

ESPECIFICACIONES

Contratación de una agencia de comunicación en República Dominicana

1. Información general

Misión esperada	En colaboración con el equipo de Expertise France en República Dominicana, la agencia de comunicación apoyará la implementación del plan de comunicación y visibilidad del proyecto "Fortalecimiento de la resiliencia de los sistemas de salud y protección social".
Financiación	Unión Europea
Socios	Agencia Francesa de Desarrollo Ministerio de Salud y Asistencia Social Gabinete de Política Social Otras autoridades administrativas y sectoriales dominicanas implicadas en el proyecto
Beneficiarios	La población dominicana
Públicos metas	Socios técnicos y financieros Instituciones y representantes institucional dominicanos La población dominicana - público en general La prensa nacional e internacional
Áreas de intervención	Santo Domingo y las demás regiones del país

2. Contexto y justificación de las necesidades

Presentación de Expertise France

Expertise France es la agencia pública encargada de diseñar y ejecutar proyectos de cooperación técnica internacional. La agencia trabaja en cuatro áreas prioritarias:

- Gobernanza democrática, económica y financiera ;
- Estabilidad de los países en situación de crisis o poscrisis y seguridad ;
- Lucha contra el cambio climático y desarrollo urbano sostenible;
- Reforzar los sistemas de salud, protección social y empleo.

En estos ámbitos, Expertise France diseña y ejecuta proyectos de capacitación, moviliza conocimientos técnicos y actúa como coordinador de proyectos, aunando la experiencia pública y los conocimientos técnicos privados. Para más información: www.expertisefrance.fr

Ref : DAJ_M003_v02, junio 2021

Expertise

SIRET : 808 734 792 - 40 Boulevard de Port-Royal, 75005 PARIS- Francia

Francia

Contexto

En el marco del *Mecanismo de Inversión en América Latina y el Caribe* (la CIF), la **Unión Europea (UE)** ha delegado fondos a la **Agencia Francesa de Desarrollo (AFD)** para ejecutar el proyecto "**Fortalecimiento de la resiliencia de los sistemas de salud y protección social**" en la República Dominicana.

El objetivo del proyecto de cooperación, que complementa los préstamos para políticas públicas de la Agence Française de Développement y del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), es contribuir a reducir a corto plazo el impacto sanitario, social y económico de la crisis del COVID-19 en las poblaciones más vulnerables de la República Dominicana, reforzando al mismo tiempo la preparación frente a futuros choques sanitarios, económicos o climáticos. El proyecto pretende reforzar el sistema de vigilancia sanitaria del país con un enfoque de "Una sola salud" y el desarrollo de medidas adaptativas de protección social.

El proyecto, lanzado en 2022, está siendo implementado por **Expertise France**, la agencia pública francesa de cooperación técnica internacional, en coordinación con las instituciones dominicanas beneficiarias, **el Ministerio de Salud y Asistencia Social y el Gabinete de Política Social**, mencionadas como instituciones involucradas / instituciones contrapartes en el presente documento.

El proyecto "**Fortalecimiento de la resiliencia de los sistemas de salud y protección social**" se estructura en torno a dos componentes sectoriales:

- Un componente "salud" destinado a reforzar el sistema sanitario dominicano y su capacidad de preparación y respuesta ante las crisis de acuerdo con el reglamento sanitaria internacional y el enfoque "Una sola salud".
- Un componente de "protección social" destinado a reforzar la resistencia de los programas de protección social frente a las crisis.

Expertise France, en coordinación con el Ministerio de Salud y el Gabinete de Política Social de República Dominicana, está llevando a cabo un programa de cooperación que incluye una amplia gama de actividades de consultoría, formación y sensibilización para las instituciones públicas, así como proyectos de infraestructura y la compra de equipos y materiales para mejorar la capacidad del sector público en los ámbitos de la salud y la protección social.

Estrategia de comunicación

Para cumplir los objetivos de comunicación y visibilidad de los donantes (la Unión Europea y la AFD) y los socios ejecutores (Expertise France y los actores nacionales), se elaboró un plan de comunicación basado en un diagnóstico de la situación. El plan, aprobado por el comité estratégico del proyecto, define, entre otras cosas, los objetivos, las metas y las acciones de comunicación estratégica necesarias para promover la visibilidad de los resultados y el impacto del proyecto. El plan de comunicación y las acciones que se han formulado están estrechamente vinculados al plan operativo del proyecto, que prevé tanto acciones de cooperación técnica (consultoría, formación, evaluaciones, campañas de sensibilización, etc.) como proyectos de adquisición de infraestructuras y equipos.

