificados en la licitación?

*R: No, la agencia de comunicaciones debe cumplir con todos los requerimientos especificados.*

131. Pág 5, el locutor debe ser uno solo o dos, es decir, ¿Voz de hombre y/o mujer o una sola voz?

*R: Se pueden requerir los dos, no obstante, para el caso, requerimos cotización por minuto, independientemente del género. es decir, cotizar una voz*

132. Pág 5 y 6, para los reel para redes sociales ¿debe ser con el material filmado en las ciudades de Bogotá, Arauca, Norte de Santander, ¿La Guajira, Buenaventura, Chocó? o ¿es con material gráfico diseñado por la agencia sobre la temática a contratar?

*R: Los reel deben ser realizados sobre la temática a contratar, puede haber materiales de estos territorios pero no implica viajes o producción.*

133. ¿Qué recursos hay disponibles? ¿En qué ciudad se va a realizar la capacitación? ¿Dónde se va a realizar la capacitación?

*R: UNFPA proveerá el lugar de la capacitación, se requiere cotización independiente del lugar a realizarse puesto que en caso de haber costos relacionados con viajes se entiende que estos serán extras.*

134. Pág 8, contenidos y optimización, nos mencionan “Desarrollo de piezas gráficas o videos, que no estén incluidos dentro de la parrilla de contenidos” ¿Cuántos vídeos serían? Y ¿Cuánto sería el tiempo de duración de estos vídeos?

*R: Se requiere la cotización de un video y una pieza gráfica extra. El video de 30 segundos.*

135. Pág 22, cuando se habla de días hábiles, ¿se refiere a días hábiles laborales colombianos?

*R: Son días hábiles colombianos.*

136. ¿días hábiles del sistema de la ONU L-V independientemente de sí hay festivo nacional no?

*R: Ver respuesta a la pregunta 135.*

137. Pág 24, cuando dicen: “Experiencia en manejo de al menos 3 cuentas de organizaciones o gerencia de proyectos agencias de derechos o afines con una duración mínima de un año máximo 5 cuentas.” ¿La duración mínima de un año debe ser continua o puede ser la suma del tiempo de la experiencia con cada una de las agencias? ¿Esta experiencia debe ser desde hace cuantos años?

*R: Ver TdR Adenda 3.*

138. En los 3 primeros ítem Audiovisuales del requerimiento, se contempla la entrega del material grabado, más no productos editados, ¿cierto?

*R: Sí se requiere la producción del material, tal y como se detalla en los términos de referencia.*

139. ¿Qué tipo de animación corresponde al requerimiento?

*R: Animación 2 D.*

140. ¿Qué quiere decir que "UNFPA adjudicará como máximo dos contratos a los oferentes que hayan presentado oferta económica más favorables y técnicamente conformes..."?

*R: UNFPA desea contratar dos agencias para la ejecución de las actividades solicitadas.*

141. Por favor aclarar: “Producción de 2 horas de grabación audiovisual, en exteriores (debe incluir micrófonos, cámaras, luces”, se realizará un cubrimiento de 2 horas, después de lo cual se entregarán 2 productos: 1 video editado de 30 segundos y 1 de dos horas. Se refieren a entregar el 100% de la grabación original editada?

*R: Las dos horas se refieren a material en crudo, los 30 segundos sí requieren edición.*

142. “Diseño y producción de foto-vídeo con imágenes y textos de un minuto. Incluye diseño y mezcla de sonido, libres de derechos de autor. UNFPA entrega imágenes” ¿Quién provee esas fotografías y/o videos?

*R: UNFPA proveerá las fotografías y los videos.*

143. “Apoyo en la transmisión en vivo de eventos de alto impacto de la oficina (desde la elaboración de las piezas hasta asegurarse de todos los detalles técnicos para que las transmisiones tengan una excelente calidad) (CON EQUIPOS DE STREAMING INCLUIDO)” Aumentar la descripción para garantizar el mismo estándar ¿a cuántas cámaras?

*R: Se requiere grabar a dos cámaras, un micrófono fijo, 3 inalámbricos, canal dedicado de internet para la transmisión, plataforma y la operación de la transmisión incluida.*

144. ¿En la transmisión en vivo de eventos de alto impacto son desde Bogotá? ¿A cuántas cámaras, cuantos micrófonos? Poner territorios.

*R: Ver respuesta a pregunta 143.*

145. “Creación de video con animación de personajes Duración de 30seg. – 1 minuto Incluye diseño, mezcla de sonido, libres de derechos de autor (800x800px o 1080 x 1920px / Full hd ). Entrega en mp4” ¿Cuántos personajes estiman que tendrán que animarse y qué técnica prefieren (esto dado que cada personaje requiere voz diferente)?

