

SOLICITUD DE MANIFESTACIONES DE INTERÉS
SERVICIOS DE CONSULTORÍA - OPERACIONES EJECUTADAS POR EL BANCO
PROCESO DE SELECCIÓN COMPETITIVO SIMPLIFICADO

NOMBRE DEL PROYECTO: DISEÑO DE UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN, DE PRODUCCIÓN Y ELABORACIÓN DE PRODUCTOS COMUNICACIONALES PARA LA DIFUSIÓN DE LA POLÍTICA NACIONAL DE CUIDADOS EN PARAGUAY (PNCUPA)

SELECCIÓN #: B260080

MÉTODO DE SELECCIÓN: Competitivo Simplificado

PAÍS: Paraguay

SECTOR OR DEPARTAMENTO: Sector SOCIAL – División de Género y Diversidad (SCL/GDI)

NOMBRE DE LA CT: Fortalecimiento de la Agenda Análítica y Operativa para la transversalización de políticas de igualdad en Paraguay

FINANCIAMIENTO – CT #: ATN/OC-20314-PR

ENLACE AL DOCUMENTO DE CT: [IDB - FORTALECIMIENTO DE LA AGENDA ANALÍTICA Y OPERATIVA PARA LA TRANSVERSALIZACIÓN DE POLÍTICAS DE IGUALDAD EN PARAGUAY](#)

Atención Firmas Consultoras: Actualización Importante sobre el Registro en el Portal de Adquisiciones BEO

Todas las firmas consultoras, tanto nuevas como previamente registradas en el [Portal de Adquisiciones BEO](#), deben agregar su **Número de Socio Comercial (Business Partner Number por sus siglas en inglés)** al perfil de su organización para participar o continuar participando en un proceso de adquisición BEO.

Por favor consulte las [Preguntas Frecuentes](#) (FAQs) en el Portal para más detalles sobre **"Cómo encontrar u obtener su Número BP"**.

Evite retrasos, no espere hasta el último momento para completar esta actualización. Este proceso puede tardar hasta **48 horas** en completarse y podría impedir que su organización participe en un Proceso BEO.

Para preguntas o asistencia técnica, utilice el [chat en vivo](#) en la página del Portal de Adquisiciones BEO o envíenos un correo electrónico a: ocs.procurement@iadb.org

El Banco Interamericano de Desarrollo (el Banco) se creó en diciembre de 1959 para contribuir a acelerar el desarrollo económico y social de América Latina y el Caribe. En la actualidad, el Banco es un importante catalizador en la movilización de recursos para la región (Para más información sobre el Banco, consulte su sitio web en www.iadb.org).

Sección 1. Objeto de la presente Solicitud de Manifestaciones de Interés

- 1.1. El Banco ejecuta el proyecto mencionado. El Banco tiene la intención de contratar los servicios de consultoría descritos en la presente Solicitud de Manifestaciones de Interés (REOI, por sus siglas en inglés). El propósito de esta REOI es obtener información suficiente que permita al Banco evaluar si las empresas consultoras (EC) elegibles poseen la experiencia y la competencia requeridas pertinentes para prestar los servicios de consultoría solicitados por el Banco.
- 1.2. Según se define en la Política de Adquisiciones Institucionales ([GN-2303-33](#)), las EC participantes deben ser de un País¹ o Territorio² miembro del Banco para poder presentar una Manifestación de Interés (EOI por sus siglas en inglés). Las EC que posean la experiencia requerida relevante para el encargo serán evaluadas. El Banco llevará a cabo la evaluación y clasificación (ranking) de las EOI presentadas por las EC que hayan manifestado su interés. El Banco invitará a las EC a presentar una propuesta en el orden en que se haya establecido la clasificación (ranking). Si la propuesta de la EC clasificada en primer lugar es aceptable, se le invitará a negociar un Contrato. Si fracasan las negociaciones con la primera EC, se podrá invitar a la siguiente EC clasificada a presentar una propuesta y negociar.
- 1.3. Esta REOI no debe interpretarse ni como una Solicitud de Propuesta ni como una oferta de contratación y no obliga en modo alguno al Banco a contratar a ninguna EC. El Banco se reserva el derecho de rechazar cualquiera y todas las EC participantes por cualquier motivo o sin motivo alguno, sin necesidad de dar explicaciones. El Banco no se compromete de modo alguno a seleccionar a una empresa consultora participante. El Banco no informará los motivos por los que cualquier EC participante haya o no sido incluida como parte de la lista corta.

