



El Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA),
Agencia de cooperación para el Desarrollo parte integral del Sistema de las Naciones Unidas, solicita
propuestas de servicios de consultoría para

**“DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA EL PROYECTO RESPUESTA
POST-DESASTRE Y DESARROLLO LOCAL EN IZÚCAR DE MATAMOROS.”**

RFP/UNFPA/MEX/10/19

**Fecha límite para recepción de ofertas:
28 de junio de 2019**

- Objetivo:** El propósito de los servicios de consultoría será el diseño y la implementación de una estrategia de comunicación del proyecto *Respuesta post-desastre y desarrollo local*, en Izúcar de Matamoros, Puebla.
- Dirigida a:** Empresas, agencias y organizaciones legalmente establecidas con experiencia comprobable en la realización de consultorías especializadas en el diseño e implementación de campañas de comunicación social, desarrollo y producción de materiales de comunicación (vídeos, e-cards, gifs, comerciales, spots para radio, etc.) y experiencia en medios digitales de comunicación especialmente dirigidas a público joven, o temas afines que cumplan con los criterios señalados en el numeral VI de esta convocatoria.
- Fecha límite para enviar preguntas:** Favor de dirigir sus preguntas o dudas sobre esta convocatoria al correo licitaciones@unfpa.org.mx antes del 19 de junio. Las respuestas serán publicadas en la página web del UNFPA (mexico.unfpa.org) a más tardar el 21 de junio del 2019.
- Condiciones de Pago:** “Las políticas de adquisiciones del UNFPA no permiten pago de anticipos, pero puede acordarse un calendario de pagos contra entrega de productos”.

Favor de enviar su propuesta **debidamente firmada** en formato electrónico no modificable (pdf) al correo electrónico: buzon.official@unfpa.org.mx con copia a licitaciones@unfpa.org.mx con el título **Oferta RFP/UNFPA/MEX/10/19**. Las propuestas deben ser dirigidas al Sr. Arie Hoekman, Representante del UNFPA en México.

-
- “Ninguna tarifa o cuota debe ser pagada en cualquier momento del proceso de selección”

- *“El UNFPA no solicita ni indaga información con respecto al VIH o al sida en el caso de cualquier candidato/a. Asimismo, en ningún caso ejerce discriminación sobre la base del status de cada persona con respecto al VIH o el sida”.*

I. ANTECEDENTES

Los desastres tienen efectos con significado social, impactan directa o indirectamente a un conjunto humano y por tanto se constituyen catalizadores de cambio en la estructura y organización de la sociedad. Por su naturaleza disruptiva, los desastres originan, revelan o agudizan situaciones sociales de crisis y modelos desfasados insostenibles que requieren abordarse y cambiarse, ejemplo preciso se vivió en México durante septiembre de 2017 en donde un sismo de magnitud 8.2 grados expuso la vulnerabilidad en los Estados de Oaxaca, Chiapas y Tabasco. Días más tarde, el 19 de septiembre, tuvo lugar un segundo sismo de magnitud 7.1 el cual causó severos daños en la Ciudad de México y en los Estados de Puebla, Morelos, Estado de México y Guerrero. Por lo anterior, el Fondo de Población de las Naciones Unidas en México (UNFPA), preocupado por fortalecer las capacidades tanto de las instituciones de gobierno, como de las propias comunidades para la prevención, preparación y atención, ante los riesgos de desastres, ha puesto en marcha, desde octubre 2017, el proyecto **Respuesta Post-Desastre y Desarrollo Local**, el cual busca fortalecer las capacidades de los estados de Oaxaca, Puebla y Morelos, para llevar adelante el proceso de recuperación y reconstrucción social, con un enfoque de desarrollo local a mediano y largo plazo.

Con base en el mandato del UNFPA, el proyecto se centra en la construcción de la resiliencia en las comunidades y en una mejor preparación ante riesgos de desastres, teniendo un mayor énfasis en la población de jóvenes y adolescente. Asimismo, se busca fortalecer la gestión, organización y la calidad de los servicios de salud, con énfasis en la salud sexual y reproductiva, materna y neonatal (SSRMN), con la finalidad de que las personas reciban un continuo de servicios, a través de los diferentes niveles y sitios de atención del sistema de salud, y de acuerdo a sus necesidades a lo largo del ciclo de vida, incluyendo atención psicosocial en situaciones de desastres y emergencias.