*R: Se requiere la animación de dos personajes para esa duración de tiempo.*

146. ¿Las cotizaciones deben incluir el Iva de 19% ?

*R: Los precios unitarios son sin IVA y debe además cotizar el IVA en el formulario en Excel adjunto, sin embargo, en la facturación el proveedor debe incluir el valor del IVA.*

147. en el Ítem. “ Producción de 2 horas de grabación audiovisual, en exteriores”. ¿Es un video de 2 horas, o un video con 2 horas de material de grabación? ¿El video es como entregar el material grabado?



*R: Es un video con dos horas de material de grabación.*

148. ¿La música (licencia stock) la proporcionan ustedes?

*R: No. Se requiere que la agencia proporcione esta licencia.*

149. ¿Normalmente cuantos formatos y que formatos existirían de adaptación? Si no existe un número ¿podemos colocar el número de adaptaciones máximas que haríamos?

*R: Se solicitan tres ajustes a los productos sin costo.*

150. ¿La unidad de medida 1 Horas, se refiere a 1 hora de trabajo o 1 hora de video editado?

*R: Se refiere a una hora de producción audiovisual con material crudo no editado.*

151. ¿Quién pone el medio de pago para la pauta digital, ¿La agencia o la organización?

*R: El proveedor debe incluirlo en el listado de precio.*

152. El punto G. solo pide diseño y diagramación, pero se titula DISEÑO GRÁFICO/IMPRESOS DIGITALES, ¿Deberíamos cotizar la impresión?

*R: No. Hace referencia a que los archivos digitales pueden requerirse para impresión, pero no requerimos servicios o cotizaciones de impresión.*

153. ¿Se trata de una bolsa?

*R: No se trata de una bolsa, el modelo de trabajo es por demanda.*

154. ¿Cuál es el flujo de trabajo previsto?

*R: El trabajo estimado es el 50% de cantidad estimada.*

155. ¿Quién hace los libretos y los copys?

*R: La agencia es la encargada de realizar los libretos y copys*

156. No existe un rubro de CONCEPTUALIZACIÓN de las campañas y estrategias, ¿se incluye en el desarrollo de las piezas?

*R: Sí, debe ser incluido en los ítems que requiera.*

157. Para establecer el fee, como es una bolsa y no se saben los requerimientos del cliente, se debe establecer un VALOR FIJO MENSUAL PARA LA EMPRESA POR ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO.

*R: No se contempla un fee por administración de proyecto. El modelo de trabajo es por demanda.*

158. ¿No existe un FEE mensual de administración para la empresa?

*R: Ver respuesta a pregunta 157.*

159. Se menciona que UNFPA tiene un plan de comunicaciones. ¿Esto significa que ustedes entregan la narrativa y mensajes claves para los diferentes públicos o tenemos que construirla?

*R: La agencia debe construir los mensajes basados en las indicaciones y el plan de comunicación que se está construyendo.*

160. Sobre los ítems de producción audiovisual, les agradecemos si nos pueden aclarar las siguientes dudas: En el ítem "Producción de 2 horas de grabación audiovisual, en exteriores (debe incluir micrófonos, cámaras, luces)", ¿se debe cotizar únicamente el servicio de grabación?

*R: Sí, solo la grabación, se requiere la entrega de material en crudo.*

161. los ítems: "Producción de reel para redes sociales" deben incluir costos de producción de material base (entrevistas, imágenes de apoyo, etc) o se partiría de material previamente producido?

*R: Se parte de material previo.*

162. En los ítems "Creación de video con animaciones" debemos considerar la creación de las historias y guiones?

*R: Sí, se requiere guion. Ver TdR Adenda 3.*

163. Ítem: 1 video con 4 horas de grabación. Pregunta: ¿Si bien son 4 horas de grabación, de qué tiempo se espera el video final?

*R: Se requiere el material en crudo sin editar.*

164. Ítem 2: video con 8 horas de grabación. Pregunta: ¿Si bien son 8 horas de grabación, de qué tiempo se espera el video final?

*R: Se requiere el material en crudo sin editar.*

165. ¿Los tiempos de edición son horas de trabajo? ¿o tiempo de resultado de las piezas? (tiempo editado)

*R: Se refiere a horas de trabajo.*

166. ¿Los reels para redes sociales son con material proporcionado por cliente?

*R: En algunos casos se entrega el material y otros se espera material de stock.*

167. Confirmar duración gifs, ¿porque los piden tan extensos?

*R: Se solicita cotización para gif de 10 segundos y 30 segundos Ver TdR Adenda 3.*

168. ¿Cuántas competencias se deben analizar para el informe?