Sección 2. Instrucciones para las empresas consultoras elegibles

- 2.1. Las manifestaciones de interés deberán enviarse utilizando el [Portal de Adquisiciones BEO del BID](#) (el Portal) antes del 21 de agosto del 2026 5:00 PM. (**hora de Washington, D.C.**) en formato PDF (Max. 45MB).
- 2.2. Para acceder al Portal, la EC debe generar una cuenta de registro que incluya

¹ **Países miembro:** Alemania, Argentina, Austria, Bahamas, Barbados, Bélgica, Belice, Bolivia, Brasil, Canadá, Colombia, Costa Rica, Chile, Croacia, Dinamarca, Ecuador, El Salvador, Eslovenia, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Guatemala, Guyana, Haití, Honduras, Israel, Italia, Jamaica, Japón, México, Nicaragua, Noruega, Países Bajos, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Reino Unido, República de Corea, República Dominicana, República Popular China, Suecia, Suiza, Surinam, Trinidad y Tobago, Uruguay y Venezuela.

² **Territorios elegibles:** a) Guadalupe, Guayana Francesa, Martinica, Reunión - como Departamentos de Francia; b) Islas Vírgenes de los Estados Unidos, Puerto Rico, Guam - como Territorios de los EE.UU.; c) Aruba - como país constituyente de los Países Bajos; y Bonaire, Curaçao, San Martín, Saba, San Eustaquio - como Departamentos de los Países Bajos; d) Hong Kong - como Región Administrativa Especial de la República Popular China.

todos los datos solicitados por el Portal. En caso de que no se incluya alguno de los datos solicitados, la empresa consultora no podrá participar en este ni en ningún otro proceso de selección que lleve a cabo el Banco. Si la empresa consultora se ha registrado previamente, verifique que tenga **toda** la información de la EC actualizada y completa antes de presentar una EOI.

- 2.3. Las EC elegibles podrán asociarse en forma de Consorcio/ Joint Venture (JV) para mejorar sus calificaciones. Dicho Consorcio/ JV designará a una de las EC como representante responsable de las comunicaciones, del registro en el Portal y de la presentación de los documentos correspondientes.
- 2.4. Las EC elegibles interesadas podrán obtener más información en horario de oficina, de 09:00 AM a 5:00 PM (**hora de Washington, D.C.**), enviando un correo electrónico a: *Claudia Piras* (CLAUDIAPI@iadb.org) y *Laura Morinigo* (LAURAMOR@IADB.ORG)

Banco Interamericano de Desarrollo

División: *División de Género y Diversidad*

A la atención de: *Claudia Piras, Team Leader de la Cooperación Técnica PR-T1349*

1300 New York Ave, NW

Washington DC 20577

Tel: +1 (202) 623-1000.

Correo electrónico: CLAUDIAPI@IADB.ORG

Página web: www.iadb.org

- 2.5. Por la presente, el Banco invita a las EC elegibles a indicar su interés en prestar los servicios descritos a continuación en el borrador de Términos de Referencia para realizar los servicios de consultoría. Las EC interesadas deberán proporcionar información que demuestre que poseen la experiencia necesaria y están calificadas para prestar los servicios. Para que todas las respuestas puedan evaluarse adecuadamente, las EC elegibles deben incluir en sus presentaciones la información solicitada en la siguiente sección, con explicaciones completas y claras.

