

**RESPUESTAS A PREGUNTAS Y/O ACLARACIONES**  
**TÉRMINOS DE REFERENCIA BIENES Y SERVICIOS INVITACIÓN ABIERTA**  
**No. AGEN-2023**

**OBJETO DE LA INVITACIÓN:** Seleccionar y contratar los servicios de una agencia encargada del diseño y arquitectura de marca del patrimonio autónomo FONDO MUJER, y diseño, desarrollo de la estrategia de comunicaciones y relacionamiento estratégico.

**NOTA:** Los nombres de las personas jurídicas que presentaron preguntas en el marco de la invitación no serán publicados, se reemplazan por la denominación “terceros interesados”.

**OBSERVACIÓN No.1.**

*“En el capítulo 2 “Condiciones de la invitación”, numeral “2.2.1 Diseño y arquitectura de marca FONDO MUJER”:*

- a.** *En el punto 1 se afirma: “Desarrollar la identidad visual y la arquitectura de Marca teniendo en cuenta el Plan Nacional de Desarrollo y la identificación del Gobierno Nacional de desarrollo 2022 – 2026” , y en el punto 2 del mismo numeral, se da un detalle del concepto gráfico: “símbolo, imagen, paleta de colores, tipografía, usos, aplicaciones (alternancia y jerarquía con otras marcas) y plantillas para página web y redes, así como para documentos y presentaciones, entre otros”. (subrayado fuera de texto).*

*Respetuosamente se solicita revisar la redacción y si es posible unificar ambos puntos, ya que el segundo resuelve la definición de arquitectura de marca que se menciona en el primero. De no aceptar dicha unificación, solicitamos que se aclare que es arquitectura de marca, para delimitar el alcance de la actividad.*

**RESPUESTA 1.1:** La arquitectura de marca, corresponde a la propuesta que plantea la agencia para el manejo de las diferentes marcas que se lleguen a generar alrededor del FONDO.

- b.** *Del mismo modo consideramos que el punto 3 del numeral citado, debe ser eliminado, ya que la alternancia y jerarquía ya se están mencionando en el numeral 2.*

**RESPUESTA 1.2:** Esta actividad esta alineada a la arquitectura, precisamente de tener marcas adicionales o que orbitan alrededor del FONDO, como nombres de los programas, cual es la recomendación frente a esto de la Agencia.

- c. *Por último, del punto 5 podrían aclarar por favor ¿cuáles consideran deben ser los puntos clave a tener en cuenta para el plan de posicionamiento de marca?”.*

**RESPUESTA 1.3:** Esto debe ser estudiado y propuesto por la Agencia, no obstante una de las claves debe ser, que la propuesta contenga un enfoque de género, sin reforzar estereotipos.

## **OBSERVACIÓN No.2.**

*“En el capítulo 2 “Condiciones de la invitación”, numeral “2.2.2 Diseño e implementación de la estrategia de comunicaciones y relacionamiento estratégico del FONDO MUJER”:*

- a. *En el punto 1 se afirma: “Diseñar e implementación de la estrategia de comunicaciones y relaciones públicas del FONDO alineada con el plan de posicionamiento de marca, el cual se deberá desarrollar durante los 12 meses del contrato. Este debe incluir indicadores para seguimiento y evaluación.” (Subrayado fuera de texto).*

*Respetuosamente se solicita aclarar ¿cuáles son los indicadores (KPIs) para realizar el seguimiento y evaluación?, ¿los indicadores los estipula Fondo Mujer o la Agencia?, y, por último, ¿con qué frecuencia se realizará la evaluación?*

**RESPUESTA 2.1:** Esto será acordado previo a la suscripción del contrato, no obstante, se tienen como referencia lo siguiente:

Alcance: el alcance es una métrica que permite medir cuántos usuarios podrían haber visto el contenido en línea, tanto en las redes sociales como fuera de ellas. Cuanto mayor sea su alcance, mayores serán las posibilidades de una exitosa campaña.

Relaciones públicas: Posicionamiento del Fondo Mujer: Verificación del posicionamiento del Fondo Mujer en los motores de búsqueda. Menciones de marca.

Medios ganados: es una de las métricas más críticas para los especialistas en relaciones públicas de hoy. Las menciones obtenidas en los medios ganados son una métrica medible y comparable a lo largo del tiempo (podemos comparar los resultados de diferentes campañas) y destaca el trabajo del equipo de relaciones públicas de asegurar el posicionamiento de los mensajes en los medios.