Adicionalmente, es importante mencionar que el UNFPA contribuye a la recuperación post-desastre bajo los enfoques transversales de derechos humanos, género e interculturalidad y, de esta manera, apoya el proceso del desarrollo local.

II. PROPÓSITO DE LA CONSULTORÍA:

El propósito de los servicios de consultoría será la creación, diseño y plan de difusión de una estrategia de comunicación que aborde los temas de Salud Sexual y Reproductiva, detección y prevención del VIH sida, Derechos Humanos, Objetivos de Desarrollo Sostenible y Reducción de Riesgos de Desastres en Izúcar de Matamoros Puebla; y que incluya al menos un componente de participación social en el centro de la Ciudad de Izúcar (un rally, un *flash mob*, un concurso, etc.). La fecha de temporalidad de la campaña la definirá UNFPA, pero se pretende que finalice antes del 20 de septiembre del 2019.

Los trabajos incluirán el desarrollo de una campaña de comunicación con una duración difundida a través de redes sociales y medios locales de comunicación (radio local, perifoneo, etc.) especialmente dirigidas a público joven (15 a 29 años de edad).

III. RESPONSABILIDADES Y ACTIVIDADES

Bajo la supervisión de la Coordinación del proyecto **Respuesta Post-Desastre y Desarrollo Social** y, en coordinación con la Unidad de Comunicación del UNFPA, la empresa, agencia u organización seleccionada deberá desarrollar las siguientes actividades y entregar las siguientes actividades y productos.

Entregables:

Campaña de comunicación	Entregables
<p>Realización de dos propuestas iniciales del desarrollo de una campaña de comunicación que incluya los productos multimedia, descritos en los entregables, 1, 2, 3, 4 y 5.</p> <p>Las propuestas deberán incluir una descripción general de la campaña, incluyendo el plan de difusión, los materiales gráficos, el desarrollo de la batería de mensajes y una propuesta general de la realización del componente de participación social.</p>	<p>Entregable 1. Estrategia de comunicación y difusión en redes sociales (las cuales serán identificadas conjuntamente con el área de comunicación social del municipio de Izúcar de Matamoros).</p>
	<p>Entregable 2. Estrategia de comunicación y difusión para medios tradicionales (perifoneo, radio local).</p>
	<p>Entregable 3. Un componente de la campaña que incluya la participación social por ejemplo a través de un <i>flash mob</i>, un concurso, un rally, etc. Esta actividad estará dirigida a población de 15 a 29 años de edad sobre los siguientes temas: Salud Sexual y Reproductiva, prevención y detección del VIH sida, Derechos Humanos, Objetivos de Desarrollo Sostenible y Reducción de Riesgos de Desastres en la población; y que incluya al menos una actividad comunitaria en el centro de la Ciudad de Izúcar.</p>
	<p>Entregable 4. Realización de un video narrativo (story telling) sobre las actividades del proyecto: Respuesta post-desastre y desarrollo local. Los materiales gráficos, serán recopilados durante el transcurso del desarrollo de la campaña.</p>
	<p>Entregable 5. Informes: Informe final de actividades que incluya un componente narrativo y un respaldo gráficos de las actividades realizadas. Así como la entrega física y electrónica de un informe de impacto y alcance de redes.</p>

Productos esperados:

Actividades	Productos	Contraprestación
<p>Realización de dos propuestas iniciales para el desarrollo de una campaña de comunicación en Izúcar de Matamoros Puebla.</p>	<p>Primer producto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dos propuestas iniciales del desarrollo de campaña de comunicación que incluya 	<p>Primera ministración del 40 % contra</p>

