

ACLARACION No. 1 A LOS TÉRMINOS DE REFERENCIA CP-002 CUYO OBJETO ES

Consultoría para estructurar la definición de la estrategia, el diseño de piezas y acompañar la gestión de comunicación pública y cultura que permita comunicar su rol institucional dentro de la comunidad y sus públicos de interés.

AGOSTO DE 2010

ACLARACIÓN No 1

"En el punto 1.16.1 se habla de acreditar experiencia de 3 contratos en los últimos 3 años..., quisiera conocer que características deben cumplir estos contratos, adicional si deben ser contratos ejecutados o en proceso y si es una copia del contrato o solo la descripción del mismo, lo que se requiere para certificar la experiencia".

RESPUESTA

Debe tenerse presente que el objeto del contrato a certificar debe estar relacionado con el diseño de estrategias de comunicación pública.

Los contratos pueden estar ejecutados o en ejecución. Si el contrato se encuentra en ejecución se exige que el mismo lleve como mínimo el 70% de ejecución.

La experiencia a certificar debe constar en un documento donde se relacione como mínimo el objeto del contrato, el alcance, la fecha de inicio, la fecha de terminación y los datos de contacto para verificar la información.

ACLARACIÓN No 2

"En el punto 3.2 Factores de Evaluación..., se habla del Diseño de la Propuesta Técnica, quisiera saber bien a que se refieren y que esperan recibir en ese punto, pues buscando más encuentro en el punto 5 el Anexo 1 pero me parece que es algo muy detallado para ser un proceso inicial".

RESPUESTA

Para evaluar este aspecto se tendrá en cuenta la forma o metodología que utilizará para desarrollar la propuesta al igual que la coherencia en toda la presentación de la misma.

Se aclara que los entregables de las fases reseñadas en los términos de referencia numeral 5 hacen parte de la ejecución del contrato que llevará a cabo el proponente escogido para tal fin.

Por tanto, en este criterio de evaluación solo se tendrá en cuenta la forma o metodología que se utilizará para desarrollar las etapas al igual que la coherencia en toda la presentación de la misma.

ACLARACIÓN No 3

"Sobre las Garantías, todo el tiempo se habla de contratista y no de proponente, o sea que para esta etapa inicial de la propuesta no se requieren garantías?"

RESPUESTA

Se aclara que las garantías solo se exigen al proponente que resulte seleccionado para desarrollar el contrato.

ACLARACIÓN No 4

Se aclara el numeral 4.4 de los Términos de referencia "valor del contrato", en el sentido de que el valor del contrato estará determinado por el valor total de la propuesta. Por tanto se deja sin efectos la expresión "...más el 30% del valor del presupuesto (este porcentaje será destinado para la producción de piezas)".

El valor de las piezas relacionadas en el anexo 2 es un criterio de desempate que no hace parte del valor total del contrato.

ACLARACIÓN No 5

A continuación se especifican los siguientes entregables, relacionados en el anexo 1 especificaciones técnicas:

Fase de Cultura de la innovación:

Se aclara el siguiente entregable:

Aplicación del concepto de la estrategia en:

- *Medio audiovisual*
- *Aviso de prensa o revista*
- *Correo directo*
- *Internet*
- *Merchandising*

Este entregable hace referencia a la descripción y explicación de cómo la estrategia debe aplicarse en los medios mencionados. No hace referencia a la producción de piezas para esos medios.

Fase de Posicionamiento de Marca:

Se aclaran los siguientes entregables:

1. Investigación sobre la percepción de marca de Ruta N por parte de los públicos de interés.

Esta investigación deberá tener mínimo cuatro entrevistas a profundidad para cada uno de los grupos que se relacionan a continuación:

- Representantes de grupos de investigación de universidades.
- Representantes de instituciones que hagan parte del sistema regional de innovación.
- Empresarios con unas ventas superiores a 10 mil millones de pesos anuales del sector de salud, energía o de Tecnología de la Información y Comunicación.
- Emprendedores cuyo emprendimiento tenga un alto componente de innovación.

2. Aplicación del concepto de la estrategia en:

- Medio audiovisual
- Aviso de prensa o revista
- Correo directo
- Internet

- Merchandising

Este entregable hace referencia a la descripción y explicación de cómo la estrategia debe aplicarse en los medios mencionados. No hace referencia a la producción de piezas para esos medios.

Cordialmente,

Corporación Ruta N Medellín