

TÉRMINOS DE REFERENCIA (CONSULTORIA PERSONA JURIDICA)

PRODUCCIÓN DE CAMPAÑA PUBLICITARIA DIGITAL PARA PREVENCIÓN DE COVID-19 GRAVE EN NIÑOS Y ADOLESCENTES A TRAVÉS DE INFORMACIÓN, SENSIBILIZACIÓN Y DIÁLOGO SOBRE LOS BENEFICIOS DE LA VACUNACIÓN

1. ANTECEDENTES

La Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH opera a nivel mundial como empresa proveedora de servicios de la cooperación internacional para el desarrollo sostenible. La GIZ cuenta con experiencia en los ámbitos más diversos: desde el fomento de la economía y el empleo hasta el fomento de la paz y la seguridad, pasando por temas relacionados con la energía y el medio ambiente. La GIZ es una empresa federal de utilidad pública y, como tal, asiste al Gobierno Federal alemán en sus esfuerzos por alcanzar los objetivos fijados en materia de cooperación internacional. Para ello, la GIZ desarrolla junto con sus contrapartes soluciones eficaces que ofrezcan perspectivas a las personas y mejoren sus condiciones de vida a largo plazo.

La GIZ en Bolivia está presente desde el año 1962. El principal comitente de la GIZ en Bolivia es el Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo (BMZ). Como respuesta a la pandemia del COVID-19, la GIZ, por encargo del BMZ, implementa varias medidas puntuales de cooperación para apoyar a Bolivia en la respuesta a la situación sanitaria. Algunos temas de estas medidas se concentran en el apoyo a los esfuerzos nacionales en temas de vacunación y emergencia sanitaria. Todas las medidas son implementadas junto al Ministerio de Salud y Deportes y entidades relevantes del sector de salud.

SFF StopCovid es una medida del Fondo de Estudios y Expertos para el apoyo a la campaña nacional de vacunación. Con la premisa de construir y valorar el prestigio institucional y confianza de la población, se busca una institución comprometida y capaz de elevar la campaña de comunicación masiva efectiva en medios de comunicación y redes sociales, dirigida al público más joven de la población boliviana.

2. OBJETIVO GENERAL DE LA CONSULTORIA

Desarrollar una campaña transmedia 360 de información con un enfoque de empoderamiento, dirigida a niñas, niños y adolescentes a partir del intercambio e interacción de información entretenida y lúdica, en cuanto a inmunización y vacunación contra COVID-19.

3. OBJETIVOS ESPECIFICOS DE LA CONSULTORIA

- Implementar experiencias interactivas de diálogo y debate interno para niñas, niños, jóvenes y adolescentes.
- Desmontar mitos sobre las vacunas gracias a actividades construidas con las niñas, niños y adolescentes.
- Desarrollar contenido específico para niñas, niños, jóvenes y adolescentes entre 5 y 17 años de edad.

4. ACTIVIDADES O FUNCIONES ESPECÍFICAS A DESARROLLAR

- Desarrollar una línea gráfica y slogan para la campaña.
- Desarrollar puntos y charlas en unidades educativas con líderes de opinión para generar contenido.
- Crear personajes para la campaña y utilizarlos en todos los medios de comunicación.
- Desarrollar contenido para difusión de información en televisión nacional relacionadas con la consultoría.
- Desarrollar contenido para difusión de información en redes sociales (Instagram, TikTok y Facebook) relacionadas con la consultoría.
- Realizar videos de TikTok informativos con temas relacionados con la consultoría.
- Realizar videos en vivo informativos en redes sociales (Instagram, TikTok y Facebook) con temas relacionados con la consultoría.
- Escribir notas para la difusión de información en redes sociales (Instagram, TikTok y Facebook) con temas relacionados con la consultoría.
- Crear infografías para difusión de información en redes sociales (Instagram, TikTok y Facebook) con temas relacionados con la consultoría.
- Crear encuestas digitales dirigidas al público meta para determinar indicadores de la campaña.
- Proponer la cantidad de pases en televisión nacional en horario familiar, necesarios para el alcance de indicadores, durante el periodo de contrato. El costo deberá ser descrita en la propuesta económica
- Proponer la cantidad de difusiones necesarios en redes sociales para el alcance de indicadores, durante el periodo de contrato. El costo deberá ser descrita en la propuesta económica.

5. METODOLOGIA

La empresa debe contar con el personal técnico y equipo audiovisual necesario para la producción de la campaña y asegurar la protección de derechos de autor. El contenido se desarrollará en permanente coordinación con el personal designado de la medida SFF Stop Covid de la GIZ.

6. PRODUCTOS/INFORMES

N°	PRODUCTOS	FECHAS DE PRESENTACIÓN
1.	Plan de trabajo, diseño de campaña	01.11.2022
2.	Informe final con indicadores de alcance en redes sociales y programas de televisión	15.12.2022

7. FORMATO DOCUMENTOS

Todo producto y/o resultado de la consultoría debe ser presentado en formato digital

8. COORDINACION TECNICA

El trabajo de consultoría deberá ser realizado en coordinación con el responsable técnico. La supervisión de la consultoría estará bajo la responsabilidad de GIZ en constante coordinación con el Ministerio de Salud y Deportes.

9. LUGAR DE TRABAJO

La consultoría se desarrollará en la ciudad de La Paz, con alcance a nivel nacional.

10. VIAJES OFICIALES

No se contemplan viajes de forma oficial.

11. TIEMPO DE CONTRATACIÓN

La consultoría se realizará en 56 días, entre el 21/10/2022 y el 15/12/2022

12. PERFIL DE LA EMPRESA

Formación y experiencia (35%)

Experiencia general

Empresa especializada en desarrollo de contenido mediático con experiencia comprobable de más de 10 años en televisión nacional.

