

**CONSOLIDADO DE PREGUNTAS A LA FCT RECIBIDAS DURANTE
EL ESTUDIO DE MERCADO O COSTOS**

Fecha 27/03/2014

Las siguientes preguntas se recibieron durante el desarrollo del Estudio de Mercado o Costos para contratar la ejecución de *“un plan de medios en radio, prensa, televisión, sitios web y redes sociales, dirigido a promocionar los derechos de los Niños, Niñas y Adolescentes, el bienestar de las familias colombianas y los diferentes programas y servicios del Instituto en el Marco de la Ley de la Infancia y la Adolescencia.”*

Empresa	MCCAN
Contacto	Dolly Pineda

PREGUNTA No. 1.

Por favor confirmar con qué relación E43 y E44?, son formatos? Esto está en la parte de sitios web y redes sociales.

Respuesta

Este requerimiento se elimina de la solicitud de cotización.

PREGUNTA No. 2.

Prensa: que Diarios? Nacional o Regionales? Tiene diferentes costos.

Respuesta

- Se requiere cotización para Diarios Nacionales y de las siguientes regiones del país: Región Atlántica, Pacífica, Andina, Insular, Caribe, Amazonia y Orinoquía. Los diarios deben ser los de mayor lecturabilidad.
- Aplica para publrreportaje y avisos.

PREGUNTA No. 3.

Radio: que emisoras Nacional CRC, RCN, Olímpica tiene diferentes costos

Respuesta

- Principales cadenas a nivel nacional y de las siguientes regiones del país: Región Atlántica, Pacífica, Andina, Insular, Caribe, Amazonia y Orinoquía. Las cadenas y emisoras deben ser las de mayor audiencia según mediciones de medios.
- Principales emisoras comunitarias de las regiones antes mencionadas. Estas emisoras deben ser las de mayor audiencia según mediciones de medios.
- Aplica para menciones en noticias, mensajes institucionales y cuñas

PREGUNTA No. 4.

Televisión: en que franja, Early, Day, Prime? CRC ,RCN, regional tiene diferentes costo

Respuesta

- En la franja prime y early en los principales canales nacionales y regionales por regiones del país Región Atlántica, Pacífica, Andina, Insular, Caribe. Amazonia, Orinoquia. Los canales deben ser lo de mayor audiencia según mediciones de medios.
- Aplica para menciones en noticias, capsulas en noticias, cortinillas de presentación.

PREGUNTA No. 5.

Para Facebook es que se debe hacer sólo 3 post por semana siendo lunes, miércoles y viernes los días de cambio. (Esto no diferencia el precio de la planeación).

Y en Twitter la inversión mínima mensual es de USD \$5,000, el Hashtag es sólo durante un día (TODA LA INVERSIÓN) y funciona por orden de llegada, mi recomendación sería Promoted Tweet que si se puede durante todo el mes.

Por favor indíquenos cuál es el objetivo con la comunicación en este medio. Pero debemos cotizar twitter en un ítem y Hashtag en otro ítem.

Respuesta

La Entidad requiere cotizar un promoted post semanal para facebook. Esto si el objetivo comunicacional es mover una campaña, sino, habría otras opciones como page like ad para aumentar los fans de la página o url externa que promociona el sitio web. Se requiere que la pauta sea en la modalidad de sponsored history la cual crea mayor impacto al llegar a las personas por medio de sus news feed. En twitter se requiere la cotización de un hashtag semanal y de un promoted tweet mensual.

Empresa	MEC GLOBAL
Contacto	Jonathan Diaz

PREGUNTA No. 6.

En el Documento: ¿A que llaman Rangos? ¿A la cantidad de spots a cotizar ya sea en los medios de Radio, Televisión y Prensa?

Respuesta

- Los rangos se definen como numero de spots a cotizar en los medios de radio, televisión y prensa.
- Se redefinen los rangos y quedan así:
 - Radio mensajes institucionales número a cotizar: 60, 70, 80, 90, 100
 - Radio menciones en noticias número a cotizar: 5, 10, 15, 20, 25, 30, 35, 40, 45, 50
 - Radio secciones número a cotizar: 5, 10, 15, 20
 - Televisión menciones en noticias número a cotizar: 5, 10, 15, 20, 25
 - Televisión cápsulas en noticias número a cotizar: 10, 15, 20, 25, 30
 - Televisión cortinillas de presentación número a cotizar 10": 5, 10, 15, 20, 25
 - Prensa publrreportaje número a cotizar: 1, 5, 10
 - Prensa aviso policromía media página número a cotizar: 1, 5, 10
 - Prensa aviso blanco y negro media página número a cotizar: 1, 5, 10
 - Prensa aviso policromía una página número a cotizar: 1, 5, 10
 - Prensa aviso blanco y negro una página número a cotizar: 1, 5, 10

PREGUNTA No. 7.