- b.** *En el punto 4 se afirma: "Generar contenidos atemporales y de generación de conocimiento y valor, alineados con el desarrollo misional del FONDO, pero que no estén relacionados con los eventos puntuales o convocatorias propias de la gestión." (Subrayado fuera de texto).*

*Respetuosamente se solicita aclarar ¿cuántos contenidos atemporales se deben realizar por mes? ¿en qué formato se deben hacer los contenidos, solo texto? ¿dónde serán publicados o estarán alojados dichos contenidos?*

**RESPUESTA 2.2:** Esto dependerá de la dinámica de los programas del FONDO.

- c.** *En el punto 5 se afirma: "Diseñar las piezas gráficas (boletines, Informe de Gestión, reportes, entre otros) y digitales (multimedia, memes, infografías, invitaciones, presentaciones, gif, mailings, entre otros) para comunicar los logros, programas, instrumentos y convocatorias del FONDO y posicionar los temas emprendimiento de mujeres." (Subrayado fuera de texto)*

*Respetuosamente se solicita aclarar, ¿cuántas piezas tanto gráficas como digitales esperan o tienen planeado recibir al mes?*

**RESPUESTA 2.3:** Esto dependerá de la dinámica de los programas del FONDO, podría generarse unos meses con mayor necesidad, asumimos que los primeros meses del contrato, se deberán generar contenido diario, pero otros meses, podrían ser piezas semanales.

- d.** *En el punto 6 se afirma: "Identificar los espacios (foros, paneles, etc.) organizados por medios de comunicación tradicionales o alternativos en los que pueda participar algún vocero del FONDO teniendo en cuenta los objetivos organizacionales y comunicacionales del FONDO" (Subrayado fuera de texto)*

*Respetuosamente se solicita aclarar, ¿cuántos espacios esperan o tienen planeado que se identifiquen al mes?*

**RESPUESTA 2.4:** Esto dependerá de la dinámica de la gestión de programas del FONDO, se espera que los primeros meses tengan una mayor participación, pero esto dependerá precisamente de la estrategia que presente la agencia y de los espacios de valor que sean identificados, pero en el periodo de ejecución del contrato, se espera participar como mínimo en 8 espacios.

- e. *En el punto 7 se afirma: "Elaborar y entregar los insumos para los voceros del FONDO que participarán en espacios de medios de comunicación" (Subrayado fuera de texto)*

*Respetuosamente se solicita aclarar, ¿qué debe incluir los insumos para los voceros? ¿previo a cada espacio con medios se deberá entregar un insumo para cada vocero? ¿cuántos voceros tiene el FONDO? y ¿cuál es la cantidad de voceros mensual?*

**RESPUESTA 2.5:** Los insumos debe incluir el detalle del análisis del medio de comunicación, el periodista o periodistas que van a participar, posibles preguntas que se van a generar, recomendaciones para el manejo del espacio. El FONDO tiene en este momento 2 voceros autorizados. La cantidad dependerá de los espacios con medios de comunicación, que, a lo largo de ejecución del convenio, no se espera que sean mayor a 8 espacios.

- f. *En el punto 11 se afirma: "Garantizar el acompañamiento presencial de un periodista designado por la agencia, cuando así se solicite, en las actividades y/o eventos en la ciudad de Bogotá definidos con el área de comunicaciones del FONDO..." (Subrayado fuera de texto)*

*Respetuosamente se solicita aclarar, ¿cuántos eventos y/o actividades se tienen en promedio al mes? ¿quién asume los viáticos del acompañamiento cuando las actividades sean fuera de Bogotá o no se cubrirían estas actividades? y ¿el acompañamiento solo debe ser de un periodista? por la cantidad de requerimientos consideramos que se necesita un videografo".*

**RESPUESTA 2.6:** Se debe tener en cuenta que el FONDO en este momento no ha desplegado una estrategia de comunicaciones, por lo tanto, el promedio de evento/actividades mensuales pueden estar alrededor de 2 espacios.

Así mismo, tal como lo establece el numeral 4.6. específicamente en la nota tres, el FONDO asumirá los gastos cuando se requiera el acompañamiento a eventos fuera de Bogotá del equipo de trabajo, esto es, tiquetes, hospedaje y viáticos de acuerdo con la política del FONDO.

Es importante indicar que tal como se establece en el perfil del equipo de trabajo, el periodista comunicador social, tiene como funciones la elaboración de contenido para la implementación de la estrategia. Por lo tanto, debe estar en la capacidad de realizar fotografías y videos.

### **OBSERVACIÓN No.3.**

*“En el capítulo 2 “Condiciones de la invitación”, numeral “2.4 Presupuesto de la invitación” se afirma: “Adicional a lo anterior, se cuenta con una disponibilidad de recursos de DIEZ MILLONES DE PESOS M/CTE (\$10.000.000) para las impresiones, material POP y/o productos de comunicación en los formatos que requiera la implementación de la estrategia” (Subrayado fuera de texto)*

*Respetuosamente se solicita aclarar si los 10 millones de pesos son para toda la duración del contrato, o es un monto mensual”.*

**RESPUESTA No.3:** El valor adicional de **DIEZ MILLONES DE PESOS M/CTE (\$10.000.000)** destinados a las impresiones, material POP y/o productos de comunicación en los formatos que requiera la implementación de la estrategia, serán para los doce (12) meses de duración del contrato.