<p>Se seleccionará únicamente una de las dos propuestas presentadas. Esta primera propuesta debe incluir una descripción general de la campaña, incluyendo el plan de difusión y una propuesta general de la realización del componente de participación social.</p>	<p>productos multimedia para redes sociales, y para medios tradicionales (perifoneo, radio local), así como un componente de participación social por ejemplo un flash mob, concurso, rally, etc. La campaña estará especialmente dirigida a público joven en Izúcar de Matamoros Puebla. Se seleccionará una de las dos propuestas presentadas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cronograma de trabajo que incluya las actividades y fechas propuestas. 	<p>entrega de producto 1 y 2.</p>
<p>Diseño del concepto de la propuesta seleccionada, incluyendo una descripción de los productos multimedia para redes sociales (Facebook, otros), para medios tradicionales (perifoneo, radio local), y el componente de participación social por ejemplo un flash mob, concurso, rally, etc., así como, el plan de implementación y el desarrollo de la batería de mensajes</p>	<p>Segundo producto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseño de la propuesta seleccionada. • Plan de implementación de la campaña y batería de mensajes. 	
<p>Implementación de la campaña en la que se invite a la población de 15 a 29 años de edad en la locación seleccionada sobre los siguientes temas: SSyR, VIH sida, Derechos Humanos, ODS y reducción de riesgos de desastres en la población.</p>	<p>Tercer producto: Implementación de la campaña.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entrega de copies para redes sociales. • Entrega de gráficos multimedia en versión original y en formatos adaptados para redes sociales (FB, TW e Instagram). • Entrega de mensajes para medios tradicionales (perifoneo, radio local). • Plan de acción para el desarrollo de la actividad comunitaria. • Impresión de materiales para el desarrollo de la activación y el plan de difusión. 	<p>Segunda ministración del 20 % contra entrega de producto 3.</p>
<p>Realización de un video narrativo (<i>story telling</i>) de dos minutos de duración sobre las actividades del proyecto: Respuesta post-desastre y desarrollo local. Los materiales gráficos, serán recopilados</p>	<p>Cuarto producto. Realización de un video promocional sobre el proyecto: Respuesta post-desastre y desarrollo local.</p>	<p>Tercera y última ministración del 40 % contra entrega de productos 4, y 5.</p>

durante el transcurso del desarrollo de la campaña.		
Realización de un informe final de actividades que incluya un componente narrativo y un respaldo gráficos de las actividades realizadas. Así como un informe final que pormenore el impacto y el alcance que tuvo el proyecto en los medios electrónicos de comunicación.	Quinto producto. Informe final de actividades, así como informe de impacto y alcance de redes.	

IV. DURACIÓN Y LUGAR DE TRABAJO

Once semanas (a partir de la fecha de contratación). Los servicios se brindarán en las instalaciones de la empresa, agencia u organización seleccionada, así como en Izúcar de Matamoros, Puebla. El personal asignado por la empresa u organización deberá contar con disponibilidad para atender reuniones de coordinación y seguimiento en las oficinas del UNFPA.

Viajes esperados: Si. Viajes a Izúcar de Matamoros y a las oficinas sede del UNFPA en Ciudad de México.

V. FECHA DE ENTREGA Y FORMATOS

Las entregas se realizarán de manera electrónica en archivos word, pdf, y en versiones impresas.

Productos entregables:	Fechas estimadas de entrega
Producto 1: Dos propuestas iniciales del desarrollo de una campaña de comunicación.	15 de julio, 2019
Producto 2: Diseño del concepto de la propuesta seleccionada.	15 de julio, 2019
Producto 3: Evidencias e insumos de la implementación de la campaña.	13 de septiembre, 2019
Producto 4. Entrega de un video narrativo sobre las actividades del proyecto.	13 de septiembre, 2019
Producto 5: Entrega electrónica con un respaldo físico del informe final. Así como entrega física y electrónica de un informe de impacto y alcance de redes.	19 de septiembre, 2019

VI. MONITOREO Y CONTROL DE PROGRESO

Reuniones periódicas con funcionarios del UNFPA.

Entrega de productos e informes a entera satisfacción del UNFPA.

VII. EXPERIENCIA REQUERIDA, CALIFICACIONES Y COMPETENCIAS, INCLUYENDO REQUERIMIENTO DE IDIOMAS

La empresa u organización interesada deberá cumplir con los siguientes requisitos:

El personal asignado para esta consultoría deberá contar con los siguientes **conocimientos y experiencia:**

- Profesional(es) de las carreras de Ciencias de la Comunicación, mercadotecnia, publicidad y/ carreras profesionales a fines.
- Experiencia y conocimiento comprobable de al menos tres años en proyectos ejecutados de comunicación, comunicación social, diseño gráfico y producción audiovisual.
- Experiencia comprobable en el manejo de estrategias digitales de comunicación y marketing.