En el concepto "mensajes institucionales" ¿Se debe cotizar según rango específico? Me explico: producción de cuñas de 20 segundos ¿Se debe cotizar de 60 a 100 cuñas? Amablemente solicito a la entidad de dar aclaración en este punto.

Respuesta

Se responde según pregunta 6

PREGUNTA No. 8.

En Radio, para Menciones de 10 segundos en Noticieros ¿se debe cotizar en que medios? ¿Noticieros de CRC y RCN Radio? ¿A nivel Nacional o Local? Si es este último ¿ En qué ciudades se debe cotizar? Amablemente solicito a la entidad de dar aclaración en este punto.

Respuesta

- Principales cadenas a nivel nacional y regional por regiones del país Región Atlántica, Pacífica, Andina, Insular, Caribe. Amazonia, Orinoquia. Las cadenas y emisoras deben ser las de mayor audiencia según mediciones de medios.
- Aplica para menciones en noticias, mensajes institucionales, cuñas y noticias.

PREGUNTA No. 9.

En Radio, Las secciones ¿Se deben cotizar en que medio? CRC y RCN Radio, ¿Cuáles son las emisoras específicas a cotizar? ¿A nivel Nacional o Local? Amablemente solicito a la entidad de dar aclaración en este punto.

Respuesta

- Principales cadenas a nivel nacional y regional por regiones del país Región Atlántica, Pacífica, Andina, Insular, Caribe. Amazonia, Orinoquia. Las cadenas y emisoras deben ser las de mayor audiencia según mediciones de medios.
- Aplica para menciones en noticias, mensajes institucionales, cuñas y noticias.

PREGUNTA No. 10.

En televisión: ¿Se debe cotizar menciones en noticieros de TV Nacional y/o Regional? Adicional a esto, Se confirma a la entidad que las cortinillas en Televisión tienen una duración de 10" y no de 1 y 30" así mismo y para tener en cuenta las capsulas en TV Nacional duran 90 segundos. Amablemente solicito a la entidad de dar aclaración en este punto.

Respuesta

- Cotizar cortinillas de 10 segundos.
- Cotizar capsulas de 90 segundos.
- Cotizar cortinillas de presentación de 10 segundos.
- En la franja prime y early en los principales canales nacionales y regionales por regiones del país Región Atlántica, Pacífica, Andina, Insular, Caribe. Amazonia, Orinoquia. Los canales deben ser los de mayor audiencia según mediciones de medios.
- Aplica para menciones en noticias, capsulas en noticias, cortinillas de presentación.

PREGUNTA No. 11.

En Prensa: ¿Se debe cotizar los formatos especificados en que medio? ¿En El Tiempo o en El Espectador o La Republica o El Nuevo Siglo? O ¿Se debe cotizar en medios regionales como El País, El Colombiano, Vanguardia etc etc?

Respuesta

- Se requiere cotización para Diarios Nacionales y de las regiones del país Región Atlántica, Pacífica, Andina, Insular, Caribe. Amazonia, Orinoquia. Los diarios deben ser los de mayor lecturabilidad
- Aplica para publrreportaje y avisos.

Empresa	Mediawise
Contacto	Sebastian Tellez

PREGUNTA No. 12.

Recomendamos ser un poco más específicos con la solicitud, ya que no dice en que vehículos se va a transmitir la pauta, es decir, en Radio no se sabe si es Tropicana, o la W..., En Televisión no se sabe que canal, ni que franja y estas tarifas varían notablemente dependiendo del vehículo de transmisión de la pauta, por lo que para tener un estudio de mercado más aproximado a la realidad, les sugerimos incluir 1 vehículo en cada medio, para que las ofertas y cotizaciones recibidas por parte del ICBF sean más útiles y no queden tan abiertas.

Respuesta

Se aclaran los requerimientos de la Entidad, así:

Prensa:

- Se requiere cotización para Diarios Nacionales y de las regiones del país Región Atlántica, Pacífica, Andina, Insular, Caribe. Amazonia, Orinoquía. Los diarios deben ser los de mayor lecturabilidad.

Televisión:

- En la franja prime y early en los principales canales nacionales y regionales por regiones del país Región Atlántica, Pacífica, Andina, Insular, Caribe. Amazonia, Orinoquía. Los canales deben ser los de mayor audiencia según mediciones de medios.

Radio:

- Principales cadenas a nivel nacional y regional por regiones del país Región Atlántica, Pacífica, Andina, Insular, Caribe. Amazonia, Orinoquía. Las cadenas y emisoras deben ser las de mayor audiencia según mediciones de medios.

Empresa	OPTIMA
Contacto	Aura Maria Castellanos

PREGUNTA No. 13.

Cuál es el grupo objetivo?

Respuesta

Hombres y mujeres mayores de 18 años, familias colombianas, estratos 1, 2, 3, 4, 5 y 6.

PREGUNTA No. 14.