Sección 3. Servicios de consultoría

- 3.1. Los servicios de consultoría incluyen DISEÑAR UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA QUE INCLUYA LA PRODUCCIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS COMUNICACIONALES, PARA DIFUNDIR Y POSICIONAR LA POLÍTICA NACIONAL DE CUIDADOS EN PARAGUAY (PNCUPA 2030
- 3.2. Aunque no existe un formato estándar para presentar una EOI, las EC elegibles

deberán presentar una EOI que contenga la siguiente información:

- a) Información básica: indique el nombre oficial de la EC, el nombre de la persona de contacto, la dirección de correo electrónico, los números de teléfono y la dirección de la oficina de la persona de contacto clave responsable de la EOI.
- b) Antecedentes: Incluya una descripción de la EC. La EC puede incluir folletos o documentos que proporcionen información sobre su organización, historia, misión, estructura y número de empleados.
- c) Experiencia relacionada con los servicios de consultoría solicitados: Proporcione todo tipo de pruebas que la EC considere apropiadas para demostrar su experiencia y conocimientos técnicos en la prestación de servicios similares a los descritos en el Anexo A, Términos de Referencia (por ejemplo, folletos, informes, estudios, descripción de encargos similares, referencias a casos en los que haya prestado servicios similares, experiencia en condiciones similares, disponibilidad de habilidades apropiadas entre el personal, etc.)

3.3. Presupuesto estimado: USD 20,000

Anexo A. Borrador de los Términos de Referencia

Tenga en cuenta que el Banco podrá modificar los Términos de Referencia adjuntos. Se notificarán estos cambios a las EC que hayan sido preseleccionadas.

1. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

- 1.1. PARAGUAY AVANZA EN EL DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA POLÍTICA NACIONAL DE CUIDADOS, A TRAVÉS DEL PRIMER PLAN DE ACCIÓN DE CUIDADOS 2025 – 2030, ORIENTADA A FORTALECER EL SISTEMA DE PROTECCIÓN SOCIAL, PROMOVER LA IGUALDAD Y RECONOCER EL VALOR SOCIAL Y ECONÓMICO DEL TRABAJO DE CUIDADOS.
- 1.2. EL CUIDADO ES EL CONJUNTO DE TAREAS DE ATENCIÓN, ASISTENCIA Y APOYO NECESARIOS, QUE REQUIEREN LAS PERSONAS EN SITUACIÓN DE DEPENDENCIA, PARA REALIZAR ACTIVIDADES DE LA VIDA DIARIA EN LAS DIFERENTES ETAPAS DE SU CICLO DE VIDA, A FIN DE LOGRAR EL BIENESTAR Y EL MAYOR GRADO DE AUTONOMÍA POSIBLE. (PNCUPA-2030). EL CUIDADO ES ESENCIAL PARA EL BIENESTAR DE LAS PERSONAS Y EL FUNCIONAMIENTO DE LAS SOCIEDADES. SIN EMBARGO, LAS RESPONSABILIDADES DE CUIDADO RECAEN DE MANERA DESPROPORCIONADA EN LOS HOGARES Y ESPECIALMENTE EN LAS MUJERES, GENERANDO BRECHAS EN EL ACCESO AL EMPLEO, INGRESOS, TIEMPO Y OPORTUNIDADES.
- 1.3. EL MINISTERIO DE LA MUJER ES LA INSTITUCIÓN RECTORA, NORMATIVA Y ARTICULADORA DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS DEL GOBIERNO CENTRAL ORIENTADAS A PROMOVER LA IGUALDAD DE DERECHOS, OPORTUNIDADES Y RESULTADOS ENTRE MUJERES Y HOMBRES, ASÍ COMO A FOMENTAR LA PLENA PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES EN CONDICIONES DE IGUALDAD EN LOS ÁMBITOS POLÍTICO, ECONÓMICO, SOCIAL, CULTURAL Y CIVIL.
- 1.4. EN ESTE CONTEXTO, LA POLÍTICA NACIONAL DE CUIDADOS BUSCA PROMOVER UN MODELO DE

ORGANIZACIÓN SOCIAL DEL CUIDADO BASADO EN LA CORRESPONSABILIDAD ENTRE EL ESTADO, EL SECTOR PRIVADO, LAS COMUNIDADES Y LAS FAMILIAS, ASÍ COMO MEJORAR EL ACCESO A SERVICIOS DE CALIDAD PARA PERSONAS QUE REQUIEREN CUIDADOS.