*R: Depende del ítem al cual haga referencia, en general refiere a impactos de audiencia, alcance e interacción, o número de publicaciones.*

169. ¿Cuántos contenidos y para cuantas redes deben tener las parrillas mensuales?

*R: Deberían tener 4 contenidos por semana para las redes: facebook, X, e instagram.*

170. 1 cover por cada red x 3 veces Instagram no tiene cover nos daría un total de 12 no de 9 ¿Cuál es el monto total de inversión en pauta?

*R: Entre 500 y 1000 dólares semestrales.*

171. ¿Tienen alguna herramienta preferida para social listening? ¿o podemos proponerla?

*R: Pueden proponerla.*

172. ¿Los cubrimientos a eventos son en Bogotá? ¿incluyen streamming, internet dedicado, sonido? Etc.

*R: Existe un ítem para cotizar específicamente el streaming, para cubrimiento de fotografía esto no es requerido.*

173. ¿El servicio de mailchimp o plataforma de envío de correos lo proporciona cliente o la agencia?

*R: La plataforma la proporciona UNFPA.*

174. ¿En estrategia SEO, son 2 estrategias de 3 meses cada una para un total de 1 de 6 meses?

*R: Se pide cotizar la unidad de medida. Una estrategia para 3 meses y una para 6 meses.*

175. ¿La estrategia SEO es trazarla o implementarla?

*R: Se requieren las dos cosas, trazarla e implementarla.*

176. Diagramación de cartilla ilustrada ¿cuántas ilustraciones?

*R: Se modifica, ver TdR Adenda 3.*

177. Diagramación de cartilla con cuadros estadísticos ¿cuántos cuadros estadísticos?

*R: Se modifica, ver TdR Adenda 3.*

178. En diseño de agendas ¿cuántos insertos?

*R: Cotizar con 2 insertos, 4 insertos y 6 insertos.*

179. ¿Que son rutas de atención?

*R: Hace referencia a rutas de atención en salud sexual y reproductiva.*

180. ¿Cuáles son los productos mencionados en los Términos de Referencia? (No encontré el adjunto que especifica) ¿Exactamente cuál es la dimensión de sus requerimientos? ¿De qué se trata exactamente el proyecto? ¿Y qué exactamente debemos cotizar?

*R: Por favor consulte el alcance del requerimiento en los TdrR versión Adenda 3.*

181. Ítem: Grabación de voz en off por minuto (no incluye locutor) Pregunta: es en estudio o en una locación del cliente. De esto depende el costo de estudio o no.

*R: Es en un estudio profesional suministrado por la agencia.*

182. Valor por hora soporte de animación. P: Podrían dar una referencia del tipo de animación que se desea cotizar, ya que existen diferentes técnicas y todas requieren de unos recursos diferentes.

*R: Se comparten dos referencias: <https://www.youtube.com/watch?v=mzAgF7Su2sc>  
<https://www.youtube.com/watch?v=0P9WtqHJ3G8>*

183. Producción de reel para redes sociales (30 segundos). P: ¿Se refieren a un reel en video, o en animación? ¿EL material debe ser grabado, o ilustrado por la agencia? o el material es entregado por UNFPA y se produce por la agencia?

*R: El material es entregado por UNFPA y producido por la agencia.*

184. Ítem: Capacitación básica, presencial a grupo de 10/20/30 personas, sobre producción, preproducción y postproducción audiovisual. P: El servicio ¿incluye el espacio, alimentación, bebidas, materiales, logística? o son solamente los facilitadores y/o algún recurso pedagógico digital?

*R: Incluye solamente la persona que facilita y el recurso pedagógico que requiera.*

185. Desarrollo de estrategia de comunicación digital para 6 meses. P: No encontramos en el documento fechas emblemáticas anexo 1, por favor aclarar dónde esta.

*R: Se adjunta Anexo.*

186. Desarrollo de parrilla de contenidos: P: No está claro si es por 6 meses o por 6 años. Por favor aclarar.

*R: Hace referencia a 6 meses.*

187. Incluye desarrollo de imágenes, gif y 2 videos de 30 segundos. Así como se define dos videos de 30 segundos, por favor definir la cantidad de imágenes y gif que se requieren para así tener igualdad de condiciones para la cotización.

*R: Se especifica: 10 imágenes, 4 gif, dos videos,*

188. Administración y optimización de campaña digital con pauta. P: Normalmente, el porcentaje de la implementación de la pauta varía de acuerdo a la inversión. ¿Podrían plantear uno o más escenarios de inversión?

