

Proyecto

Más ciudadanía, menos corrupción

para mejorar la supervisión ciudadana del desempeño gubernamental y combatir la corrupción

INVITA A PRESENTAR PROPUESTA TÉCNICA Y ECONÓMICA PARA LA CONSULTORÍA DE LA CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN

- a) **Institución convocante:** Fundación Comunitaria CIRD.
- b) **Código:** MCMC-Com-01-2022
- c) **Proyecto y fuente de financiamiento:** Proyecto Más Ciudadanía, Menos Corrupción. Financiado por la Agencia de los Estados Unidos de América para el Desarrollo Internacional (USAID).
- d) **Dirigido a:** Personas jurídicas
- e) **Plazo para consultas:** las consultas deberán ser remitidas hasta las 12:00hs del día martes 5 de julio 2022 a los correos falcaraz@cird.org.py , lissysa@cird.org.py
- f) **Plazo de presentación de las candidaturas:** Las candidaturas serán recibidas únicamente por correo electrónico a falcaraz@cird.org.py, lissysa@cird.org.py hasta las 12:00 hs., del día viernes 8 de julio de 2022. Las candidaturas recibidas posteriormente, no serán evaluadas, así como las candidaturas presentadas en físico.

TERMINOS DE REFERENCIA

LLAMADO PARA PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS TÉCNICA Y ECONÓMICA PARA LA CONSULTORÍA DE LA CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN

PROYECTO MÁS CIUDADANÍA, MENOS CORRUPCIÓN

I. Antecedentes

El Proyecto Más Ciudadanía, Menos Corrupción es parte de un acuerdo cooperativo entre la Fundación CIRD y la Agencia de los Estados Unidos de América para el Desarrollo Internacional (USAID) para incentivar las prácticas de control de la gestión pública en el Paraguay.

El Proyecto, inició el pasado febrero del año 2022, con vigencia hasta febrero del año 2025, busca mejorar las capacidades de las organizaciones no gubernamentales, el sector privado, los periodistas de investigación, las mujeres y los jóvenes para supervisar el desempeño del Gobierno de Paraguay en la lucha contra la corrupción y la impunidad,

En 3 años del Proyecto, se establecerán al menos tres mecanismos para articular y amplificar la supervisión de la sociedad civil. Veinte organizaciones mejorarán su capacidad institucional y desempeño en el área de supervisión, a través de la implementación de proyectos destinados a combatir la corrupción con el apoyo de los sectores público y privado

Finalmente se implementarán al menos cuarenta y cinco iniciativas de supervisión, que monitorearán el estado de los reclamos y los procedimientos judiciales en casos de corrupción, que denunciarán públicamente las irregularidades y abogarán por el fin de la impunidad, asegurando así que la corrupción gubernamental sea debidamente investigada y eventualmente sancionada.

Las principales acciones previstas en el proyecto son:

- Conformación e implementación de una Coalición por la Legalidad para realizar estudios de casos de control de la gestión pública,
- Constitución de un Observatorio para el análisis anual del costo de la corrupción y sus efectos con énfasis en las mujeres.
- Construcción participativamente de un Pacto de Integridad ciudadano de comportamientos ético.
- Apoyo a veinte organizaciones de todo el Paraguay para mejorar su capacidad institucional y desempeño en el área de supervisión, a través de la

implementación de proyectos destinados a combatir la corrupción con el apoyo de los sectores público y privado.

- Exposición a la opinión pública casos emblemáticos mediante investigaciones periodísticas como parte de un entrenamiento en periodismo de investigación.
- Certificación a empresas en “Ética, Cumplimiento y Transparencia” mediante capacitaciones y procesos de planificación y coaching.
- **Implementación de campañas de sensibilización a la ciudadanía y con miras al cambio conductual, con ejes temáticos vinculados a la integridad y anticorrupción.**
- Generación de una plataforma interactiva que servirá de articulación con las demás plataformas de control de la gestión pública.