- 1.5. EN ESA LÍNEA, LA PNCUPA ENFATIZA EL ROL TRANSVERSAL DE LA COMUNICACIÓN PARA EL RECONOCIMIENTO Y VALOR DEL CUIDADO, Y POR TANTO LO DEFINE COMO UN COMPONENTE EN EL PRIMER PLAN DE ACCIÓN, CUYOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS SON: 1) SENSIBILIZAR A LOS DISTINTOS ACTORES INSTITUCIONALES Y SOCIALES SOBRE EL RECONOCIMIENTO Y VALORACIÓN DE LAS TAREAS DE CUIDADO/ APOYO; 2) PROMOCIONAR LA CORRESPONSABILIDAD SOCIAL (ENTRE DISTINTOS TIPOS DE ACTORES Y DENTRO DE LAS FAMILIAS) DEL CUIDADO/ APOYO; 3) SOCIALIZAR LA DISPONIBILIDAD Y FORTALECER LA CONFIANZA EN LOS SERVICIOS DE CUIDADO/ APOYO; Y 4) SOCIALIZAR INTERNAMENTE CON TODAS LAS INSTITUCIONES DE LA COMISIÓN INTERINSTITUCIONAL DE CUIDADOS (CIC) SOBRE LO QUE ES LA POLÍTICA DE CUIDADOS, ESTABLECIENDO ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN (INTERNA/EXTERNA).
- 1.6. PARA ACOMPAÑAR ESTE PROCESO, Y CON EL PROPÓSITO DE CUMPLIR CON LAS ACCIONES VINCULADAS A LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS, RESULTA CLAVE DESARROLLAR UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA QUE PERMITA INFORMAR, SENSIBILIZAR Y GENERAR APOYO SOCIAL EN TORNO A LA IMPORTANCIA DE LOS CUIDADOS COMO TEMA DE POLÍTICA PÚBLICA, ASÍ COMO DIFUNDIR LOS OBJETIVOS Y ALCANCES DE LA POLÍTICA, DIRIGIDAS A DISTINTOS PÚBLICOS, CONTRIBUYENDO A FORTALECER EL CONOCIMIENTO Y LA APROPIACIÓN SOCIAL DE LA POLÍTICA DE CUIDADOS.

2. OBJETIVOS

- 2.1. DISEÑAR UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA QUE INCLUYA LA PRODUCCIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS COMUNICACIONALES, PARA DIFUNDIR Y POSICIONAR LA POLÍTICA NACIONAL DE CUIDADOS EN PARAGUAY (PNCUPA 2030), PROMOVRIENDO LA SENSIBILIZACIÓN PÚBLICA, EL RECONOCIMIENTO SOCIAL DEL CUIDADO, LA DISTRIBUCIÓN EQUITATIVA DE LAS RESPONSABILIDADES ENTRE ACTORES Y EL ACCESO A INFORMACIÓN SOBRE LOS SERVICIOS DISPONIBLES, COMO PARTE FUNDAMENTAL DEL BIENESTAR DE LAS PERSONAS Y DEL DESARROLLO DEL PAÍS.