*R: La inversión estimada está entre 500 y 1000 dólares semestrales.*

Por otro lado, el formulario de cotización solicita la información en pesos no en porcentaje, en este caso ¿cómo se debe contestar o ingresar en el formulario de precios?

*R: Se debe indicar el porcentaje.*

189. Social listening en caso de coyunturas que puedan afectar la reputación de UNFPA, así como en fechas emblemáticas de la agencia. P: Sugerimos establecer un número de días para el Social listening, y así poder tener igualdad de criterios entre todos los competidores de la convocatoria para cotizar.

*R: Se requiere cotización para 7 días y para 15 días.*

190. Desarrollo de piezas gráficas o videos, que no estén incluidos dentro de la parrilla. P: El costo de video, frente a una imagen o gif es muy distinto. podrían especificar qué tipo de video se requiere, qué producción necesita. Además, el ítem mezcla estas piezas, señalando la cantidad de 10 piezas, ¿podrían explicar cuántos videos son de esas 10 piezas? esto mismo con los gif e imágenes.

*R: 1 video de 30 segundos con imágenes que proveerá UNFPA y 1 gif de 30 segundos*

191. Apoyo en la transmisión en vivo de eventos de alto impacto. P: Entendemos que la responsabilidad es la realización técnica del streaming del evento, pero no del sonido, la luz, cámaras, espacio, etc, ¿es así? ¿La conectividad a internet la entrega UNFPA? o se debe cotizar la conectividad?

*R: No, la agencia debe asegurar el sonido, la luz, cámaras y la conectividad de internet. No se debe incluir el lugar.*

192. Diseño e implementación de estrategia para mejorar el posicionamiento de UNFPA. P: ¿Es una estrategia para 3 o 6 meses?

*R: Se requiere cotización para una de 3 meses y una de 6 meses.*

193. G. DISEÑO GRÁFICO. P: Sobre este ítem se especifica (Diseño y diagramación) lo cual indica que los textos finales serán suministrados por UNFPA y no toca desarrollar su contenido. Y se entiende también que no se requiere la impresión.

*R: Sí, los textos serán suministrados por UNFPA y no se requiere impresión.*

194. En publicaciones se habla de distintas cantidades de hojas por pieza: variaciones de 50, 100, 120. P: ¿cuál cotizamos?

*R: Por favor cotizar cada una de las variaciones.*

195. En el ítem Merchandising, se entiende que es diseño y no impresión P: ¿Es así?

*R: Sí, se trata de diseño y no de impresión.*

196. Animación. P: ¿Los motion graphics deben incluir locución?

*R: No, no se requiere impresión.*

197. En el caso de animación de personajes, P: ¿deben "hablar"? ¿se necesitaría la voz de un actor? Aclarar y ¿cuántos personajes por video?

*R: Dos personajes por video y sí se requiere locución.*

198. Ajuste de word. P: ¿cuántas páginas se estiman por documento?

*R: Cotizar ajuste para documento de 10, 20 y 30 páginas (cotizar el ítem con cada una de las variaciones)*

199. En la sección de Diseños especiales, ¿de qué extensión son los documentos word que deben ser ajustados?

*R: Ver respuesta a pregunta 198.*

200. Señalética P: se entiende que es el diseño, no la impresión. ¿Es así?

*R: Se requiere solo el diseño y no la impresión.*

201. Sección Documentación requerida El formulario de la oferta técnica ¿cuál es? no lo encontramos. ¿a qué se refieren con la oferta técnica? ¿es libre la propuesta técnica?

*R: Se adjunta formulario.*

202. ¿Es viable presentarse bajo la figura de Unión Temporal o Consorcio? En caso de que sí sea posible, ¿qué documentación se debe adjuntar de cada empresa? Desde comms sugerimos que no

*R: Es viable, sin embargo, deben designar e indicar cual es la empresa líder para efectos de facturación y registro.*

203. En cuanto al Anexo I, formulario de cotización de precios, ¿se debe usar una línea por cada producto estipulado en la SDC? ¿Se debe diferenciar cada segmento?

*R: Se debe cotizar cada elemento. Ver formulario en Excel.*

204. Para el Anexo I ¿Qué gastos están contemplados para la sección de “Otros gastos”?

*R: No hay otros gastos, debe contemplar en el precio los costos asociados.*

205. En cuanto a los productos audiovisuales, ¿en qué formato se deben entregar los videos?

*R: En formatos MP4, full HD y 4k.*

206. Para el segmento B, Redes sociales: ¿Cuál es el alcance esperado del Social Listening?

*R: Se requiere implementación de social listening para 7 días y uno para 15 días y el alcance debe contemplar las redes sociales con las que cuenta la agencia: X, IG, facebook y youtube.*

207. Para la compra de imágenes ¿Cuál licencia debe tenerse en cuenta, standard o full release?

*R: Cotizar Full release.*

208. ¿Los eventos que deben ser transmitidos en vivo son presenciales o son tipo webinar? En caso de que sean presenciales, ¿cuántas cámaras se deben emplear para la transmisión?

