



RESPUESTAS A CONSULTAS TÉRMINOS DE REFERENCIA

1. ¿La propuesta debe contener todos los entregables relacionados en los términos de referencia o la metodología que implementamos para desarrollarlos? Lo anterior teniendo en cuenta que el actual es un proceso de selección de ejecutor de la propuesta.

Respuesta: El CPN solicita que el oferente presente un Plan de Comunicaciones para la Entidad, no su ejecución. La propuesta debe contener integralmente todos los entregables solicitados en la convocatoria.

2. ¿La ejecución y acompañamiento a la gestión de los planes en región en las diferentes seccionales estará a cargo del oferente o lo harán a través de los funcionarios en las diferentes ciudades? De ser así, podemos incluir los costos de traslado y viáticos, puesto que no tenemos personal en todas las regiones.

Respuesta: La implementación se hará directamente por el CPN y sus funcionarios, razón por la cual no se contempla traslados o viáticos del oferente.

3. ¿Tienen alguna definición previa de los grupos de interés o podemos sugerir libremente la cantidad de audiencias?

Respuesta: Los grupos de interés del CPN son Estudiantes de Ingeniería, Egresados, Docentes, Administrativos de Instituciones de Educación Superior, Entidades Públicas, Empresas Privadas, Asociaciones de Ingenieros y comunidad en general.

4. ¿Cuál es el público objetivo del boletín institucional? ¿Solo público interno o externo también, aliados, proveedores, etc.?

Respuesta: Público externo e interno.

5. ¿Cuál es el estado de la relación actual entre el Consejo y los líderes de opinión? ¿Son cercanos, detractores, neutros?

Respuesta: Consideramos que son neutros

6. ¿Cuántos voceros oficiales tiene el Consejo? ¿Están entrenados en manejo de medios y comunicación efectiva?

Respuesta: No se requiere entrenamiento en manejo de medios de comunicación.

7. ¿Sobre el tiempo de ejecución del servicio de asesoría y consultoría, ¿son exactamente 4 meses o podríamos sugerir un tiempo mayor para ver materializado el éxito de la estrategia?

Respuesta: Teniendo en cuenta que el oferente no ejecuta el Plan de Comunicaciones del CPN, se considera un plazo de cuatro (4) meses para su elaboración.



- 8.** ¿Las reuniones externas que mencionan son con aliados? ¿Cuál es el propósito de estas y del acompañamiento?

Respuesta: Las reuniones externas se plantearon para los grupos de interés en pro de lograr una mayor visibilización y posicionamiento del CPN

- 9.** Los eventos de divulgación son en el marco de hitos del Consejo o los proponemos desde la temática también?

Respuesta: Los eventos de divulgación son decididos por el CPN para relacionamiento con los Consejos Seccionales y grupos de interés en las regiones.

- 10.** ¿Actualmente cuentan con proveedor de servicio de monitoreo de menciones del Consejo en medios de comunicación?

Respuesta: No.

- 11.** ¿Cuál es la estrategia general que el CPN espera implementar en las redes sociales y cuáles son los objetivos específicos que desea alcanzar?

Respuesta: El CPN espera implementar una estrategia en los grupos de interés para visibilizar, posicionar a la entidad y lograr mayor reconocimiento y la importancia de la Matrícula Profesional en el ejercicio profesional de la Ingeniería.

- 12.** ¿Qué plataformas de redes sociales son prioritarias para el CPN y por qué? ¿Existe alguna razón específica para esta elección?

Respuesta: Facebook, Instagram y LinkedIn teniendo en cuenta la edad de los graduados de Ingeniería.

- 13.** ¿La necesidad principal es informativa hacia la comunidad o es educativa en torno al ejercicio mismo del CPN?

Respuesta: Se busca el posicionamiento de la Entidad y la importancia de la matrícula profesional para que los Ingenieros ejerzan su profesión, así como la vigilancia y control del ejercicio profesional por parte del CPN.

- 14.** ¿Cuál es el volumen de contenidos que se maneja mensualmente en las redes de interés del CPN?

Respuesta: Se publican 20 post mensuales

- 15.** ¿Cuál indicador NO es relevante para el CNP (comunidad, interacción, engagement, reproducciones)? ¿Tiene alguna meta ya definida o resultado esperado sobre los indicadores que se tendrán en cuenta o podemos sugerir?

Respuesta: Dado que el CPN no cuenta con plan de comunicaciones, no se tienen metas definidas ni indicadores y se espera una propuesta del oferente.

- 16.** ¿Se espera tener contenido colaborativo con otras organizaciones?



Respuesta: El contenido colaborativo con otras entidades es secundario, lo principal es el posicionamiento de la Entidad en sus grupos de interés

17. ¿Dentro de los principales objetivos está la conversión de los productos/servicios del CPN?

Respuesta: Los servicios de la Entidad están definidos por Ley (expedición de la matrícula profesional, tribunal de ética y control del ejercicio de la ingeniería), por tal razón, no es un objetivo transformarlos.

18. ¿En qué plataforma se encuentra alojada la página web del CPN?

Respuesta: La página se encuentra alojada en AMAZON WS

19. ¿Existe intención de cambiar la identidad visual actual? ¿Desean hacer algún cambio de gráfica en sus redes sociales y/o en otros lugares de presencia?

Respuesta: El logotipo del CPN es oficial y no se tiene considerado su cambio. Uno de los objetivos es contar con una estrategia de comunicaciones de la Entidad para las Redes Sociales.

20. ¿Qué elementos específicos de la identidad visual del CPN deben estar incluidos en el manual de marca (logos, tipografías, paletas de colores, etc.)?

Respuesta: El CPN cuenta con un Manual de marca que debe respetarse

Atentamente,

MARCO ANTONIO GÓMEZ ALBORNOZ
Secretario Ejecutivo