VIII. DOCUMENTOS Y SITIOS DE REFERENCIA

- Revisión de la página Web del UNFPA para obtener información acerca del mandato, visión y misión del Fondo de Población de las Naciones Unidas, en SSR y en RRD, en: <https://mexico.unfpa.org/es>;
- Marco de Sendai para la Reducción de Riesgos de Desastres;
- La Declaración Universal de Derechos Humanos y la Cartilla sobre Derechos Sexuales y Reproductivos
- Programa de Acción de la Conferencia Internacional sobre Población y Desarrollo, y;
- Consenso de Montevideo sobre la Población y el Desarrollo.

IX. DOCUMENTOS A INCLUIR PARA LA PRESENTACIÓN DE COTIZACIONES

1. Currículum de la empresa; y del personal que se asignará a esta consultoría. El CV debe ser resumido - no más de dos páginas-, destacando cómo su experiencia se apega para el cumplimiento de los productos solicitados.
2. Dos referencias de consultorías similares que se hayan prestado en los últimos cinco años, señalando nombre de la persona de contacto, dirección, teléfono y correo electrónico.
3. Propuesta metodológica, basada en las actividades y productos de estos términos de referencia, para el cumplimiento de los objetivos de esta consultoría, señalando claramente el personal asignado y sus roles.
4. Portafolio de proyectos y/o demo reel.
5. Propuesta económica en moneda nacional señalando, la oferta económica no deberá rebasar los \$ 170,000.00 (Ciento setenta mil pesos), impuestos incluidos y, deberá expresar claramente los conceptos de costo (ej. honorarios, materiales, viajes, etc.) y los costos unitarios correspondientes con IVA desglosado.

X. SELECCIÓN DE OFERTAS

Solo serán evaluadas las ofertas que cumplan con toda la documentación solicitada. La evaluación se realizará con base en la mejor propuesta técnica.

Para la valoración de la propuesta técnica se valorará:

- CV de la empresa u organización interesada (20 puntos)
- Experiencia y perfil del personal asignado – cotejado en CVs (20 puntos)
- Evidencia de consultorías realizadas en trabajos similares (20 puntos)
- Objetividad de las actividades propuestas para el cumplimiento de los objetivos y la entrega de los productos (40 puntos)

XI. CONDICIONES DE PAGO

Las políticas del UNFPA no permiten realizar anticipos. Los pagos serán determinados en un calendario contra entrega de productos y previa conformidad con la calidad de los mismos por parte del UNFPA.

El proveedor deberá entregar una factura original por cada pago. El pago se realizará dentro de los 5 días posteriores a la aceptación de la factura y el producto.

XII. VALIDEZ DE LAS PROPUESTAS

Las ofertas deben mantenerse por un periodo de 30 días. En circunstancias especiales, UNFPA puede exigir a los oferentes que extiendan la validez de sus ofertas. Las solicitudes de extensión de la validez se realizarán por escrito.

XIV. ACLARACIÓN DE LAS PROPUESTAS

UNFPA podrá requerir a los oferentes la aclaración de sus ofertas. El pedido de aclaración y la respuesta deben entregarse por escrito por UNFPA y no se debe buscar, ofrecer o permitir una modificación en el precio o contenido de la propuesta. La aclaración de las propuestas se puede proveer solo en respuesta a un pedido de aclaración o un pedido de información adicional a UNFPA.

XV. DERECHO DE MODIFICAR REQUISITOS Y DE NEGOCIAR AL MOMENTO DE LA ADJUDICACIÓN

Al momento de la adjudicación del contrato, UNFPA se reserva el derecho de modificar la cantidad de bienes y/o servicios especificados en la SDP hasta un 20 % sin modificaciones en las tasas o precios por hora / día propuestos por los oferentes u otros términos y condiciones.

XVI. FRAUDE Y CORRUPCIÓN

La política de UNFPA en relación con el fraude y la corrupción está disponible al hacer clic en Política en materia de fraude y aplica íntegramente a esta oferta. La presentación de una propuesta implica que el oferente conoce esta política.

UNFPA está comprometido a evitar, identificar y abordar todos los actos de fraude contra UNFPA, así como contra terceros involucrados en las actividades de UNFPA. A tal efecto, UNFPA ha desarrollado una política antifraude con el objetivo de concientizar sobre los riesgos de fraude, implementar

controles para prevenir fraudes y establecer un procedimiento para detectar fraudes y hacer cumplir esta política.