2.2. LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS SON:

1. DISEÑAR UNA ESTRATEGIA INTEGRAL DE COMUNICACIÓN (CON ENFOQUE INCLUSIVO Y MULTICULTURAL) PARA LA PNCUPA.
2. ELABORAR MENSAJES CLAVE Y DISEÑAR PRODUCTOS COMUNICACIONALES DIRIGIDOS A DIFERENTES AUDIENCIAS PROMOVRIENDO EL RECONOCIMIENTO Y VALOR DEL CUIDADO;
3. DISEÑAR Y DESARROLLAR HERRAMIENTAS Y PRODUCTOS COMUNICACIONALES QUE IMPULSEN CAMBIOS EN NORMAS SOCIALES A PARTIR DEL CONCEPTO DE CORRESPONSABILIDAD;
4. FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA CIC, MEDIANTE EL DISEÑO DE LINEAMIENTOS ACORDADOS Y HERRAMIENTAS QUE ASEGUEN UNA COMPRENSIÓN COMÚN DE LA POLÍTICA Y COHERENCIA EN LOS MENSAJES INSTITUCIONALES.

3. ALCANCE DE LOS SERVICIOS

- 3.1. LA FIRMA CONSULTORA SERÁ RESPONSABLE DEL DISEÑO CONCEPTUAL, PRODUCCIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS, DE UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PARA LA DIFUSIÓN DE LA PNCUPA. EL TRABAJO INCLUIRÁ EL DESARROLLO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN BASADA EN EVIDENCIA, LA PRODUCCIÓN DE MENSAJES CLAVES Y LA PRODUCCIÓN DE MATERIALES COMUNICACIONALES, SEGMENTADA POR PÚBLICO OBJETIVO. LA EMPRESA CONSULTORA TRABAJARÁ EN COORDINACIÓN CON LAS INSTITUCIONES RESPONSABLES DE LA POLÍTICA Y CON EL EQUIPO TÉCNICO DEL PROYECTO.

4. ACTIVIDADES CLAVE

- 4.1. REVISIÓN DE DOCUMENTOS RELEVANTES A LA TEMÁTICA Y A LA PNCUPA 2030.
4.2. ELABORACIÓN DE UN DIAGNÓSTICO DEL CONTEXTO COMUNICACIONAL PARA LA DIFUSIÓN DE LA POLÍTICA DE CUIDADOS.
4.3. IDENTIFICACIÓN Y SEGMENTACIÓN DE AUDIENCIAS PRIORITARIAS.
4.4. DISEÑO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y MENSAJES CLAVE.
4.5. DESARROLLO DE IDENTIDAD VISUAL EN BASE A LINEAMIENTOS ESTABLECIDOS ACTUALES NARRATIVA DE CAMPAÑA.
4.6. PRODUCCIÓN DE PIEZAS Y CONTENIDOS COMUNICACIONALES PARA DISTINTOS FORMATOS Y PLATAFORMAS (GRÁFICOS, AUDIOVISUALES Y DIGITALES)
4.7. INFORME FINAL DE LAS ACCIONES DESARROLLADAS DURANTE LA CONSULTORÍA.
4.8. VALIDACIÓN TÉCNICA DE LA ESTRATEGIA, MENSAJES Y MATERIALES COMUNICACIONALES CON LA DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN DEL MINISTERIO DE LA MUJER, EN LAS DISTINTAS ETAPAS DE DESARROLLO DE LA CAMPAÑA.

5. RESULTADOS Y PRODUCTOS ESPERADOS

- 5.1. PRODUCTO 1. PLAN DE TRABAJO Y PROPUESTA METODOLÓGICA PARA EL DESARROLLO DE LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN.
- 5.2. PRODUCTO 2. INFORME DE DIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL.
- 5.3. PRODUCTO 3. ESTRATEGIA INTEGRAL DE COMUNICACIÓN QUE INCLUYA: IDENTIFICACIÓN DE PÚBLICOS OBJETIVO, DEFINICIÓN DE MENSAJES CLAVES, IDENTIDAD CONCEPTUAL Y VISUAL DE LA CAMPAÑA, PROPUESTA DE HERRAMIENTAS Y CANALES DE COMUNICACIÓN.
- 5.4. PRODUCTO 4. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN CON ACTIVIDADES PROYECTADAS HASTA 12 MESES, QUE INCLUYA DISEÑO DE MÉTRICAS DE ALCANCE E INDICADORES DE DESEMPEÑO, INCORPORANDO TANTO VARIABLES DE VISIBILIDAD (ALCANCE, IMPRESIONES, INTERACCIÓN) COMO INDICADORES DE IMPACTO (NIVEL DE COMPRENSIÓN, RECORDACIÓN DE MENSAJES, PERCEPCIÓN SOBRE EL CUIDADO, ENTRE OTROS).
- 5.5. PRODUCTO 5. PAQUETE DE MATERIALES COMUNICACIONALES PARA LA CAMPAÑA QUE INCLUYA AL MENOS:
- 10 PIEZAS GRÁFICAS PARA REDES SOCIALES (FORMATOS ADAPTADOS A PLATAFORMAS DIGITALES);

