

A continuación se da respuesta a las inquietudes planteadas por los interesados en participar en la invitación pública No. 027 de 2014, cuyo objeto es “RECIBIR OFERTAS DE PERSONAS JURÍDICAS PARA QUE DESARROLLEN UN PLAN DE MEDIOS PARA LA SOCIALIZACIÓN DEL SEGURO AGROPECUARIO”:

1. El presupuesto final es de \$500.000.000 provenientes de los saldos de los rendimientos del FNRA 2.013 por \$100 millones y 2.014 por \$400 millones.

Respuesta: el presupuesto “*Para cubrir los gastos asociados a las campañas de divulgación de seguro agropecuario y educación sobre el manejo de riesgos agropecuarios*” asociado al Plan Anual de Seguros Agropecuarios de 2014 incluye diversas actividades, por cuando el presupuesto para esta contratación hace parte del rubro mencionado.

2. En el punto de diseñar una estrategia de medición de impacto de la campaña radial preguntamos de que tipo es:
 - El tamaño de la audiencia es un indicador de impacto, basado en multiplicar la población objetivo por los estimados de audiencia y la cantidad de mensajes emitidos en cada periodo.
 - Aumentar la cantidad de seguidores activos, implicando con esto tener una base y mirar el desarrollo o crecimiento de los mismos en cada periodo, invitando a la población objeto a suscribirse porque encuentran en la campaña elementos con los que se pueden identificar.

Respuesta: la estrategia de medición de impacto la propone el oferente según su experiencia, atendiendo a los límites de costos y la necesidad de maximizar el impacto de la inversión.

3. ¿Cuál es la duración de las notas informativas?

Respuesta: La duración de las notas es parte de la estrategia del proponente para la generación y maximización de impacto del plan de medios (lo mínimo esperado de duración es lo que tome leer al aire la información que FINAGRO suministrará para tal fin). No obstante, debe tener en consideración las restricciones presupuestales y la duración de la campaña.

4. Las notas informativas deben ir dentro del contenido de los programas *La finca de hoy* y *El mundo del campo*, o si esas notas pueden ser emitidas dentro del break comercial.

Respuesta: Las notas informativas deben ir dentro del contenido de los programas en mención realizadas por el presentador con un libreto entregado por FINAGRO, así mismo, deberán también presentarse notas comerciales grabadas con el vocero de FINAGRO. No obstante, debe tener en consideración las restricciones presupuestales y la disponibilidad de espacios dentro del programa.

5. La descripción de los municipios adicionales, cuñas adicionales y número de notas adicionales deben hacerse en anexos independientes.

Respuesta: Si, deben presentarse los anexos 2 y 3 con los requisitos habilitantes; y estos pueden duplicarse en anexos independientes para presentar los municipios y cuñas adicionales, conservando la estructura de los anexos 2 y 3. En el caso de las notas informativas adicionales, se deberá describir claramente en la propuesta técnica cuantas notas adicionales se incluyen en la propuesta.