



MINISTERIO
DE ENERGÍA Y MINAS
REPÚBLICA DOMINICANA

Av. Tiradentes No. 53, Edificio B. Ensanche Naco,
Santo Domingo, República Dominicana.
Código postal: 10124 | Teléfono: (809) 373.1800
RNC: 430-14636-6 | www.mem.gob.do
memrd

“Año del Desarrollo Agroforestal”

19 de julio del 2017

CIRCULAR DE RESPUESTAS A LOS OFERENTES

COMPRAS Y CONTRATACIONES

CIRCULAR No. 001-2017

A: TODOS LOS OFERENTES CONFORME AL REGISTRO DE INTERESADOS

Proceso de Comparación de Precios Ref. MEM-CP-05-2017, Para la Contratación del Diseño y Estrategia Promocional para la Campaña “Uso Racional De La Energía”

La División de Compras y Contrataciones del Ministerio de Energía y Minas en fecha desde el 13 al 17 de julio del 2017, recibimos las siguientes preguntas:

1. ¿Cuál es el plazo de la Campaña?
2. ¿La Campaña va dirigida a todas las Instituciones Estatales y Gubernamentales?
3. ¿Existe una intranet compartida por todas las instituciones gubernamentales o solo una por institución?
4. En relación al objetivo específico indicado en el pliego de elaborar plan de medios digitales, y teniendo en cuenta que el plan de medios se asocia a inversión publicitaria en medios, en este caso digitales (Facebook ads, twitter, Instagram). - ¿Debemos entender que se nos pide propuesta de cómo implementar la campaña para que los trabajadores sigan en redes sociales (por ejemplo, Facebook y twitter) los perfiles que crearíamos para la misma? o, por el contrario, se ha llamado al epígrafe plan de medios y no plan de contenidos.
5. Debido a nuestra experiencia en este tipo de proyectos, entendemos que nuestra creatividad, capacidad de convencer, fluidez y flexibilidad deben depender del cómo comunicamos, no de lo que nosotros decidimos comunicar. ¿Es viable que se plantee en el cronograma una reunión necesaria al inicio de las 4 semanas del plazo para enfocar el briefing y que se delimiten de un modo más claro los mensajes que se pretenden transmitir?
6. En relación al Claim de campaña. El nombre institucional de la campaña es uso racional de la Energía y para esa campaña se debe crear la identidad corporativa. ¿Se espera o es viable crear un claim / slogan creativo a partir del cual se construya una identidad?
7. ¿El MEM sólo utilizará la campaña en medios digitales?



“Año del Desarrollo Agroforestal”

8. ¿Energía en esta campaña, abarca combustibles?
9. ¿Quién evaluara las Propuestas? Los Miembros del Comité
10. En los entregables, animaciones y mini clips ¿Qué tiempo y cantidad se requieren?
11. ¿Debería ser plan de contenido, ¿No Plan de medios, en la pag?4 objetivos específicos punto 2
12. ¿Se podría aumentar el tiempo de los mini clips, tomando en cuenta los medios que se van a utilizar ejemplo? Facebook, Instagram, twitter.?
13. ¿Podrían dar más tiempo para la apertura de sobres?
14. ¿El desarrollo conceptual incluye que hay que depositar los entregables?
15. Teniendo en cuenta los requisitos de la página 7, ¿Es posible que la Nómina de Accionistas con composición accionaria actualizada, debidamente registrada por la Cámara de Comercio y Lista de Presencia y Acta de la última Asamblea General Ordinaria Anual, estén ambas certificadas como conforme a su original por el representante legal de la compañía en vez del Secretario y Presidente?
16. En relación al Grado de detalle de la Estrategia promocional. Entendemos que una vez detallada la conceptualización de la campaña (definición de eje de comunicación, del comportamiento de la mascota/portavoz del mensaje, de la versatilidad de la propuesta para adaptarse a diferentes medios/soportes/audiencias, etc.) en el apartado de estrategia promocional enumeremos una serie de medidas en las que nuestra idea tiene cabida. Es decir, ¿las acciones que se van a proponer pueden quedar abiertas a esperas de si somos adjudicatarios, reunirnos con el equipo designado del MEM para que nos especifique qué mensajes concretos desean difundir?
17. ¿Existe una intranet compartida por todas las instituciones gubernamentales o solo una por institución?
18. Tal y como en la reunión de hoy en la mañana se comentaron que los objetivos del proceso incluyen al uso racional de la energía en toda su amplitud (ejemplo: el agua), por favor especificar nuevamente cuales son.
19. En caso de ser adjudicado además de la póliza de seguro del 4% por el total ofertado en garantía de fiel cumplimiento también se requiere una póliza de seguro adicional para el 20% del anticipo?
20. ¿Cuál es la fecha y hora de entrega de las propuestas? 19 o 24 de Julio?
21. Tiene alguna especificación la garantía de la seriedad de la oferta del 1%? Debe ser a primer requerimiento; ¿es decir pagadera desde que el beneficiario notifique el incumplimiento del deudor, sin que el beneficiario tenga que acreditar de ningún modo dicho incumplimiento e iniciar proceso ante tribunales?