- 3 MATERIALES AUDIOVISUALES (VIDEOS CORTOS Y/O INSTITUCIONALES), DE HASTA 60 SEGUNDOS DE DURACIÓN CON GRABACIONES EN ASUNCIÓN Y CENTRAL;
- 15 CONTENIDOS PARA REDES SOCIALES (COPYS Y ADAPTACIONES);
- 10 MATERIALES INFORMATIVOS PARA DIFUSIÓN INSTITUCIONAL (EJ. FICHAS, INFOGRAFÍAS, PIEZAS EXPLICATIVAS).

LA ELABORACIÓN DE LOS MATERIALES DEBERÁ CONTEMPLAR UN PROCESO DE REVISIÓN CONTINUA CON EL MINISTERIO DE LA MUJER Y EL BID. DURANTE EL PROCESO DE PRODUCCIÓN, LAS OBSERVACIONES SERÁN INCORPORADAS DE MANERA ITERATIVA, ASÍ COMO LAS VALIDACIONES CORRESPONDIENTES A CADA UNO.

6. CALENDARIO DEL PROYECTO E HITOS

6.1. LA DURACIÓN ESTIMADA DE LA CONSULTORÍA SERÁ DE 4 MESES.

CALENDARIO DEL PROYECTO	
ENTREGABLES	PERIODO ESTIMADO
PRODUCTO 1: PLAN DE TRABAJO Y PROPUESTA METODOLÓGICA PARA EL DESARROLLO DE LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN.	A LOS DIEZ DÍAS DE LA FIRMA DEL CONTRATO
PRODUCTO 2: INFORME DE DIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL	A LOS TREINTA DÍAS DE LA FIRMA DEL CONTRATO
PRODUCTO 3: ESTRATEGIA INTEGRAL DE COMUNICACIÓN	A LOS CUARENTA Y CINCO DÍAS DE LA FIRMA DEL CONTRATO
PRODUCTO 4: PLAN DE IMPLEMENTACIÓN Y MÉTRICAS DE ALCANCE	A LOS CUARENTA Y CINCO DÍAS DE LA FIRMA DEL CONTRATO
PRODUCTO 5: INFORME FINAL DE LA CONSULTORÍA QUE INCLUYA EL PAQUETE DE MATERIALES COMUNICACIONALES PARA LA CAMPAÑA, EN FORMATOS FINALES Y EDITABLES.	A LOS CIEN DÍAS DE LA FIRMA DEL CONTRATO

7. REQUISITOS DE LOS INFORMES

- 7.1. LOS INFORMES PRELIMINARES Y BORRADORES DE CADA PRODUCTO SERÁN PRESENTADOS PARA SU REVISIÓN EN INSTANCIAS DE VALIDACIÓN CON LOS EQUIPOS DEL MINISTERIO DE LA MUJER Y EL BID.
- 7.2. LA VALIDACIÓN TÉCNICA DE LA ESTRATEGIA, MENSAJES Y MATERIALES COMUNICACIONALES DEBERÁ CONTAR CON LA PARTICIPACIÓN DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN DEL MINISTERIO DE LA MUJER, PREVIO A LA APROBACIÓN FINAL DE CADA ENTREGABLE.

