



Libertad y Orden

IMPRENTA NACIONAL DE COLOMBIA
República de Colombia
Empresa Industrial y Comercial del Estado
Nit 830.001.113-1 e-mail: compras01@imprensa.gov.co

**PREGUNTAS Y RESPUESTAS AUDIENCIA
INVITACION INDC-088-2013
CAMPAÑA DE PUBLICIDAD POLICIA NACIONAL**

Preguntas Audiencias Campaña de Publicidad policía Nacional

1. Diego Ponce De León (Y&R)

- a) Solicita precisión sobre lo que se debe presentar. ¿Cuál es el alcance de la presentación conceptual del 27 de agosto (línea de texto, o es materializado, o es una línea gráfica, o una frase, o un animatic)
- b) Solicita extender los plazos de entrega

Respuesta.

- a) Mediante la modificación No. 1 a la Invitación a presentar oferta No. 088, la cual fue publicada en la página web de la Imprenta el 23 de agosto de 2013, el criterio de calificación denominado *IDEA CREATIVA - MÁXIMO 400 PUNTOS*, contenido en el numeral 6 del capítulo IV, fue ajustado en el sentido de incluir las piezas mínimas que se deben presentar con la oferta, así como sus especificaciones y los criterios para su calificación.
- b) En la misma modificación se ajustó la fecha de presentación de ofertas, la cual se fijó para el dos (2) de septiembre de 2013 a las 10:00 a.m. y las fechas previstas para la ejecución de las dos primeras fases, así:
 - *Primera Fase: 30 de septiembre de 2013.*
 - *Segunda Fase: 15 de octubre de 2013.*

2. Juan Botero (MarketMedios)

- a) Solicita Aclarar exactamente cuál es el cronograma de entregas

Respuesta.

- a) Remitirse a la respuesta anterior.

3. Andrés Zambrano (Universal Moscano)

- a) ¿Cómo está conformado el comité evaluador? ¿Quiénes son?
- b) ¿Cómo nos van a evaluar? ¿Cuáles son los parámetros que miden la evaluación?
- c) ¿Se va a tener acceso a las propuestas de los demás competidores?

Carrera 66 No. 24-09 Bogotá, D. C.
PBX: (571) 457 8000 - Fax: 4578034 – 4578035 – 4578037
e-mail: correspondencia@imprensa.gov.co
Internet: www.imprensa.gov.co

- d) ¿Cómo funciona el tarifario del resto de los conceptos?
- e) ¿Cuándo me adjudican? ¿Cuándo me evalúan?
- f) ¿Cuál debe ser el perfil de los profesionales del equipo de trabajo?
- g) ¿Por qué se cierra la experiencia de 9.000 millones de pesos, sobre campañas de posicionamiento y consolidación de imagen, y no se incluyen los otros conceptos también?
- h) ¿Qué pasa si la idea que se presenta no gana, pero en el lanzamiento se ve reflejada parte de la propuesta en la campaña ganadora?

Respuesta.

- a) Tal como se informó en precedencia, el jurado que evaluará la idea creativa estará conformado por Ernesto Camacho Balbrink, Subgerente Comercial y de Divulgación de la Imprenta Nacional de Colombia, Gonzalo Enrique Antequera Blackburn, representante legal de ANTEQUERA ALIADOS S.A., y Jorge Enrique Gómez Prada.
- b) Mediante la modificación No. 1, el criterio de calificación denominado *IDEA CREATIVA - MÁXIMO 400 PUNTOS*, contenido en el numeral 6 del capítulo IV, fue ajustado en el sentido de incluir, entre otros, los criterios para su calificación.
- c) Finalizada la evaluación de las propuestas, todos los interesados podrán conocer las mismas, en virtud del derecho a la información.
- d) Para la determinación del presupuesto asignado a los conceptos 2, 3 y 4, el contratista deberá presentar una propuesta al Comité de Campaña para su análisis, de conformidad con el procedimiento establecido en la obligación contenida en el numeral **31** del anexo 2.
- e) La adjudicación se efectuará en la semana siguiente a la fecha límite para presentación de ofertas, sin embargo podrá ser prorrogada en una semana más si se presenta situaciones que lo ameriten.
- f) Para el equipo mínimo de trabajo contenido en el numeral 3, del Capítulo IV *Calificación y asignación de puntajes*, no se requerirá formación académica, sin embargo el oferente que resulte adjudicatario deberá garantizar para la ejecución del contrato que cuenta con este equipo mínimo que cumpla por lo menos con la experiencia mínima, situación que fue aclarada mediante la modificación No. 1.
- g) Contrario a lo señalado por el observante, esta condición busca que se pueda acreditar la experiencia de manera general en el campañas de posicionamiento y consolidación de imagen, sin embargo para dar claridad sobre el tema, mediante la modificación No. 1 se precisó el alcance de lo requerido en el requisito habilitante contenido en el numeral 3. *Experiencia del proponente*, del literal B. *De carácter Técnico*, del Capítulo III *Requisitos Habilitantes*.
- h) En atención a esta inquietud, mediante la modificación No. 1 se adicionó un numeral al Anexo 1 *Pacto de integridad* de la invitación, mediante el cual todos los proponentes se comprometen a *no utilizar las ideas creativas presentadas por los demás oferentes en el presente proceso*.

4. Miguel Cárdenas (Motion Factory Studios)

- a) ¿Qué debemos hacer y cuáles son los tiempos?
- b) Solicita presentar al comité evaluador

Respuesta.

- i) Mediante la modificación No. 1, el criterio de calificación denominado *IDEA CREATIVA - MÁXIMO 400 PUNTOS*, contenido en el numeral 6 del capítulo IV, fue ajustado en el sentido de incluir las piezas mínimas que se deben presentar con la oferta, así como sus especificaciones y los criterios para su calificación.
- j) Tal como se informó en precedencia, el jurado que evaluará la idea creativa estará conformado por Ernesto Camacho Balbrink, Subgerente Comercial y de Divulgación de la Imprenta Nacional de Colombia, Gonzalo Enrique Antequera Blackburn, representante legal de ANTEQUERA ALIADOS S.A., y Jorge Enrique Gómez Prada.

5. Mario Forero (DDB)

- a) ¿Existe un estudio de mercado para ese presupuesto de 200 millones y tenemos acceso a ellos?
- b) Anexo 5: ¿A qué se refieren con resumen de la oferta?
- c) Anexo 2: “Diligenciado” pero no hay nada que diligenciar, a qué se refiere?

Respuesta.

- a) Si existe en un estudio de mercado
- b) En el aparte en que se indica (*HAGA UN RESUMEN DE SU OFERTA*), los proponentes deben presentar su contenido.
- c) Los proponentes deberán presentar el anexo No. 2 impreso y firmado por el representante legal, junto con los demás documentos de la propuesta.

6. Juliana Garcés (ABAS Media Group)

- a) ¿Podrían aclarar el tema de monitoreo de medios?, ¿es monitoreo de que los comerciales producidos por la agencia aparezcan en los medios, o monitoreo de la imagen proyectada en los medios de la Policía Nacional?

Respuesta.

Se refiere a monitoreo de contenido editorial de medios en relación con la imagen institucional de la Policía, que será resultado, en buena medida, de la campaña solicitada. La información básica y objetivos de esta actividad -el "brief"- serán precisados oportunamente.

El chequeo y comprobación de la correcta ejecución, emisión y difusión de los mensajes de la campaña será parte del servicio integral del Plan de Medios.