II. Objetivo de la Campaña de sensibilización

Esta campaña de sensibilización como parte de las actividades del proyecto busca que la ciudadanía se reconozca como actor fundamental en el combate de la corrupción desde su cotidianeidad, en cuanto a:

- Exigir a las instituciones públicas la implementación de medidas correctivas ante irregularidades comprobadas o identificadas gracias a los portales de transparencia y ejercicios institucionales de rendiciones de cuentas.
- Controlar de la gestión pública y el uso de los recursos públicos.
- Denunciar indicios de delitos y prácticas corruptas.
- Rechazar y no ofrecer sobornos.
- Cumplir con la legislación.
- Participar en la sociedad promocionando una cultura de integridad.
- Articular esfuerzos con otros actores de la sociedad civil, incluyendo a activistas, organizaciones no gubernamentales, periodistas, actores del sector privado, jóvenes y mujeres.

III. Objetivos de la Consultoría

- Diseñar e implementar la campaña de sensibilización a la ciudadanía en los ejes temáticos a ser seleccionados, que estarán vinculados a la integridad y anticorrupción, teniendo en cuenta el objetivo general del proyecto y el plan de trabajo de los 3 años.
- Aplicar estrategias innovadoras y efectivas para lograr la mejor llegada, el mayor alcance, buscando el cambio conductual en el público meta.
- Realizar acciones de promoción y cobertura de las actividades estratégicas del proyecto. Promover acciones que contribuyan a lograr un cambio de comportamiento en actores de la sociedad civil, incluyendo a activistas,

organizaciones no gubernamentales, periodistas, actores del sector privado, jóvenes y mujeres.

IV. Productos Esperados

- Diseño de un plan de implementación de la campaña de sensibilización en 2 fases, de un periodo de 12 meses cada fase, identificando claramente el público y el alcance. Cada fase contará con un eje temático diferente, no obstante, con un hilo conductor más ciudadanía, menos corrupción.
- Análisis, discusión y ajustes del plan de implementación de la campaña con la Fundación CIRD.
- Implementación de cada fase de la campaña comunicacional con los siguientes elementos mínimos, cuya cantidad y frecuencia debe ser propuesta por el oferente:
 - Mensajes para medios de comunicación masiva: redes sociales, radio, dos periódicos digitales de mayor alcance, otros.
 - Diseño de flyers para difusión en las diferentes plataformas digitales.
 - Elaboración de capsulas para la difusión en las redes sociales del CIRD a través del encargado de comunicación.
 - Elaboración y difusión de spots radiales en emisoras de mayor alcance.
 - Realizar la gestión comercial (pautaje) con los medios de comunicación para la difusión de los mensajes.
 - Realizar un monitoreo de prensa permanentemente, medición de alcance de difusión en las diferentes plataformas e informar al proyecto.
 - Otras estrategias acordes a la finalidad de la campaña.

Observación: estos son elementos mínimos de la propuesta. Serán valoradas las propuestas más originales y novedosas para lograr el objetivo de la campaña.

- Aportar sugerencias de mejoras y posibles ajustes a la campaña de manera permanente.
- Realizar entrevistas y videos de socios y OSCs beneficiarias del proyecto para socializar experiencias y generar adherencia a la finalidad de la campaña.