7.2. LOS INFORMES FINALES DEBERÁN PRESENTARSE EN ESPAÑOL, EN FORMATOS EDITABLES CORRESPONDIENTES Y PDF.

8. CRITERIOS DE ACEPTACIÓN

8.1. UN PRODUCTO SERÁ CONSIDERADO COMO FINALIZADO CUANDO TANTO EL BID COMO EL MINISTERIO DE LA MUJER ESTÉN DE ACUERDO CON LA VERSIÓN FINAL PRESENTADA POR LA FIRMA CONTRATADA.

9. REQUISITOS DE LA EMPRESA CONSULTORA Y EL EQUIPO CLAVE

9.1. LA EC DEBE CONTAR CON AL MENOS 10 AÑOS DE EXPERIENCIA EN EL DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA, PREFERENTEMENTE VINCULADAS A POLÍTICAS SOCIALES, IGUALDAD DE GÉNERO, PROTECCIÓN SOCIAL O DERECHOS HUMANOS.

9.2. LA EC DEBE ACREDITAR UN MÍNIMO DE 5 AÑOS DE EXPERIENCIA RELEVANTE EN TRABAJOS RELACIONADOS A DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA POLÍTICAS PÚBLICAS, CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN SOCIAL, PRODUCCIÓN DE MATERIALES AUDIOVISUALES Y DIGITALES, GESTIÓN DE CAMPAÑAS EN MEDIOS TRADICIONALES Y PLATAFORMAS DIGITALES, ASÍ COMO TRABAJOS CON INSTITUCIONES PÚBLICAS U ORGANISMOS INTERNACIONALES.

9.3. LA EC DEBE DESCRIBIR SU EXPERIENCIA Y PRESENTAR PORTAFOLIO DE INICIATIVAS SIMILARES DURANTE LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS.

9.4. EL EQUIPO DE LA FIRMA CONSULTORA DEBERÁ ESTAR CONFORMADO, COMO MÍNIMO, POR LOS SIGUIENTES PROFESIONALES CLAVE:

- UNA PERSONA COORDINADORA DE EQUIPO QUE MÍNIMAMENTE TENGA GRADO ACADÉMICO UNIVERSITARIO EN CIENCIAS SOCIALES, COMUNICACIÓN, POLÍTICAS PÚBLICAS, DESARROLLO SOSTENIBLE, GESTIÓN DE PROYECTOS SOCIALES U OTRAS ÁREAS AFINES, Y CON AL MENOS 10 AÑOS DE EXPERIENCIA EN GESTIÓN DE PROGRAMAS Y/O PROYECTOS VINCULADOS A IGUALDAD DE GÉNERO, CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN CON ENFOQUE SOCIAL O PROYECTOS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL, ASÍ COMO EXPERIENCIA LIDERANDO PROCESOS DE ARTICULACIÓN CON INSTITUCIONES PÚBLICAS Y ORGANISMOS MULTILATERALES.
- UNA PERSONA ESPECIALISTA EN COMUNICACIÓN, QUE MÍNIMAMENTE TENGA GRADO ACADÉMICO UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN SOCIAL, PERIODISMO, COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL, COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO, O ÁREAS RELACIONADAS, Y AL MENOS 8 AÑOS DE EXPERIENCIA EN DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA, CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN EN ÁREAS SOCIALES O DE POLÍTICAS PÚBLICAS.
- UNA PERSONA ESPECIALISTA EN COMUNICACIÓN DIGITAL, QUE MÍNIMAMENTE TENGA GRADO ACADÉMICO UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN SOCIAL, PERIODISMO, COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL, COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO, O ÁREAS RELACIONADAS Y AL MENOS 5 AÑOS DE EXPERIENCIA EN DISEÑO Y GESTIÓN DE CONTENIDOS PARA REDES SOCIALES Y PLATAFORMAS DIGITALES.
- UNA PERSONA ESPECIALISTA EN DISEÑO GRÁFICO Y/O AUDIOVISUAL, QUE MÍNIMAMENTE TENGA GRADO ACADÉMICO UNIVERSITARIO EN DISEÑO GRÁFICO O AUDIOVISUAL, COMUNICACIÓN, PERIODISMO, O ÁREAS RELACIONADAS Y AL MENOS 5 AÑOS DE EXPERIENCIA

EN DESARROLLO DE MATERIALES GRÁFICOS, DIGITALES O AUDIOVISUALES PARA CAMPAÑAS O ESPACIOS DE SENSIBILIZACIÓN.