### **OBSERVACIÓN No.4.**

*“En el capítulo 2 “Condiciones de la invitación”, numeral “2.11 Modelo de operación de la invitación” se afirma en el punto II. “Una vez recibidas las propuestas, se adelantará la apertura de sobres en la cual FONDO MUJER consolidará el listado de las propuestas presentadas y se excluirán del proceso las propuestas presentadas extemporáneamente y aquellas que fueron rechazadas” (Subrayado fuera de texto).*

*Respetuosamente se solicita aclarar ¿habrá apertura de sobres? de ser así, por favor incluirla en el cronograma y explicar el proceso, porque hasta el momento se entiende que la presentación de las propuestas será netamente digital”.*

**RESPUESTA No.4:** La apertura de sobres enunciada en el numeral 2.11 de los términos de referencia, hace alusión al trámite interno adelantado por el FONDO MUJER una vez recibidas las propuestas mediante los correos electrónicos indicados, a través de esta se verifica la fecha de recepción de la propuesta, número de folios, nombre del proponente, valor de la propuesta, entre otras. Por lo

anterior, al tratarse de un trámite meramente interno, no se encuentra contemplado dentro de cronograma.

#### **OBSERVACIÓN No.5.**

*“En el capítulo 3 “Verificación del cumplimiento de los requisitos habilitantes”, numeral “3.2.2.1 Experiencia específica del proponente”:*

- a. *En el punto 1 se afirma: “Por lo menos una de las certificaciones debe acreditar que el proyecto realizado tuvo una duración de mínimo 12 meses, así mismo, el proponente deberá acreditar la ejecución de por lo menos un proyecto por un valor mínimo de CIEN MILLONES DE PESOS M/CTE (\$100.000.000) incluido IVA”.*

*Respetuosamente se solicita que la valides de la experiencia no esté limitada a la duración del proyecto, esto teniendo en cuenta que el tiempo de los contratos no determina calidad, ni la necesidad, entonces podría atender a un criterio no objetivo de la selección. Razón por la cual, se solicita eliminar el requisito de los 12 meses de duración.*

**RESPUESTA 5.1:** No se acepta la sugerencia, toda vez que estos requisitos hacen parte de la necesidad del FONDO.

- b. *En el punto 2 se afirma: “NOTA UNO: La experiencia específica presentada por el proponente no será tomada en cuenta si se refiere o limita a contratos o certificaciones de contratos que se hayan ejecutado de forma paralela.” (Subrayado fuera de texto)*

*Respetuosamente se solicita que la NOTA UNO sea eliminada, esto bajo los criterios de selección objetiva y necesidad, ya que el expertis de los proponentes no se fundamenta en tener un único contrato en un tiempo determinado. Adicionalmente, las MiPymes necesitan más de un contrato en paralelo y eso demuestra la experiencia en la ejecución”.*

**RESPUESTA 5.2:** Se acepta, revisar Adenda No. 1.

#### **OBSERVACIÓN No.6.**

*“En el capítulo 3 “Verificación del cumplimiento de los requisitos habilitantes”, numeral “3.2.2.2 Equipo de trabajo” en la formación académica de los roles “Director Senior” y “Ejecutivo de cuenta” se afirma*

*“Título profesional en comunicación social y periodismo o publicidad o afines” y “Título profesional en comunicación social y periodismo o publicidad o afines” respectivamente.*

- a.** *Respetuosamente se solicita incluir en ambos perfiles carreras que tengan los conocimientos para direccionar y planear, tales como: administración de empresas, ingeniería industrial, finanzas o confirmar si estas se entienden como afines.*

**RESPUESTA 6.1:** No se acepta la solicitud, para el FONDO es importante que el director de cuenta tenga dichos conocimientos.

- b.** *Solicitamos que se revise la experiencia del rol “Ejecutivo de cuenta” ya que este perfil no debe diseñar ni direccionar estrategias de comunicación, por el contrario, está enfocado en el relacionamiento con los clientes y la gestión de cada una de las necesidades de los mismos, tal como lo describe el rubro de funciones mínimas requeridas. A su vez, se solicita disminuir la cantidad de años de experiencia de este rol a tres (3), teniendo en cuenta que se le está exigiendo lo mismo que al Director”.*

**RESPUESTA 6.2:** Se ajusta, revisar Adenda No. 1.

#### **OBSERVACIÓN No.7.**

*“En el capítulo 4 “Evaluación y ponderación de propuestas habilitadas” numeral 4.1 “Criterios de evaluación” se detallan en un cuadro los criterios y sus respectivos aspectos para calificar.*