Para optimizar la calidad de la ejecución y la consecución de los objetivos del proyecto, es esencial la colaboración con una agencia de comunicación. Se pedirá al contratista que desarrolle y aplique las acciones y herramientas de comunicación del proyecto de acuerdo con el plan de comunicación y el calendario de acciones, que se revisarán periódicamente.

El contratista seleccionado trabajará en estrecha colaboración con el equipo del proyecto y los

departamentos de comunicación de las instituciones participantes en el proyecto.

3. Objetivos y resultados

1) Objetivo general

El contratista seleccionado tendrá como misión apoyar la implementación del plan de comunicación y visibilidad del proyecto "Fortalecimiento de la resiliencia de los sistemas de salud y protección social" implementado por Expertise France y sus socios en la República Dominicana. El objetivo general es hacer visibles las acciones y el impacto positivo del proyecto para promover el fortalecimiento de la resiliencia de los sistemas de salud y protección social en el país.

2) Objetivos específicos

- Informar al público y a los responsables políticos sobre las actividades del proyecto a través de la cobertura mediática y la difusión de contenidos en las redes de comunicación;
- Garantizar que los donantes sean debidamente visibles en los medios de comunicación y en los soportes de comunicación de acuerdo con las normas y requisitos exigidos;
- Movilizar a las instituciones socias beneficiarias para aplicar una comunicación estratégica;
- Evaluar el impacto de las acciones y campañas de comunicación.

3) Resultados

- Las actividades y resultados del proyecto reciben la cobertura mediática adecuada, de acuerdo con el plan de visibilidad y comunicación del proyecto.
- Las acciones de colaboración entre Expertise France/AFD/Unión Europea/Instituciones Nacionales en el ámbito de la salud y la protección social son bien conocidas y percibidas por la población.
- Las instituciones nacionales asociadas comunican estratégicamente los resultados del proyecto.
- Las evaluaciones de las coberturas mediáticas están disponibles después del acontecimiento.

4. Descripción de la misión

1) Actividades previstas

A lo largo de la duración del contrato, el adjudicatario deberá diseñar y ejecutar las acciones definidas en el plan de comunicación del proyecto. La ejecución de las acciones de comunicación implicará tareas que podrán realizarse a distancia o presencialmente, en función de las necesidades del proyecto.

El proveedor de servicios apoyará a Expertise France en la realización de las siguientes acciones de comunicación:

- a) Apoyo a la estrategia de comunicación
- Apoyo a la implementación del plan de comunicación y al desarrollo de las acciones de comunicación. De acuerdo con el plan de comunicación, el adjudicatario elaborará, en coordinación con la dirección del proyecto, el planning de las acciones de comunicación.
 - Para garantizar el buen funcionamiento de las acciones a implementar, la agencia de comunicación deberá proponer un plan de desarrollo/ficha descriptiva para cada acción de comunicación, identificando los principales elementos a tener en cuenta en la implementación de la acción, como los objetivos (siempre alineados con lo establecido en la estrategia y plan de comunicación), el público objetivo, el plan de acción, los canales y plataformas existentes, la propuesta de ideas creativas (diseño, mensajes e ideas fuerza) necesarias, indicadores clave de rendimiento (KPIs) en coordinación con el equipo del proyecto de Expertise France y los actores nacionales involucrados.
- b) Diagramación de informes u otras piezas, y coordinación con proveedor para impresión (el coste de la impresión estará cubierto aparte)
- c) Creación de contenidos editorial y redacción de materiales de comunicación:
- Redacción de comunicados y dossier de prensa en coordinación con el equipo del proyecto y los puntos focales de comunicación de las instituciones asociadas, para cobertura mediática impresa y digital.
 - Redacción de posts para las redes sociales (X, Instagram, LinkedIn) de las instituciones contrapartes/ instituciones asociadas del proyecto
 - Redacción de guion de videos
- d) Investigación iconográfica: se puede pedir al proveedor del servicio que investigue elementos visuales (fotos o ilustraciones, pictogramas o símbolos, etc.).
- e) Producción de objetos audiovisuales e iconográficos
- Elaboración de vídeos cortos (1.30 min), utilizando la base de datos de vídeo y fotos y añadiendo elementos a la misma (por ejemplo, entrevistas, historias de éxito, etc.), incluido el montaje, la animación, los subtítulos, el sonido y la voz en off.
 - Producción de un vídeo final (3 min) sobre las aportaciones del proyecto, que incluya rodaje, montaje, animación, subtítulos, sonido y voz en off.
 - Producción de álbumes de fotos/informes sobre eventos del proyecto
- Estos contenidos gráficos y audiovisuales podrán publicarse en portales, canales de YouTube y en las distintas cuentas de redes sociales (LinkedIn, X, Instagram) y canales de comunicación de los socios del proyecto.
- f) Relaciones directas con los departamentos de comunicación de las instituciones y agencias involucradas en la implementación del proyecto para asegurar la visibilidad e implementación de las acciones de comunicación, en coordinación con el equipo Expertise France. Esta coordinación es imprescindible para la realización de cada acción de comunicación.
- g) Relaciones directas con la prensa y los medios de comunicación y organización de eventos
- Elaborar un plan de medios
 - Difusión de comunicados de prensa, en colaboración con los puntos focales de comunicación de las instituciones asociadas/contrapartes.
 - Diseño, promoción y ejecución de ruedas de prensa y encuentros con los medios de comunicación. El trabajo preparatorio debe incluir las solicitudes de confirmación de