*R: Presenciales y se requieren dos cámaras.*

209. Para literal G. Diseño gráfico: ¿Se debe contemplar la impresión de los productos listados?

*R: No se debe incluir impresiones.*

210. En cuanto a las publicaciones, ¿se deben cotizar cada una de las variaciones de cantidad de páginas?

*R: Sí, se requiere cotizar cada una de las variaciones.*

211. ¿Se debe contemplar un webmaster para la administración de la página web?

*R: No se contempla webmaster, la administración de la página está a cargo de UNFPA*

212. ¿Para la gestión de medios, debemos incluir pauta paga o solo será free press?

*R: Solo se contempla free press.*

213. Qué duración tendrá el contrato?

*R: Ver respuesta a la pregunta 1.*

214. ¿Nos pueden dar algún rango para el Presupuesto? Se debe enviar la propuesta económica a modo de fee o por cada una de las piezas que están en los TDR?

*R: No se entrega rango de presupuesto la propuesta económica es por demanda, se requiere cotización de cada una de las piezas que están en los TDR.*

215. Para los Reels de rrss, con qué material se realizarán?

*R: UNFPA entrega el material.*

216. ¿A qué se refieren con “Diseño y producción de foto-vídeo”?

*R: Refiere a realizar un video a manera de collage de fotos, algunos textos e imágenes.*

217. Para las Capacitaciones, se debe incluir logística (salón, etc), o solamente los honorarios del capacitador?

*R: Solamente honorarios del capacitador.*

218. ¿Cuántas redes o canales digitales se manejarán?

*R: Facebook, X Instagram y YouTube*

219. Cual es el anexo donde dice “Diseño e implementación de campañas para fechas conmemorativas”?

*R: Ver anexo adjunto.*

220. Para los impresos y las presentaciones nos entregan los textos finales y las imágenes que acompañarán los textos?

*R: No se requieren impresos. En cuanto a las presentaciones UNFPA entrega textos e imágenes.*

221. Para las piezas para redes sociales, nos proporcionan las imágenes?

*R: En algunos casos se proporcionan las imágenes, en otros casos se requiere diseño gráfico o stock.*

222. Contaremos con un banco de imágenes y videos inicial o debemos cotizar una primera producción para levantamiento de material?

*R: Se cuenta con un banco de imágenes y videos inicial.*

223. Para las Animaciones, nos entregan guiones y línea gráfica? ¿Incluye locución?

*R: Para las animaciones de personajes se requiere locución y guiones.*

224. En los puntos B Y D numeran nuevos productos audiovisuales, diferentes a los listados del numeral A. ¿salen estos productos de esos cubrimientos? algo así como una edición del documental para redes sociales? o debemos tenerlos presentes en un paquete totalmente diferente?

*R: Es algo diferente, es un paquete nuevo.*

225. Piden valor unitario de cada producto, pero a la vez una serie de profesiones y personal contratado laboralmente para la ejecución ¿se contrata el valor total de la propuesta? o ¿por productos? ¿qué pasa si por cuestiones ajenas al contratista, el número de productos no se desarrollan? ¿no se pagan?

*R: UNFPA exige ningún tipo de personal contratado, el valor requerido es por producto, teniendo esto en cuenta, los productos no desarrollados no serán pagos.*

226. Dicen que la contratación son dos meses. Confirmar tiempo de contratación.

*R: Ver respuesta a la pregunta 1.*

227. ¿Se tienen formatos preestablecidos para presentar propuesta técnica y financiera?, de ser así, remitir enlace de visualización y descarga.

*R: Se adjuntan.*

228. ¿Como descargar el formulario cotización de precios? Ya que en la página web, el link de mayor información y documentos adjuntos, remite a una página que no corresponde con el objeto.

*R: Ver documentos anexos en el link de la publicación.*

229. ¿Cómo se entrega las fotografías realizadas en los eventos (disco, nube, etc)?

*R: Se requiere entrega por nube.*

230. Audiovisual ¿Determinar número de días en el viaje y cantidad viajes?

*R: No se requiere que la cotización incluya los costos de tiquetes o estadía, una vez se haga la solicitud se definirán los números de días de las misiones.*

231. ¿Se puede en el viaje del video de 4 horas, recoger el material para el video de 8 horas, o son en ciudades o regiones diferentes?