UNFPA requiere que los oferentes, proveedores y contratistas y sus subcontratistas cumplan con los más altos estándares de ética durante la adquisición y ejecución de los contratos de UNFPA.

De acuerdo con esa política, UNFPA define los términos que se detallan a continuación:

"Práctica corrupta" significa el ofrecimiento, suministro, aceptación o solicitud, directo o indirecto, de cualquier cosa de valor con el fin de influir inadecuadamente en la actuación de terceros.

"Práctica fraudulenta" es cualquier acto u omisión, incluyendo la tergiversación de hechos y circunstancias, que deliberadamente o por negligencia grave, engañe o intente engañar a alguna parte para obtener un beneficio financiero o de otra índole, o para evadir una obligación.

"Práctica colusoria" es un acuerdo entre dos o más partes realizado con la intención de alcanzar un propósito indebido, incluyendo influenciar en forma indebida las acciones de otra parte.

"Práctica coercitiva" consiste en perjudicar o causar daño, o amenazar con perjudicar o causar daño, de manera directa o indirecta, a cualquier parte o a sus bienes para influenciar en forma indebida las acciones de una parte.

"Práctica obstructiva" significa la actuación pretendida para impedir materialmente el ejercicio de los derechos contractuales de UNFPA de auditoría, investigación y acceso a la información, que incluye destrucción, falsificación, alteración u ocultamiento del material de pruebas a una investigación de UNFPA sobre denuncias de fraude y corrupción.

"Práctica antiética" significa conducta o comportamiento que es contrario a los códigos de conducta del proveedor o del personal, como aquellas relacionadas al conflicto de intereses, obsequios, hospitalidad, provisiones post-empleo, abuso de autoridad y acoso.

UNFPA rechazará la adjudicación de un contrato si determina que un oferente recomendado para adjudicación se ha involucrado en prácticas corruptas, fraudulentas, colusorias, coercitivas, obstructivas o antiéticas mientras se competía por el contrato en cuestión.

UNFPA declarará a un proveedor como inelegible, ya sea indefinidamente o durante un periodo de tiempo, para celebrar un contrato/acuerdo con UNFPA si en cualquier momento determina que el proveedor se ha visto involucrado en prácticas corruptas, fraudulentas, colusorias, coercitivas, obstructivas o antiéticas mientras se compite o se ejecutaba un contrato/acuerdo de UNFPA.

Todo proveedor que participe en las actividades de adquisiciones de UNFPA debe proveer todos los documentos, registros y otros elementos requeridos al personal de UNFPA al primer requerimiento para facilitar toda investigación de denuncias de conducta indebida, tanto de los proveedores como de terceros, en las actividades de adquisición. La ausencia de dicha cooperación puede considerarse motivo suficiente para la exclusión del proveedor de la lista de proveedores de UNFPA y puede conducir a la suspensión seguida de revisión por parte de UNFPA.

Los proveedores, sus filiales, agentes, intermediarios y directores deben cooperar con la Oficina de Auditoría y Servicios de Investigación de UNFPA, así como con cualquier otra entidad investigadora autorizada por el Director Ejecutivo y Asesor de Ética del UNFPA, según corresponda. Dicha cooperación debe incluir, pero no estar limitada a lo siguiente: acceso a todos los empleados, representantes, agentes y cesionarios del proveedor, así como a la presentación de todos los documentos solicitados que incluyen registros financieros. La falta de plena cooperación con las investigaciones se considerará causa suficiente para que UNFPA rescinda el contrato y excluya y elimine al proveedor de la lista de proveedores registrados de UNFPA.

Una línea directa confidencial antifraude está disponible para que cualquier oferente pueda informar actividades sospechosas y fraudulentas en la Línea Directa de Investigación de UNFPA.

XVII. TOLERANCIA CERO

UNFPA ha adoptado una política de tolerancia cero sobre obsequios y atenciones. Por lo tanto, los oferentes no deben enviar obsequios ni ofrecer atenciones al personal de UNFPA. Si está interesado en conocer más sobre esta política, seleccione [Política de Tolerancia Cero](#).