10. OTROS REQUISITOS

10.1. N/A

11. SUPERVISIÓN E INFORMES

- 11.1. LA FIRMA CONSULTORA REPORTARÁ AL BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO (DIVISIÓN DE GÉNERO Y DIVERSIDAD – SCL/GDI) EN COORDINACIÓN CON EL MINISTERIO DE LA MUJER. LAS MISMAS SERÁN RESPONSABLE DE LA SUPERVISIÓN TÉCNICA DEL CONTRATO Y DE LA APROBACIÓN DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS POR LA FIRMA CONSULTORA, BAJO LA SUPERVISIÓN DE LA ESPECIALISTA CLAUDIA PIRAS (SCL/GDI)
- 11.2. EL MINISTERIO DE LA MUJER EJERCERÁ LA SUPERVISIÓN TÉCNICA DE LOS CONTENIDOS COMUNICACIONALES, CON LOS LINEAMIENTOS INSTITUCIONALES Y LA POLÍTICA PÚBLICA.
- 11.3. LA DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN DEL MINISTERIO DE LA MUJER PARTICIPARÁ EN LA REVISIÓN Y VALIDACIÓN DE LA ESTRATEGIA, MENSAJES Y MATERIALES COMUNICACIONALES EN LAS DISTINTAS ETAPAS DEL PROCESO.
- 11.4. SE PREVEN REUNIONES PERIÓDICAS DE SEGUIMIENTO Y VALIDACIONES INTERMEDIAS, SEGÚN NECESIDAD, SIENDO RESPONSABILIDAD DE LA FIRMA CONSULTORA GARANTIZAR LA PRESENTACIÓN OPORTUNA DE LOS INFORMES Y AVANCES.

12. CALENDARIO DE PAGOS

- 12.1. LAS CONDICIONES DE PAGO SE BASARÁN EN LOS HITOS O ENTREGABLES DEL PROYECTO. EL BANCO NO ESPERA HACER PAGOS POR ADELANTADO EN VIRTUD DE CONTRATOS DE CONSULTORÍA A MENOS QUE SE REQUIERA UNA CANTIDAD SIGNIFICATIVA DE VIAJES. EL BANCO DESEA RECIBIR LA PROPUESTA DE COSTOS MÁS COMPETITIVA PARA LOS SERVICIOS DESCRITOS EN EL PRESENTE DOCUMENTO.
- 12.2. LA TASA DE CAMBIOS OFICIAL DEL BID INDICADA EN EL SDP SE APLICARÁ PARA LAS CONVERSIONES NECESARIAS DE LOS PAGOS EN MONEDA LOCAL.

PLAN DE PAGOS	
ENTREGABLES	%
PRODUCTO 1: PLAN DE TRABAJO Y PROPUESTA METODOLÓGICA PARA EL DESARROLLO DE LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN.	10%
PRODUCTO 2: INFORME DE DIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL	20%
PRODUCTO 3: ESTRATEGIA INTEGRAL DE COMUNICACIÓN	30%
PRODUCTO 4: PLAN DE IMPLEMENTACIÓN Y MÉTRICAS DE ALCANCE	20%
PRODUCTO 5: PAQUETE DE MATERIALES COMUNICACIONALES PARA LA CAMPAÑA	20%

Términos de Referencia

Los TDR se deben incluir como parte del documento de SDMI. No es posible incluirlos como archivos separados.