MINISTERIO
DE ENERGÍA Y MINAS
REPÚBLICA DOMINICANA

Av. Tiradentes No. 53, Edificio B. Ensanche Naco,
Santo Domingo, República Dominicana.
Código postal: 10124 | Teléfono: (809) 373.1800
RNC: 430-14636-6 | www.mem.gob.do
memrd

“Año del Desarrollo Agroforestal”

22. ¿De cuánto tiempo sería la campaña? ¿Plazo por el cual se requiere que se realice el plan de colocación de medios en la redes e internet?
23. ¿Cuántas animaciones y mini clips se requieren?
24. De ser adjudicado, antes de iniciar el plazo de 4 semanas para la entrega final. ¿En qué momento se aprobará la idea y estrategia antes de dar comienzo a la producción?
25. ¿Tiene un tiempo de vigencia la campaña?
26. ¿Cuánto es el tiempo de vigencia de la póliza de fianza?
27. Se solicita una campaña interna para el Uso Racional de la energía y al mismo tiempo se solicita colocación en medios masivos.
- 28.Cuál es el rol de los medios masivos en esta campaña, es: 1- Enfocado a la rendición de cuenta (hablar de resultados, que se hizo) o 2- el cambio conductual de la población (educar a toda la población).

Las cuales contestamos a continuación:

Resolución Única: (respuesta o respuestas)

1. 6 meses.
2. Solo Gubernamental.
3. Una por institución.
4. Es un plan de contenidos.
5. Sí, es viable.
6. Sí es viable crear un eslogan, pero no es necesario crear una identidad porque ya MEM tiene una.
7. No.
8. No.
9. Los peritos y los miembros del comité.
10. 30 animaciones de entre 30 y 45 segundos.
11. Si.
12. Sí, hasta 45 segundos.
13. No, se hará conforme al cronograma.
14. La propuesta de los oferentes debe incluir el desarrollo conceptual. Sin embargo, el adjudicatario es quien depositaria los entregables y arte final.



MINISTERIO
DE ENERGÍA Y MINAS
REPÚBLICA DOMINICANA

Av. Tiradentes No. 53, Edificio B. Ensanche Naco,
Santo Domingo, República Dominicana.
Código postal: 10124 | Teléfono: (809) 373.1800
RNC: 430-14636-6 | www.mem.gob.do
memrd

“Año del Desarrollo Agroforestal”

15. Nómina de Accionistas con composición accionaria actualizada, debidamente registrada por la Cámara de Comercio y certificada como conforme a su original por el Secretario y el Presidente de la compañía, y sellada con el sello social.
16. Aceptamos preguntas sobre el objetivo de la campaña y podemos sugerir cambios, pero no elaborar los mensajes porque esto corresponde al adjudicatario.
17. Las intranets del Gobierno son individuales.
18. Es sobre el uso racional de la electricidad.
19. Si.
20. El último día para la recepción de las ofertas (24/07/2017), las mismas serán recibidas hasta las 10:00 a.m. El acto de apertura de ofertas se realizará a las 11:00 a.m. en el Salón de Conferencias de este Ministerio. 2do piso.
21. No tiene ninguna especificación.
22. 6 meses.
23. 30 animaciones.
24. Tendremos una reunión previa al inicio de las 4 semanas para enfocar el objetivo de la campaña. Las revisiones se estarán haciendo al paso que se vayan presentando las ideas y estrategias; estas serán consensuadas y aprobadas por el equipo técnico del Viceministerio de Ahorro Energético y La Dirección de Comunicaciones.
25. 6 meses.
26. Vigente hasta la liquidación del contrato.
27. No.
28. La campaña no circulará en medios masivos de comunicación tradicional (Periódico, radio y TV).

JENNIFER SANTANA
Enc. Compras y Contrataciones

