

Respuestas a preguntas realizadas por email sobre la solicitud de propuestas UNFPA/RFQ/ARG/003: **“Asistencia técnica y elaboración de una campaña de difusión para la accesibilidad la Línea 144 para personas con discapacidad en situación de violencia por motivos de género desde una perspectiva integral e interseccional”, en el marco de la Iniciativa Spotlight**

Pregunta 1: ¿Tienen marco presupuestario asignado?

Contamos con un rango estimado de presupuesto entre ARS 3.400.000 mil y ARS 4.600.000, pero seleccionaremos la propuesta técnica que presente el valor más competitivo.

Pregunta 2: 4A. ¿La primera pieza audiovisual que difusión tendría? Tv o algo abierto o solo RRSS?

Estas piezas deben ser pensadas para reproducirse cuando las personas intenten comunicarse con el servicio de videollamadas por fuera del horario establecido de atención, a través de la línea. En segunda instancia, podrían utilizarse en redes, pero no es el objetivo primordial.

Pregunta 3: 4C. Del spot radial cual sería la cobertura (si nacional en todas las provincias o donde) para contemplar el sindicato de locutores?

Alcance nacional, al igual que la línea.

Pregunta 4: De todos los puntos: Tienen fecha de pauta de estas piezas audiovisuales finales?

Se utilizarán a partir de que estén listas. El **“Calendario, cronograma de entrega y pago”** indica la fecha en que se espera que esté listo cada producto, teniendo en cuenta que el contrato se estima inicie a fines de julio.

Pregunta 5: Tienen estimado de inversión de todo el pliego?

Contamos con un rango estimado de presupuesto entre ARS 3.400.000 mil y ARS 4.600.000, seleccionando a la propuesta técnica que presente el valor más competitivo.

Pregunta 6: El presupuesto del Producto 4 dependiente de la aprobación del guión aprobado del Producto 3.a tiene un rango muy amplio para poder presupuestar.

¿Hay alguna especificación más que nos pueda ayudar a ser más precisos en la estimación?

Un video de una o dos personas hablando a cámara accesible para personas con discapacidad. La idea es que sea el formato más accesible posible y este es el objetivo principal. La simpleza también es una característica que contribuye a la accesibilidad.

Pregunta 7: Cuando se menciona en los productos 3 y 4 "Contemplar que el mismo deberá ser protagonizado por personas con discapacidad", se contempla la contratación de actrices? ¿Se requiere que contemplemos 1 persona por cada uno de los spots? (de este modo serían 3).

El objetivo primordial es la accesibilidad de las piezas y todas las decisiones deben contribuir con este fin. Las piezas deben ser protagonizadas por personas con discapacidad. La cantidad de personas en los spots dependerá de la recomendación de las/os asesores lingüístico-culturales e intérpretes, y el criterio de la agencia. Toda contratación debe estar a cargo de la consultora/agencia contratada.

Pregunta 8: Sobre el producto 5: la guía contiene gráficos, tablas y/o ilustraciones?

Contiene tablas, pero para mejorar su lectura y carácter didáctico es deseable que se puedan proponer gráficos que se desprendan de la información de la guía.

Pregunta 9: Sobre el producto 9: serían 6 videos editados? o uno solo en base a los 6 videos? ¿de qué duración aproximadamente?

6 videos de una duración aproximada de 90 minutos cada uno.

Pregunta 10: El diseño gráfico debe respetar un desarrollo anterior (manual de campaña ya estipulado) o se deberá desarrollar un arte específico para esta iniciativa?

Las piezas tienen que ser diseñadas siguiendo la identidad de la Línea 144.

Pregunta 11: ¿Se cuenta con un presupuesto aproximado?

Contamos con un rango estimado de presupuesto entre ARS 3.400.000 mil y ARS 4.600.000, seleccionando a la propuesta técnica que presente el valor más competitivo.

Pregunta 12:

Sobre el producto #1 (relevamiento de instituciones)

¿Se prevé que sea una búsqueda por internet, o bien se proveerá de listados existentes que deberán ser actualizados?. ¿Se estima cuál podrá ser la cantidad?

Contamos con listados acotados para compartir, pero posiblemente se requiera realizar una búsqueda por Internet para enriquecerlo y completarlo.

Pregunta 13:

Sobre el producto # 4 (realización audiovisual de los videos)

- ¿Debemos considerar alguna locación particular para la producción audiovisual? ¿En ese caso, cuáles y dónde se ubican estas?

No, la que ustedes consideren para realizar piezas accesibles.

- Sobre la aclaración: *“Los videos deben ser protagonizados por personas con discapacidad”*. ¿La organización proveerá las/os actores y actrices o personas para el registro de los testimonios, o se deberemos hacer un casting y posterior contratación de los mismos?

Deberán ser seleccionados por la agencia de la manera en que la agencia lo considere, siempre con la guía de las/os asesores lingüístico-culturales e intérpretes

Pregunta 14:

Sobre el producto # 5: Guía “Material para la capacitación sobre violencias de género y discapacidad”.

- ¿Sobre los contenidos entregados, se debe considerar correcciones de estilos y ortotipográficas?

Sí bien no se encuentra en los términos de referencia lo pueden considerar.

- La guía a diseñar dice que tendrá un máximo de 120 páginas, sin embargo, al solicitar su impresión (producto #7), dice que esta debe tener hasta 100 páginas. Entonces: ¿Se debe hacer una adecuación forzada de los contenidos a 100 páginas, según formatos establecidos, o es un error en la descripción del TDR?