En el anexo – CONDICIONES TÉCNICAS ESCENCIALES PARA LA PRESTACION DEL SERVICIO Y/O ENTREGA DEL BIEN en el ítem 6. EXPECIFICACIONES TECNICAS DE LOS INSUMOS, BIENES, PRODUCTOS, OBRAS O SERVICIOS A ENTREGAR habla de la media revista el cual no es nombrado ni especificado en el mismo anexo en el ítem 4. DESCRIPCION GENERAL Y tampoco está en el cuadro COTIZACION – PLAN DE MEDIOS. Hay que incluirlo?

Respuesta

Revistas: no estaba incluido y hay que incluirla.

- Se requiere cotización para Revistas Nacionales. Las revistas deben ser los de mayor lecturabilidad.

PREGUNTA No. 15.

En el cuadro COTIZACION – PLAN DE MEDIOS en radio cita: mensajes institucionales: producción de cuñas de 20 segundos cada una, en este hay que cotizar la elaboración de las cuñas o a que se refiere??

Respuesta

No hay que cotizar elaboración ni producción de cuñas, se ajusta la Ficha Técnica y la solicitud de cotización.

PREGUNTA No. 16.

En ese mismo cuadro en rangos , en medios el valor de 60 cuñas es muy diferente al valor de 80 cuñas, entonces la pregunta sería que rango se debe tomar para hacer la cotización?

Respuesta

- Se redefinen los rangos y quedan así:
 - Radio mensajes institucionales número a cotizar: 60, 70, 80, 90, 100
 - Radio menciones en noticias número a cotizar: 5, 10, 15, 20, 25, 30, 35, 40, 45, 50
 - Radio secciones número a cotizar: 5, 10, 15, 20
 - Televisión menciones en noticias número a cotizar: 5, 10, 15, 20, 25
 - Televisión cápsulas en noticias número a cotizar: 10, 15, 20, 25, 30
 - Televisión cortinillas de presentación número a cotizar 10'': 5, 10, 15, 20, 25
 - Prensa publrreportaje número a cotizar: 1, 5, 10
 - Prensa aviso policromía media página número a cotizar: 1, 5, 10
 - Prensa aviso blanco y negro media página número a cotizar: 1, 5, 10
 - Prensa aviso policromía una página número a cotizar: 1, 5, 10
 - Prensa aviso blanco y negro una página número a cotizar: 1, 5, 10

PREGUNTA No. 17.

Con post y hashtag emitido, ¿se refieren a la gestión de redes sociales o a anuncios de pauta en Facebook y Twitter?

Respuesta

La gestión de las redes se hace in house, ya que paralelo a eso se emiten otros contenidos diferentes en las redes. Se requeriría por parte de la agencia un informe de métricas del tiempo que dure la campaña, en relación al impacto, alcance, engagement y el crecimiento de la comunidad durante ese tiempo.

PREGUNTA No. 18.

En el caso de ser anuncios, para Facebook sugerimos se mida por número de clics semanales, independientemente del número de anuncios que se vayan a utilizar, pues lo que contaría sería la inversión en clics y no el número de anuncios rotando.

Respuesta

No, la inversión sería en número de impresiones y se mediría su éxito con las métricas, por esto sería un promoted post semanal, como se explica en la pregunta 5.

PREGUNTA No. 19.

Por otro lado, en Twitter la pauta de Hashtags se maneja con inversión diaria. Lo que sugerimos es hacer pauta con un hashtag a la semana y usar post promocionados el resto de la semana para mantener la popularidad del mismo. Éste se mediría hashtag diario y clics semanales.

Respuesta

Lo que el Instituto requiere es la cotización de un (1) Hashtag semanal y un (1) promoted tweet mensual.

PREGUNTA No. 20.

Es importante que aclaren a qué se refiere la columna de rangos para Twitter ¿Al número de hashtags o al número de anuncios promocionados?

Respuesta

Los rangos pertenecen al número de contenidos diarios para publicar.

PREGUNTA No. 21.

¿El prerroll tiene como rango 1? Concluyo que hace alusión a un video, en este caso el conteo se haría por vistas, es necesario saber durante cuánto tiempo estaría al aire el video para hacer una media de vistas, ¿se haría por un mes?

Respuesta

Si, el video se pondría por un mes o, si se requiere, por el tiempo que dure la campaña.

PREGUNTA No. 22.

En la referencia CODIGO ESTANDAR DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DE NACIONES UNIDAS (UNSPSC, V.14.080) Todo la licitación se refiere a la misma o hay otra con numeral (UNSPSC, V.14.0801)?

Respuesta

Según lo definido el Decreto 1510 de 2013 y la “Guía para la Codificación de Bienes y Servicios de acuerdo con el código estándar de productos y servicios de naciones unidas, V.14.080” de la Agencia Nacional para la Contratación Pública – Colombia Compra Eficiente, únicamente se utilizará la versión 14.080. El código del servicio como tal está aún pendiente por definir por parte de la Entidad.