*R: Esto dependerá del tipo de video que se requiera. No se necesita que la cotización incluya los costos de tiquetes o estadía, una vez se haga la solicitud se definirán los números de días de las misiones.*



232. ¿Los 20 videos de 30 segundos, salen de la producción de los videos de 4/8 horas, o son videos independientes?

*R: En algunos casos sí y en otros no, esto no debe afectar la cotización puesto que UNFPA entrega los insumos para la edición.*

233. Modificar la unidad de medida. Es un video de dos horas grabado con entrega de material en crudo.

*R: Producción de 2 horas de grabación audiovisual, en exteriores.*

234. ¿Capacitación para proceso de codificación?

*R: No, no se requiere capacitación para proceso de codificación.*

235. ¿Cantidad de spot de radio, tv, mailing, y diseños para impresos?

*R: Ver Tdr Adenda 3. Diseño e implementación de campañas para televisión. La campaña debe incluir plan de trabajo, y el diseño y producción de 2 productos comunicativos en formato para tv.*

*Producción de spots publicitarios en video audiovisual: 1 spot de 15 segundos de duración animado con dos personajes, locución y 1 video de 15 segundos de duración con imágenes de video con musicalización. Se espera que la agencia haga la negociación y que provean la cotización para la circulación con cobertura nacional en Caracol TV y RTVC de los spots con una emisión semanal durante un (1) meses. Cotizar con pauta y también con gestión para código cívico.*

*Este ítem incluye la elaboración de mensajes clave y guiones.*

236. ¿Campaña hace referencia a comercial o varios comerciales?

*R: Ver respuesta a pregunta 235.*

237. ¿Duración comercial?

*R: Ver respuesta a pregunta 235.*

238. ¿Vigencia comercial / campaña?

*R: Ver respuesta a pregunta 235.*

239. Las Campañas solicitadas de qué tiempo de duración serán?

*R: Ver respuesta a pregunta 235.*

240. En cuanto al segmento D. Diseño e implementación de campañas y comunicación estratégica: Con productos comunicativos para TV, ¿debemos entenderlo como producción de comerciales?

*R: Ver respuesta a pregunta 235.*

241. ¿Qué presupuesto debemos tener en cuenta para los spots de TV?

*R: Ver respuesta a pregunta 235.*

242. ¿De qué duración deben ser los 5 productos comunicativos para tv?

*R: Ver respuesta a pregunta 235.*

243. ¿Con implementación de las campañas, debemos entender que también el alcance contempla la negociación con agencias de medios para la difusión en TV y Radio?

*R: Ver respuesta a pregunta 235.*

244. “Diseño e implementación de campañas para televisión La campaña debe incluir plan de trabajo, y el diseño y desarrollo de 5 productos comunicativos en formato para tv” Especificar más el tipo de producto y duración (spot publicitario de 10, 15, 30 segundos) Producto animado o con qué tipo de técnica.

*R: Ver respuesta a pregunta 235.*

245. Cuando se refieren a “desarrollo e IMPLEMENTACIÓN”, por ejemplo, en el caso de televisión, ¿se debe incluir el valor de la PAUTA EN TELEVISIÓN e igual en los otros medios? Si esto es así, ¿por cuánto tiempo se debe incluir LA PAUTA EN MEDIOS?

*R: Ver respuesta a pregunta 235.*

246. Diseño e implementación de campañas y comunicación estratégica - Página 9 - Ítem: Diseño e implementación de campañas para televisión, La campaña debe incluir plan de trabajo, y el diseño y desarrollo de 5 productos comunicativos en formato para tv. Favor definir y concretar ¿cuáles son los 5 productos, son programas completos? ¿Son videos cortos? ¿Son comerciales?

*R: Ver respuesta a pregunta 235.*

247. ¿Cuál es el alcance de implementación de campaña para tv? ¿La producción de los comerciales como se determina?

*R: Ver respuesta a pregunta 235.*

248. Diseño e implementación de campañas para televisión La campaña debe incluir plan de trabajo, y el diseño y desarrollo de 5 productos comunicativos en formato para tv  
¿Hay que incluir pauta en tv o es solo free press? ¿Cuánto tiempo? ¿Hay presupuesto para pauta?  
¿Qué cobertura?

*R: Ver respuesta a pregunta 235.*

249. ¿Es viable cotizar el "Diseño e implementación de campañas" dado que es muy amplio y etéreo?

