



Aclaraciones: RFQC/UNFPA/MEX/21/007

Generación de materiales comunicacionales de la campaña para el impulso de la partería en México

Pregunta	Respuesta
Los Términos de referencia hablan de generar productos de comunicación para el impulso de la partería en México, pero no especifica concretamente cuáles o cuántos, esto quiere decir que nosotras debemos de realizar una propuesta inicial de posibles piezas comunicacionales y cotizar de manera unitaria, es así?	Es correcto
Los Términos de Referencia mencionan como público objetivo: "tomadores de decisión en las políticas públicas, directivos, administradores y prestadores/as de servicios de salud, los medios de comunicación, las mujeres y el público en general". Con esto suponemos que tendremos que proponer diferentes estrategias con adecuación de mensajes para llegar a cada uno de los grupos de forma segmentada, nos podrían confirmar esto también?	Deseamos llamar la atención de los perfiles descritos, por lo que esperamos que el consultor defina la viabilidad de manejar el mismo mensaje o adecuar distintos y desarrollar la estrategia que considere idónea para lograr el objetivo. Se cuenta con una estrategia previa que puede tomarse como base para la adecuación de los mensajes y los canales que el consultor considere pertinentes.
¿Cuál es el ecosistema sobre en el que vivirán los mensajes creados (site o redes sociales)?	Redes sociales del Fondo de Población de las Naciones Unidas en México (Facebook, Twitter, Instagram y Youtube).
¿Ya se cuenta con website o redes sociales activas? O será a través de las redes sociales de UNFPA? ¿O de los canales de la Comunidad de Partería de México?	Se utilizarán las Redes sociales del Fondo de Población de las Naciones Unidas en México (Facebook, Twitter, Instagram y Youtube). Sin embargo, el consultor podrá proponer otros canales de difusión.
¿Los mensajes deberán segmentarse a regiones específicas del país (México)?	No. Se esperan mensajes generalizados por lo que su contenido debe ser adecuado para distintos contextos.
¿De qué fuentes se extraerá la información para el desarrollo de los mensajes?	Se cuenta con una estrategia previa que será proveída por el UNFPA para tomarse como base para el desarrollo de los mensajes y los canales. En caso de requerirse mayores insumos, el UNFPA podrá proporcionar las fuentes de información.
¿Se abrirán nuevos canales digitales para tener acceso a sus métricas? ¿O nos darán acceso a las métricas de canales existentes?	En caso de que la consultoría lo requiera, el UNFPA podrá proporcionar las métricas que soliciten.



<p>¿El desarrollo de materiales se establece en solo 3 días? ¿La campaña como tal solo contempla estar activa durante 15 días para medir resultados? ¿Estos lapsos son correctos?</p>	<p>Se requiere que la consultoría desarrolle los materiales de la campaña, y UNFPA estará encargado de su implementación.</p>
<p>¿Cuándo se realizaría la asignación del proyecto? ¿Ya que entre la entrega de credenciales y el primer entregable solo hay una semana de diferencia?</p>	<p>Al cierre de la convocatoria el UNFPA analizará las propuestas recibidas y se pondrá en contacto con la oferta seleccionada. A partir de ese momento se especificarán al consultor los tiempos finales que se verán reflejados en el contrato.</p>
<p>Finalmente, ¿pueden compartirnos el presupuesto disponible para desarrollar este proyecto?</p>	<p>Se analizarán todas las propuestas recibidas y las cotizaciones presentadas serán un punto a considerar.</p>
<p>¿La convocatoria es sólo para generar los materiales de comunicación o es para la implementación de una campaña?</p>	<p>Se requiere que la consultoría desarrolle los materiales de la campaña, y UNFPA estará encargado de su implementación.</p>
<p>Finalmente, en la convocatoria se hace referencia al llenado de un formulario de cotización de precios ¿Se trata de un formato específico? ¿Dónde podríamos obtenerlo?</p>	<p>No existe un formato específico, sin embargo, se espera que incluyan en la propuesta todos los puntos señalados en la convocatoria.</p>