- Realizar cobertura de las actividades del proyecto y capsulas para su difusión en las diferentes redes sociales del CIRD que contribuyan al logro de los objetivos de la campaña de sensibilización (numeral II). (6 actividades)
 1. Evento de Presentación de casos periodísticos (Dic 2022).
 2. Evento de Presentación de Casos de Estudio, Informe del Observatorio y Lanzamiento de la plataforma (Dic 2022).
 3. Evento de Presentación de casos periodísticos, (Jun 2023).
 4. Evento de Presentación de casos de control de las OSCs sub beneficiarias del proyecto (setiembre 2023).
 5. Evento de Presentación de Casos de Estudio e Informe del Observatorio (Dic 2023).
 6. Evento de Presentación de casos periodísticos (Dic 2023).
- Asesorar al proyecto en las mejores estrategias de cobertura de las actividades del proyecto para acompañar a la campaña comunicacional de sensibilización.
- Presentar Informes mensuales de monitoreo y avance de la consultoría describiendo el alcance y cobertura de la campaña, así como también los esfuerzos para apuntar al cambio conductual logrado en el público meta.
- Creación de una identidad gráfica para la Campaña.
- Banners para web y redes sociales.
- Ideas de implementación de la campaña, que incluya: actividad de lanzamiento; acciones de activación en la vía pública y en las redes sociales; indicadores de seguimiento y evaluación de la campaña.

Observación: Para la realización de las coberturas de los eventos se requiere como mínimo lo siguiente:

- Dos (2) Cámaras Digital Full HD
- Trípodes y accesorios de cámaras
- Captación profesional de audio
- Luces de apoyo
- Coordinación y seguimiento de producción
- Edición de materiales en consulta con el proyecto
- Isla de edición
- Voz en off
- Editor y post productor
- Subtítulos de ponentes, voz en off y de las intervenciones de los participantes

V. Periodo de las Fases

Inicialmente los periodos se comprenden en:

Fase I: Agosto 2022 a Julio 2023

Fase II: Agosto 2023 a Julio 2024

VI. Valor estimado

El presupuesto estimado de la consultoría asciende a Gs. 720.000.000 (Guaraníes setecientos veinte millones).

VII. Forma de pago

Nro	Producto	Porcentaje
1	Plan de la campaña comunicacional de sensibilización en 2 fases.	15%
2	Informe de cobertura y difusión de la primera y segunda actividad del proyecto.	10%
3	Informe de avance de implementación de la primera fase de la campaña.	10%
4	Informe de cobertura y difusión de la tercera actividad del proyecto.	5%
5	Informe final de la implementación de la primera fase de la campaña.	10%
6	Informe de cobertura y difusión de la cuarta actividad y Plan ajustado de implementación de la segunda fase de la campaña	15%
7	Informe de cobertura y difusión de la quinta y sexta actividad del proyecto.	10%
8	Informe de avance de implementación de la segunda fase de la campaña.	10%
9	Informe final de la implementación de la segunda fase de la campaña.	15%
	TOTAL	100%

VIII. Condiciones para la realización de la consultoría

- La firma consultora realizará sus actividades en la ciudad de Asunción – Paraguay y en los lugares donde se requiera debido a la naturaleza del trabajo a realizar.
- La Consultora utilizará sus equipos, mobiliarios y medio de movilidad para la generación de los productos.
- La consultora contratará los servicios de difusión en medios propuestos.
- Respetar el plan de marca y marcado del proyecto, aprobado por USAID, el cual ha identificado los principales mensajes a seguir (el manual será parte del anexo del contrato) :
 - USAID y CIRD están impulsando las capacidades ciudadanas para combatir la corrupción en la gestión pública. (Público general)
 - La corrupción afecta tu inversión, tu negocio, tu crecimiento. Tu empresa puede ayudar a prevenirla, reducirla y combatirla. (Sector privado)
 - CIRD apoya al periodismo de investigación ubicado en la primera línea de lucha contra la corrupción y la impunidad. Accedé a instrumentos y mecanismos para el control eficaz de la gestión pública. (Periodistas de investigación)
 - Tu organización puede ayudar a prevenir la corrupción y a reparar las injusticias sociales. Sumate al control ciudadano de la gestión pública y sé parte del cambio. (Sociedad civil organizada)
 - Accedé a la plataforma virtual de control de la gestión pública: Más capacidades y herramientas ciudadanas contra la corrupción y la impunidad (Personas comprometidas con la lucha anticorrupción y la transparencia)
 - Si hay corrupción, (también) hay discriminación, inequidad y abuso del poder. Participá en el control de la gestión pública y ejercé tu derecho. (Mujeres y jóvenes)

IX. Calificaciones requeridas

- Personería jurídica conformada según las leyes locales del Paraguay.
- Empresa u organización con un mínimo de 5 (cinco) años de experiencia demostrada en la ejecución de campañas de comunicación.
- Empresa u organización con experiencia deseable en realización de campañas comunicacionales de sensibilización en combate a la corrupción.