*R: Ver respuesta a pregunta 235.*

250. Con productos comunicativos para Radio, ¿debemos entenderlo como producción de cuñas?

*R: Se modifica ver TdR Versión Adenda 3: Diseño e implementación de campañas para radio. La campaña debe incluir plan de trabajo, y el diseño y desarrollo de productos comunicativos en formato para radio con 5 productos.*

*Producción de cuñas radiales de carácter educativo e informativo en formato MP3 y WAP, cada spot de 20 segundos de duración: 3 spots a una voz y 2 spots a dos voces grabados en estudio profesional con musicalización y efectos para evocar territorio (sonidos de agua, de gente hablando, etc).*

*Se espera que la agencia haga la negociación y que provean la cotización para la circulación con cobertura nacional en las dos siguientes emisoras informativas: Blu radio y caracol básica; además en las siguientes dos emisoras del sistema de medios públicos: Radio Nacional de Colombia y Radiónica. Este ítem incluye la elaboración de mensajes clave y guiones.*

*Realizar cotización con pauta y por free press.*

251. ¿Qué presupuesto debemos tener en cuenta para los spots de Radio?

*R: Ver respuesta a pregunta 250.*

252. ¿De qué duración deben ser los 5 productos comunicativos para radio?

*R: Ver respuesta a pregunta 250.*

253. “Diseño e implementación de campañas para radio La campaña debe incluir plan de trabajo, y el diseño y desarrollo de productos comunicativos en formato para radio con 5 productos”. Ampliar información de los productos esperados (podcast, cuñas, entre otros).

*R: Ver respuesta a pregunta 250.*

254. campañas para radio:  
¿Hay que incluir pauta o es solo free press?  
¿Cuánto tiempo?  
¿Hay presupuesto para pauta?  
¿Qué cobertura?

*R: Ver respuesta a pregunta 250.*

255. ¿Cuál es el alcance de implementación de campaña para radio? La producción de las cuñas de radio que duración debe tener, cuáles son los lineamientos.

*R: Ver respuesta a pregunta 250.*

256. Diseño e implementación de campañas y comunicación estratégica - Página 9 - Ítem: Diseño e implementación de campañas para radio. La campaña debe incluir plan de trabajo, y el diseño y desarrollo de productos comunicativos en formato para radio con 5 productos. Favor definir qué tipo de productos esperan para radio, su duración, formato y requerimientos.

*R: Ver respuesta a pregunta 250.*

257. ¿Cuál es el alcance del “Diseño e implementación de estrategias de comunicación para el desarrollo y comunicación para la transformación social con enfoques (...)”?

*R: Se modifica ver TdR Versión Adenda 3. Diseño e implementación de estrategias de comunicación para el desarrollo y comunicación para la transformación social con enfoques: -Género -Juventudes - Discapacidad -Mujeres -Étnico*

*Las estrategias deben ser de carácter interseccional y responder al objetivo comunicativo indicado por UNFPA*

*Se debe entregar un documento donde se desarrolle con detalle la estrategia. La implementación debe incluir dos sesiones presenciales de 4 horas en los territorios\*, en las cuales participarán 15 personas, se deben incluir materiales - en caso que la estrategia lo contemple-, Ideación colectiva, y liderazgo de la metodología. No se deben incluir impresos y ni temas logísticos como alimentación, lugar, estadía ni tiquetes.*

*\*Los territorios donde se implementarán pueden ser: Bogotá, Quibdó, Riohacha, Buenaventura. Cali, Cúcuta, Arauca, Tumaco y Popayán; no obstante son estrategias separadas y la cotización se debe pensar para un solo territorio.*

258. Para el ítem Diseño e implementación de estrategias de comunicación para el desarrollo y comunicación para la transformación social definir alcance de la agencia si se hace un documento con la estrategia o se debe contemplar la realización de la misma en territorio.

*R: Ver respuesta a pregunta 258.*

259. Diseño e implementación de estrategias de comunicación para el desarrollo y comunicación para la transformación social:

*R: Ver respuesta a pregunta 258.*

260. ¿Hay un estimado de piezas?  
¿Se incluyen impresos? ¿Qué tipo? ¿Qué cantidad?  
¿Cuántos viajes se contemplan al mes, a que destinos y cómo se determinan los costos de traslados, tiquetes terrestres, aéreos, viáticos y alimentación en territorios?

*R: Ver respuesta a pregunta 258.*

261. ¿Cuál es el alcance del “Campaña de comunicación interna que incluya estrategia, diseño de piezas comunicativas e implementación híbrida (presencial y virtual) (...)”?