Son 100 páginas en ambos casos

Pregunta 15:

Respecto al plan de trabajo a presentar junto con la cotización, podrían detallar cómo debe ser desarrollada la propuesta metodológica.

El plan deberá responder a estas preguntas prioritarias: ¿De qué manera trabajarán para asegurar la accesibilidad y calidad de los materiales? ¿Cómo será la dinámica de trabajo interinstitucional entre la agencia, las/os asesores lingüístico-culturales e intérpretes, Spotlight y el MMGYD?

Pregunta 16:

- **Respecto al Producto 5:** Diseño editorial de la guía “Material para la capacitación sobre violencias de género y discapacidad” del MMGYD realizada con el apoyo de Spotlight, en formato accesible para personas con discapacidad, con pautas de lenguaje claro y lectura fácil. La guía cuenta con un máximo de 120 páginas en formato PDF.

Cuando se refiere a pautas de lenguaje claro y lectura fácil, estamos hablando de dos formatos diferentes. El lenguaje claro es una manera de redacción con ciertas pautas, mientras que la lectura fácil es una adaptación a un formato particular con reglas específicas que debe ser validada por personas con discapacidad intelectual. En este punto, ¿se solicitan ambas opciones? ¿con validación incluida? Ya que en caso de ser así, se debe incluir el presupuesto de la organización certificada para realizar las validaciones.

Sí, se trata de dos formatos, pero una adaptación.

Nosotras/os proveeremos la adaptación en lenguaje claro y requerimos la agencia/consultora presueste la adaptación a lenguaje sencillo.

Luego, se requiere que la agencia desarrolle el diseño de ambos formatos. En cuanto al producto 7, serán 12 guías impresas en lenguaje sencillo y 12 guías impresas en lenguaje fácil.

Pregunta 17:

- **Respecto al producto 7:** En relación con el producto 5, se solicita: *24 impresiones de la guía diseñada "Material para la capacitación sobre violencias de género y discapacidad" del MMGYD realizada con el apoyo de Spotlight. Máximo 100 páginas, en formato A4, digital (PDF) y audiolibro (formato MP3) con las siguientes características: - Calidad de papel de tapas: gramaje 130 g.; y calidad de papel de páginas: gramaje 80 g. Tipo de impresión: digital. Encuadernación: espiral. Impresión en FSC*

En este caso, la impresión detallada es de 100 páginas máximo, y el formato PDF de la guía se detalla de 120 páginas. ¿Cual sería el número correcto de páginas? Ya que el presupuesto de las impresiones, tanto en tinta como en braille, varían de acuerdo a la cantidad de páginas finales.

Consideren 100 páginas en ambos casos.

Pregunta 18:

- **Respecto al Producto 3 c-** *Diseño de 5 placas para redes sociales en base a los contenidos provistos por el MMGYD sobre el servicio de videollamadas, en formato accesible. Las 5 placas deberán ser adaptadas para IG/FB/Twitter (feed y stories)*

Queríamos consultar si se había contemplado a la red social Tik Tok en la estrategia de redes.

No contamos con cuenta de Tik Tok y no fue considerado en la estrategia.

Pregunta 19:

- **Respecto al Producto 10:** *Informe de recomendaciones para la elaboración de campañas de difusión accesibles para personas con discapacidad de no más de 10 páginas y/o slides en materia de violencias por motivos de género y diversidad, que incluya los hallazgos y los desafíos en la materia. El mismo incluye una presentación virtual y/o presencial del informe al equipo del MMGYD y la Iniciativa Spotlight.*

Nos gustaría proponer la incorporación también de un plan de marketing online para los productos diseñados, que impulse y potencie el alcance y la difusión de la accesibilidad de la Línea 144, para producir un mayor impacto. Buppa es una agencia de comunicación con trayectoria de más de 10 años, por lo que puede compartir su expertise en la materia. ¿Es esto posible?

Si ustedes lo consideran un aporte, les pedimos que lo sumen con la fundamentación correspondiente, pero no es una necesidad en esta instancia de trabajo.

Pregunta 20:

El formulario de cotización hace referencia a una duración de 3 meses de la cotización, en función de esto, tienen previsto una fecha de inicio (firma) tentativa o límite?

La fecha de inicio estimada es a principios de julio.

Pregunta 21:

Si llegara a extenderse por algún motivo el plazo de los 3 meses o existiera dentro de los tres meses alguna situación de inflación extraordinaria (que afecta costos de producción) esto tendría alguna consideración?

No, esto no es posible.

Pregunta 22:

El uso del material es solamente para Argentina?

Sí

Pregunta 23:

En relación a los entregables:

En el apartado de fundamentación teórica, requieren además esbozar un posible camino creativo? o es en referencia a los marcos teóricos (por ej, asociados a modelos Social de la discapacidad e interseccionalidades con género) que utilizaremos para concebir la creatividad?

Es en referencia a los marcos teóricos y experiencias previas que se utilizarán transversalmente para abordar el trabajo

Pregunta 24:

El listado de organizaciones para difusión, es a nivel nacional? requieren además que se gestione junto con ese listado el envío del material para difundir?

Es a nivel nacional. No se requiere esa gestión.

Pregunta 25:

Nos interesaría mucho, poder ser parte de la propuesta de valor en cuanto a las capacitaciones para esos equipos, esto ya lo tienen cerrado? o cómo podemos participar?

Es un proceso que ya se encuentra cerrado, pero pueden dejarnos sus contactos y antecedentes vía email en esta materia para enviarles futuras convocatorias.