- Contar con profesionales idóneos para la generación de los productos esperados.

X. Documentación a ser presentada

- Carta de Presentación
- Estatutos, acta de designación de firmantes y certificado de cumplimiento tributario.
- Portafolio de 3 (tres) campañas de comunicación que demuestren la experiencia de la empresa u organización en campañas similares.
- Propuesta Técnica metodológica del desarrollo de la consultaría con sus diferentes productos.
- Propuesta Económica detallada, teniendo en cuenta mínimamente los elementos mencionados en productos esperados.

El contrato se adjudicará a la entidad proveedora que haya enviado la cotización con la mejor relación costo-beneficio, es decir, la oferta con el precio más conveniente y que cumpla con los requisitos técnicos.

El Proyecto tiene la intención de expedir el contrato como se presenta en los documentos de la solicitud de cotización. Por consiguiente, antes de presentar sus cotizaciones, los oferentes deberán asegurarse de realizar las comprobaciones debidas en lo que respecta a la revisión jurídica y la capacidad de cumplir con todos los términos y condiciones del contrato.

El Proyecto se reserva el derecho de aceptar o rechazar cualquier cotización, así como de cancelar el proceso y rechazar todas las cotizaciones en cualquier momento anterior a la adjudicación del contrato sin contraer por ello ninguna obligación con las entidades proveedoras ni estar obligada a informarlas de los motivos de dicha decisión.

ANEXOS I

Modelo de Carta de Presentación

Ciudad, fecha

Señores
Fundación CIRD
Presente

Asunto: propuestas técnica y económica para la consultoría de la campaña de sensibilización - Código: MCMC-Com-01-2022

Nos dirigimos a ustedes, en representación de (*nombre de la empresa*), con RUC N° (*número*) y domicilio en (*dirección-ciudad*) Telef. (*número*) E-mail: (*correo*), para presentarles adjunto la PROPUESTA para la consultoría de la campaña de sensibilización - Código: MCMC-Com-01-2022, junto con los documentos indicados en los términos de referencia, citados abajo:

- Estatutos, acta de designación de firmantes y certificado de cumplimiento tributario.
- Portafolio de 3 (tres) campañas de comunicación que demuestran la experiencia de la empresa u organización en campañas similares.
- Propuesta Técnica metodológica del desarrollo de la consultaría con sus diferentes productos.
- Propuesta Económica detallada, teniendo en cuenta mínimamente los elementos mencionados en productos esperados.

Atentamente,

(Firma)
Nombre
Cargo
Empresa

ANEXO II**Ejemplo de Planilla de cotización por ítems (incluidos costos operativos)**

Nro.	Ítems	Cantidad	Costos
	Mensajes para medios de comunicación masiva: redes sociales, radio, dos periódicos digitales de mayor alcance, otros.		
	Diseño de flyers para difusión en las diferentes plataformas digitales		
	Elaboración y pauta de spots radiales para emisoras de mayor alcance. Pautajes en 1 radio de Asunción, 1 de Central, 1 de CDE y 1 de Encarnación		
	Pautajes en sitios web de ABC y UH		
	Videos de sensibilización en el marco de la campaña de 1,30min	2	
	Cápsulas de la campaña de sensibilización (extraídas del video de sensibilización)	16	
	Cobertura de eventos y realización de video	6	
	Capsulas de cobertura de eventos (extraídas del video de cobertura)	18	
	...		
	...		
	TOTAL (Máximo)		720.000.000