asistencia, el envío a los medios de comunicación, la preparación de carpetas de prensa y el guion del acto. También se requiere apoyo en la formulación de mensajes clave.

- 1 media tour (TV, radio y prensa). Incluida la gestión de las relaciones con los medios, el apoyo y el seguimiento de las publicaciones.
- Gestión publicitaria (elección de medios, apoyo en las negociaciones, etc.) y planificación de medios.

h) Campañas nacionales

- Diseño de dos campañas nacionales de concienciación digitales y off line para diversos medios, incluidos anuncios de vídeo, fotos, dossier de prensa, etc. El diseño incluye el diseño gráfico y el concepto creativo.
- Gestionar las actividades para su producción en medios de comunicación nacionales. Esto no incluye la compra de medios y espacios publicitarios, sino la coordinación necesaria y el seguimiento de su implementación.
- Creación y seguimiento de dos campañas de comunicación digital en redes sociales y canales de comunicación institucionales, incluyendo vídeos y fotos. Las campañas en medios digitales se diseñarán para sensibilizar o promover el apoyo específico al proyecto en determinados temas y con determinadas instituciones. El diseño, la ejecución y la evaluación son responsabilidad del contratista. El costo de publicación no está incluido.

i) Informe de actividades

- Cada mes o al cierre de cada actividad, el contratista presentará un informe sintético de actividad que incluirá la cobertura mediática (informe/dossier de prensa), así como los resultados de la comunicación del proyecto en los distintos canales institucionales y otros medios.
- Se podrán solicitar informes de actividad y resultados (por herramienta y por evento, operación, tema o hito) específicos.

2) Tiempos

Se pueden identificar tres fases, para un periodo de aplicación de 20 meses:

- Fase de puesta en marcha/inicio:

Durante esta fase, el contratista comenzará a prestar el servicio de acuerdo con la licitación y familiarizándose con las acciones a implementar.

Durante este periodo, el contratista responderá, en la medida de lo posible, a las solicitudes de servicios realizadas por Expertise France.

La fase de puesta en marcha dura un (1) mes, al término del cual el equipo de comunicación designado para el proyecto debe ser plenamente operativo y presentar el planning de las acciones. Al final de este periodo, deberán establecerse los mecanismos de coordinación, organización y gestión necesarios.

- Fase de implantación

Durante la fase de ejecución, el adjudicatario deberá responder con la mayor eficacia posible a todas las solicitudes de servicio formuladas por la dirección del proyecto para implementar las acciones de comunicación.

- Fase de cierre

Al final del servicio se presentará un informe final en el que se identificarán los principales resultados y análisis de impacto.

3) Entregables/productos previstos

El contrato adoptará la forma de un contrato marco. Los pedidos serán objetos de una orden de compra. Los detalles de los entregables y los plazos se indicarán en cada orden de compra, que se redactará específicamente antes de cada actividad.