- a.** *No es claro el puntaje de la experiencia específica del proponente, en el numeral 3.2.2.1 se afirma que “El proponente deberá presentar experiencia específica de al menos dos (2) certificaciones de contratos donde haya desarrollado productos y/o servicios de comunicaciones y relaciones públicas, prestados a entidades públicas o privadas” (subrayado fuera de texto) Es decir que esas dos certificaciones no tienen puntaje, y ¿solo recibirán 2 certificaciones adicionales para poder obtener máximo 20 puntos? Entonces, es correcto afirmar que ¿máximo se podrán presentar 4 certificaciones por proponente?*

**RESPUESTA 7.1:** Es correcta la interpretación, tengan en cuenta que el proceso esta estructurado a partir de unos criterios habilitantes y otros evaluables, que son diferentes en su acreditación.

- b. *Se entiende que el equipo adicional es lo único que da 25 puntos y no el equipo base exigido en el numeral 3.2.2.2. Por lo tanto, se solicita cambiar el nombre del numeral 4.3 a "Equipo de trabajo adicional".*

**RESPUESTA 7.2:** No es procedente la solicitud, tengan en cuenta que el proceso está estructurado a partir de unos criterios habilitantes y otros evaluables, que son diferentes en su acreditación.

Así mismo en el numeral 4.3. se indica que los puntos son otorgados a los proponentes que presenten **perfiles adicionales a los exigidos**.

- c. *En el numeral 4.6 "Oferta económica" no es clara la fórmula de calificación para los demás proponentes, ya que antes afirman que se calificará con puntajes distintos el tema de Marca y el tema de Comunicaciones, pero en la fórmula lo ponderan con el puntaje global máximo que son 10 puntos. Respetuosamente se solicita revisar y aclarar este numeral.*

**RESPUESTA 7.3:** Corresponde al porcentaje otorgado a cada criterio de evaluación a la oferta económica, pero para claridad, se procede ajustar la formula con la indicación detallada. **Por favor ver adenda No. 1**

- d. *En el numeral 4.6 "Oferta económica" se afirma: "NOTA TRES: Se aclara que es responsabilidad del proponente realizar TODOS los pagos asociados a: Las actividades de logística y coordinación relacionadas con la Oferta de la propuesta que se desarrollen en la ciudad de Bogotá, incluyendo, pero sin limitarse a: compras de pasajes, estadías en hoteles, gastos de manutención, reserva de salas, transporte público, y otros que considere el proponente, serán por cuenta del proponente" (Subrayado fuera de texto)*

*Teniendo en cuenta que las actividades se desarrollarían en su mayoría en Bogotá, respetuosamente se solicita aclarar ¿para qué personas puntualmente el proponente debe asumir tiquetes, estadías, reservación de salas, etc.? Adicionalmente aclarar, cuando el FONDO asuma esos gastos fuera de Bogotá, ¿para qué personas puntualmente lo hará, todo el equipo que disponga el proponente o se refiere solo a funcionarios del Fondo?"*

**RESPUESTA 7.4:** Se hace la claridad, toda vez que los proponentes pueden estar en diferentes zonas del país. Los gastos se asumirán también para el equipo necesario del CONTRATISTA, la necesidad del equipo será definida con el FONDO.

#### **OBSERVACIÓN No.8.**

*“Se solicita respetuosamente, que en dado caso de acceder a realizar cambios según los comentarios acá estipulados, por favor tenerlos presente para ajustarlos también en todos los anexos de los Términos de Referencia, en especial en la Minuta del Contrato”.*

**RESPUESTA No.8:** Se realizaron los respectivos cambios.

#### **OBSERVACIÓN No. 9**

Quisiera validar para el numeral 3.2 Requisitos habilitantes, presentamos dudas sobre el documento f) Verificación en listas internacionales y bases nacionales de antecedentes, se debe verificar que la empresa y sus representantes estén inscritos en la Base de Datos. ¿Dónde podríamos validar esta información?

**RESPUESTA No.9:** Frente a estas bases de datos, se hace referencia a los antecedentes disciplinarios emitidos por la Procuraduría General de la Nación, antecedentes fiscales emitidos por la Contraloría General de la Republica y los antecedentes judiciales emitidos por la Policía Nacional, los cuales pueden ser consultados en las páginas web oficiales de las entidades mencionadas.

El presente se publica el 26 de julio de 2023 en la página web [www.fiducoldex.com.co](http://www.fiducoldex.com.co) en cumplimiento de las condiciones indicadas en los Términos de Referencia.

### **FIDUCOLDEX – PATRIMONIO AUTÓNOMO FONDO MUJER EMPRENDE**