*R: Se modifica ver TdR Versión Adenda 3. Campaña de comunicación interna que incluya estrategia, diseño de piezas comunicativas e implementación híbrida (presencial y virtual) Ideación colectiva, se debe diseñar y liderar la metodología para trabajo con UNFPA. Se debe entregar un documento donde se desarrolle con detalle la estrategia. La implementación debe tener componente on line y off line para implementar con el personal de UNFPA, el tiempo de la campaña será de un mes, con 6 piezas digitales de diseño gráfico para circulación por whatsapp y correo electrónico y una activación en la oficina de Bogotá que puede ser una actividad de refuerzo informativo sobre un tema específico de la agencia, para 20 personas. No se requiere pautar para esta estrategia.*

262. Es necesario contar con especificaciones como: El tiempo estimado de campaña, el número de piezas y sus especificaciones, el alcance esperado, la audiencia, la duración, si se va a pautar o no.

*R: Ver respuesta a pregunta 261.*

263. Para el ítem Campaña de comunicación interna que incluya estrategia, diseño de piezas comunicativas e implementación híbrida (presencial y virtual) Ideación colectiva, se debe diseñar y liderar la metodología para trabajo con UNFPA dar alcance .

*R: Ver respuesta a pregunta 261.*

264. Diseño e implementación de estrategia de relacionamiento a 6 meses. P: Por favor establecer unos mínimos esperados.

*R: Se modifica ver TdR Versión Adenda 3. Relación de 6 meses con tres medios de comunicación masivos, tres locales, se esperan al menos dos publicaciones free prees con cada medio, es decir tres masivos y tres locales.*

265. ¿Cuántas publicaciones mínimas mensuales se exigen para campaña PR?

*R: Ver respuesta a pregunta 264.*

266. Diseño e implementación de campanas para fechas conmemorativas\* con presencia on y off line que incluya, videos e imágenes para redes sociales, spots para radio, mailings, y diseño para impresos. La campaña debe incluir plan de trabajo, y el diseño y desarrollo de productos comunicativos en diferentes formatos. \*Ver anexo ¿Cual es el anexo de este item?

*R: Se adjunta Anexo.*

267. Ítem: Diseño e implementación de campañas para fechas conmemorativas\* con presencia on y off line que incluya, videos e imágenes para redes sociales, spots para radio, mailings, y diseño para impresos. La campaña debe incluir plan de trabajo, y el diseño y desarrollo de productos comunicativos en diferentes formatos. \*Ver anexo. Por favor compartir anexo ¿Cuánto tiempo de duración? ¿Cuántos spots y piezas? ¿Hay que incluir pauta en diferentes medios?

*R: 1 videos de 30 segundos para redes sociales, 5 piezas gráficas digitales, 1 spot para radio de 20 segundos a una voz con grabación en estudio profesional, 2 mailing, y diseño de un afiche tabloide. No se requiere pauta. Se requiere cotización para una semana y para dos semanas.*

268. Diseño e implementación de campañas y comunicación estratégica - Página 10 - Ítem: Ideación de nombre de proyecto o campaña. Se debe proponer e implementar la metodología de ideación colectiva. Favor delimitar el alcance de este requerimiento.

*R: Una sesión de una hora con el personal técnico de UNFPA según requerimiento.*

269. ¿Qué tipo de campaña BTL (interior o exterior)?

*R: Se requiere propuestas de activación, de acuerdo a las necesidades identificadas por UNFPA y transmitidas a la agencia, es decir se espera un documento de propuesta sin implementación*

270. ¿Lugar de las activaciones BTL?

*R: Ver respuesta a pregunta 269.*

271. ¿Duración de las activaciones BTL?

*R: Ver respuesta a pregunta 269.*

272. ¿Cuál es el alcance de una de las activaciones que se hacen en BTL?

*R: Ver respuesta a pregunta 269.*

273. ¿Cuáles son las zonas de ejecución, especialmente para activaciones BTL?

*R: Ver respuesta a pregunta 269.*

274. Diseño e implementación de campañas y comunicación estratégica - Página 9 - Ítem: Diseño e implementación de campañas BTL con 5 activaciones para diferentes públicos de interés de la agencia. La campaña debe incluir plan de trabajo, y el diseño y desarrollo de productos comunicativos en diferentes formatos. Ideación colectiva, se debe diseñar y liderar la metodología para trabajo con UNFPA. Dado que la implementación de una campaña BTL maneja diferentes variables, por ejemplo, puede ser una activación con vehículos, con personas, un evento musical... es muy difícil cotizar algo que no está definido. Solicitamos indicar el alcance de este requerimiento.

275. Para las Campañas BTL, ¿qué tipo de activaciones son? Número de personas, lugar, etc

*R: Ver respuesta a pregunta 269.*

276. Diseño e implementación de campañas BTL  
¿En qué lugares se implementan las campañas?  
¿Cuanto tiempo?

*R: Ver respuesta a pregunta 269.*