Experiencia específica

Experiencia de más de 10 años, en creación de contenido televisivo y digital. Crea campañas de educación desde un enfoque de comunicación para la transformación social.

Calificación del personal propuesto

- **Formación:**
 - ✓ Profesionales en ciencias de la comunicación, mercadeo, producción, edición, diagramación y áreas afines
 - ✓ Comunicadores con formación y experiencia en periodismo narrativo
 - ✓ Comunicadores con formación y experiencia en educación
 - ✓ Se valorará la formación en desarrollo de contenidos y material y proyectos educativos
 - ✓ Personal con experiencia en campañas educativas
 - ✓ Personal con experiencia en desarrollo de contenidos
- **Experiencia profesional general** de 10 años comprobada de trabajo
- **Experiencia específica:**
 - ✓ 10 años de trabajo en televisión nacional.
 - ✓ Experiencia en entretenimiento y educación.
 - ✓ Experiencia en campañas mediáticas y comunicacionales enfocadas en niñas, niños y adolescentes.
 - ✓ Experiencia en difusión mediática y comunicacionales.
 - ✓ Se valorará la experiencia en desarrollo de temas relacionados con la salud con niñas, niños y adolescentes.

- ✓ Experiencia en entretenimiento y educación, con un equipo de creativos, comunicadores, psicólogos y pedagogos.
- ✓ Experiencia en desarrollo de diversas formas de contenido educativo empoderando a través de la información (virtual, digital, mediático informativo, periodístico y de diseño).
- ✓ Se valorará la experiencia en campañas educacionales y capacidad de adaptación al entorno social.
- ✓ Se valorará reconocimiento nacional e internacional.

Propuesta técnica (35%)

La empresa proponente deberá hacer llegar una propuesta técnica que incluya un cronograma, la metodología a utilizar y otros elementos que considere necesarios. La propuesta no debe ser copia de los presentes términos de referencia.

Propuesta económica (30%)

La empresa proponente debe hacer llegar una propuesta económica por el servicio a prestar que incluya todas las prestaciones, obligaciones e impuestos de ley.

Se abrirá las propuestas económicas, únicamente de las empresas proponentes que obtengan un mínimo de 50/70 en la evaluación del (Formación, experiencia y propuesta técnica).

13. FORMA DE PAGO

N° de pago	Producto o informe para entregar	Fechas	Calculado en relación con el tiempo invertido (días efectivos)
1	A la entrega y aprobación del Informe final con indicadores de alcance en redes sociales y programas de televisión	15.11.2022	56 días

14. FACTURACIÓN

La Empresa deberá necesariamente entregar la factura correspondiente por el total de cada pago percibido del costo de la consultoría, emitida a nombre de GIZ, con Número de Identificación Tributaria NIT 99001.

15. PROPIEDAD INTELECTUAL

Los materiales producidos bajo los presentes Términos de Referencia, tales como diseños metodológicos, escritos, reportes, gráficos, fotografías, cintas magnéticas, programas de computación y demás son de propiedad exclusiva de la GIZ. Este derecho propietario continuará vigente aún después de la conclusión de la relación contractual de las partes. El uso de estos por parte de la empresa será posible únicamente con la autorización formal de GIZ.

16. CONFIDENCIALIDAD

La empresa deberá guardar confidencialidad sobre todo material que le sea entregado para el desempeño de su trabajo y que sea de propiedad del Programa de GIZ. De igual forma no podrá dar a dicho material otro uso que no sirva al cumplimiento de objetivos de la presente consultoría, salvo autorización explícita de la GIZ.

17. BIOSEGURIDAD Y DESARROLLO DE LA CONSULTORÍA

Bioseguridad:

Las normas de bioseguridad por la pandemia vinculadas al COVID-19 dadas por el estado donde se desarrolle la consultoría deben ser cumplidas por la Empresa. Esta obligación comprende cualquier desplazamiento a otro estado por parte de la Empresa dentro del marco de la ejecución de la presente consultoría. El cumplimiento de plazos establecidos en el contrato no debe conllevar a un incumplimiento de las normas oficiales de bioseguridad del país. Dado el caso, se evaluará si es factible ampliar la vigencia del contrato en cuyo caso se deberá realizar una adenda en tiempo al contrato.

Desarrollo:

La Empresa deberá avisar a GIZ a tiempo cuando se den atrasos debido a circunstancias originadas por la pandemia. Se deberá evaluar realizar adaptaciones necesarias al contrato.

De no poder ejecutarse parte de la consultoría o en su totalidad, por una cuarentena y/o Estado de Emergencia y Aislamiento Social Obligatorio, y/o Estado de Emergencia Sanitaria y/o coyuntura de la pandemia COVID-19 y/o cualquier otro evento no imputable a las partes que califique como Fuerza Mayor lo impidiere, dado el caso se podrá elaborar una adenda al contrato o GIZ podrá dar por finalizado el contrato, sin responsabilidad ni pago de indemnización alguna. Se pagará única y exclusivamente los servicios efectivamente prestados que correspondan a trabajos efectivamente realizados. La resolución será comunicada por GIZ mediante correo electrónico a la dirección que consigne la Empresa.

Cualquier prórroga al contrato deberá constar necesariamente en una Adenda.

Nota.- La respuesta y participación a la presente, establece el pleno conocimiento por parte de la Empresa postulante de las obligaciones sociolaborales respecto a sus trabajadoras y trabajadores, y que da pleno cumplimiento a las mismas. Por lo que no se reconoce más allá de lo establecido en esta relación de carácter civil, siendo la normativa legal aplicable el Art. 732 y siguientes del código civil boliviano.