Producto	Categoría	Descripción
Fase inicial (1 mes)		
N°1	Asesoramiento	<p>Un Plan de acción general, que se actualizará cada 3 meses con los plazos para el desarrollo de las actividades correspondientes, recursos requeridos, indicadores de avance.</p> <p>Este plan debe ser coordinado y aprobado por el equipo de Expertise France.</p>
Implementación (18 meses)		
N°2	Preparación y coordinación <i>*Se esperan los siguientes entregables genéricos.</i>	<p>Después de que Expertise France haya enviado los requisitos, basados en el Plan de implementación, el adjudicatario propondrá un presupuesto inicial, sobre la base del programa de precios unitarios junto con un plazo de ejecución. Así Expertise France enviara una orden de compra basada en la oferta validada. Una vez que Expertise France ha enviado el pedido, comienza el servicio.</p> <p>Se elaborará una ficha descriptiva de las acciones de comunicación que se llevarán a cabo (objetivos, metas, mensajes clave, canales), en concertación con las contrapartes.</p> <p>Actas de reuniones con Expertise France o sus socios.</p> <p>Podrá ser requerido un informe sintético de actividad al final de cada servicio.</p>
N°3	Implementación y realización de acciones de comunicación	<p>Hay otros entregables periódicos que se requerirán a demanda, según lo convenido en el plan de implementación: Piezas de comunicación establecidas en el plan de comunicaciones del proyecto, incluyendo imágenes, reportaje, videos, textos, entre otros, informe de prensa, diseño de campañas.</p> <p>Para las creaciones gráficas, habrá dos propuestas separadas que incluirán pruebas creativas parciales (bocetos o dibujos en el caso de contenidos animados), que se adaptarán en función de la estructura del documento que se vaya a producir. Luego, se perfeccionará la propuesta elegida hasta su aprobación definitiva.</p> <p>Producción/Postproducción: Una vez que Expertise France haya aprobado el guión y los gráficos propuestos, se mantendrán conversaciones periódicas durante toda la fase de producción de un producto, hasta la exportación de los soportes digitales de alta y baja definición a Expertise France.</p> <p>Investigación iconográfica: Propuesta de visuales y costes de compra de arte asociados.</p>
Cierre (1 mes)		
4	Evaluación	<p>Informe semestral de resultados presentando los logros de la implementación del plan de comunicación, los indicadores de avance y una actualización de la estrategia de comunicaciones para el período siguiente a partir de los resultados obtenidos de la implementación.</p>

		Informe final de resultados de la implementación de la estrategia de comunicación con la medición de los indicadores de avance.
--	--	--

El adjudicatario garantiza la accesibilidad de la documentación producida a lo largo del proyecto (trabajos en curso, trabajos terminados) y a comunicar por adelantado cualquier retraso y/o limitación.

Todos los servicios encargados por Expertise France dan lugar a:

- cesión de derechos creativos (fotos, infografías)
- transferencia de archivos
- transmisión de archivos fuente, fotos y fuentes

Todos los diseños y producciones deberán ajustarse a la carta gráfica de Expertise France y sus socios, en su caso, tal y como se define en el plan de comunicación del proyecto.

4) Coordinación

La empresa adjudicataria designará a una única persona de contacto para coordinar la ejecución de las actividades.

Se organizará una reunión inicial 5 días después de la notificación del contrato.

Expertise France es responsable de la supervisión, coordinación y seguimiento de los trabajos objeto de este contrato, por lo que podrá realizar las sugerencias y modificaciones que considere necesarias para alcanzar con éxito los objetivos de comunicación previstos, respetando las cláusulas contractuales.

Dada la diversidad y el volumen del trabajo a realizar, el equipo designado por la empresa adjudicataria deberá estar en contacto permanente con el equipo de Expertise France. El principal punto de contacto del contratista será la directora del proyecto. También deberá establecerse una estrecha coordinación con los miembros del equipo del proyecto, en particular con los especialistas sectoriales, así como con los referentes de comunicación de las instituciones asociadas, con el fin de supervisar el trabajo, garantizar una planificación adecuada y asegurar que el trabajo se realiza dentro de los plazos acordados y con la mayor calidad posible.

Se acordará un modelo de coordinación basado en un enfoque de trabajo ágil que permita una mayor capacidad de respuesta y un mejor control de los resultados. Se celebrarán reuniones y sesiones de trabajo periódicas para supervisar los avances.

Los recursos, equipos y desplazamientos que requiera realizar el contratista correrán a su cargo, aunque sea explícitamente precisado.

5. Lugar, duración y condiciones de ejecución

- 1)** Periodo de aplicación: de junio de 2024 a diciembre de 2025
- 2)** Fecha de inicio: junio de 2024
- 3)** Fecha de finalización: diciembre de 2025

- 4) Ubicación: República Dominicana, principalmente Santo Domingo, con intervenciones regionales.
- 5) Planificación/calendario: se elaborará conjuntamente sobre la base del plan de comunicación y el plan de acción/calendario provisional del proyecto.

6. Experiencia y perfil requeridos

Se requieren los servicios de una empresa, firma consultora, consorcio, grupo o asociación de profesionales legalmente constituida en la República Dominicana con al menos seis (6) años de experiencia general en la creación de estrategias de comunicación corporativa, implementación de campañas publicitarias y/o gestión de marketing digital. El contratista deberá demostrar su experiencia en la provisión de servicios con calidad, claridad y en los plazos establecidos. Se valorará experiencia de trabajo con instituciones del gobierno dominicano (central o local) o en la región de Latinoamérica. Deberá conocer a fondo el entorno local, dominar la comunicación institucional y tener un conocimiento general del sector de la salud pública y las políticas sociales.

Experiencia general en actividades de comunicación :

- 3 contratos de actividades de comunicación de cualquier tipo, por un valor mínimo de 10.000 euros cada uno, aún en curso (facturados al menos en un 50%) o finalizados en los últimos 5 años anteriores a la fecha de presentación de la solicitud.

Experiencia específica y similar en actividades de comunicación relacionadas con proyectos sociales o de desarrollo / cooperación internacional:

- 1 contrato de actividades de comunicación, aún en curso (facturados al menos en un 50%) o finalizados en los 5 años anteriores a la fecha de presentación de la solicitud.

▪ La determinación de la similitud de los experimentos se basará en:

- Experiencia profesional relevante en el sector del desarrollo, trabajando con organismos gubernamentales como ministerios y organizaciones internacionales (AFD, BID, agencias de la ONU, Unión Europea, etc.);
- Experiencia profesional pertinente en el sector salud pública y/o de asuntos sociales;
- La naturaleza de los servicios prestados (por ejemplo, producción de documentos de comunicación, producción de vídeos, campañas de sensibilización, etc.);
- Ubicación (experiencia profesional en República Dominicana) ;
- Si el solicitante es un consorcio (empresa conjunta o con intención de crear una empresa conjunta), los requisitos de experiencia deben cumplirlos todos los miembros del consorcio juntos.

Equipo/recursos humanos

El proveedor de servicios debe asegurarse de que dispone de medios y recursos humanos – que pueden ser subcontratistas – suficientes para poner en marcha el plan de comunicación y realizar las tareas descritas en el apartado anterior

El equipo asignado debe ser liderado por un coordinador con capacidad de decisión y llegada a todos los actores. El/la coordinador.a de comunicaciones deberá contar con experiencia participando en proyectos en que ha sido responsable de la coordinación de un equipo interdisciplinario.

El equipo debe incluir por lo menos los siguientes perfiles:

- Especialista en comunicación social: Con experiencia mínima de 8 años de trabajo en proyectos de elaboración e implementación de estrategias de comunicación. Se valorará su experiencia en medios de comunicación tradicionales (televisión, radio o prensa), en medios digitales y/o en entidades públicas.
- Especialista creativo: Con experiencia mínima de 8 años de trabajo en proyectos de diseño e implementación de imagen corporativa y/o campañas publicitarias en medios tradicionales y digitales.
- Diseñador gráfico: Con destrezas de manejo de softwares de diseño digitales, producción. De imágenes, videos y otros materiales, así como experiencia mínima de 3 años. Se valorará su experiencia en el diseño de piezas de comunicación.

7. Información práctica

Todos los costes de las acciones propuestas en la licitación se considerarán incluidos en el presupuesto presentado por el adjudicatario, salvo que se indique explícitamente lo contrario. Las acciones cuyo coste no esté incluido en la oferta deberán estar debidamente identificadas en la propuesta técnica y financiera presentada. No se aceptarán costes adicionales necesarios para llevar a cabo una acción.