

**ORGANIZACIÓN DE ESTADOS IBEROAMERICANOS
PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA – OEI**

TÉRMINOS DE REFERENCIA

COT/ECU/030/2024

OEI ECUADOR

TÉRMINOS DE REFERENCIA

Nombre del Cargo / contratación

Contratación de servicios para el diseño e implementación de una estrategia integral de comunicación del proyecto "Fortalecimiento de la Gestión de la Colección Nacional del Ministerio de Cultura y Patrimonio".

A. INFORMACIÓN PRELIMINAR

1. Antecedentes

El Ministerio de Cultura y Patrimonio tiene como misión ejercer la rectoría del Sistema Nacional de Cultura, promoviendo la creación, gestión y preservación de la cultura y el patrimonio en Ecuador. Su objetivo principal es formular e implementar políticas públicas que garanticen el ejercicio de los derechos culturales, respetando la diversidad e interculturalidad del país. Además, busca optimizar la difusión y el acceso público a los bienes culturales, fomentando la conservación del acervo cultural e histórico, contribuyendo al desarrollo integral del país y al cumplimiento de la Ley Orgánica de la Cultura.

La Colección Nacional del Ministerio de Cultura y Patrimonio de Ecuador agrupa un vasto conjunto de bienes culturales y patrimoniales que incluyen obras arte, objetos arqueológicos, bienes etnográficos, documentos, bibliotecas y otros elementos valiosos para la memoria social del país. Estos bienes, muchos de los cuales fueron transferidos desde el Banco Central del Ecuador, son gestionados por museos, archivos históricos y bibliotecas en varias provincias del país. Los repositorios de memoria social, administrados por el Ministerio, desempeñan un papel crucial en la preservación de estos bienes, asegurando su accesibilidad para el público y su adecuada conservación para futuras generaciones. A través de proyectos como la digitalización y la creación de un plan de gestión de colecciones, el Ministerio busca mejorar el control, la difusión y la preservación de estos elementos culturales, garantizando así su protección y contribuyendo al fortalecimiento de las identidades culturales del Ecuador.

La Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI) es un organismo internacional de carácter gubernamental para la cooperación entre los países iberoamericanos, en los campos de la educación, la ciencia, la tecnología y la cultura.

Con fecha 08 de agosto de 2024, la Secretaría de Cultura del Distrito Metropolitano de Quito (SECU) y la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura, suscribieron el Convenio De Cooperación Técnica Interinstitucional, en el marco del proyecto "Fortalecimiento de la Gestión de la Colección Nacional del Ministerio de Cultura y Patrimonio".

2. Justificación

El Ministerio de Cultura y Patrimonio, en su rol de ente rector del Sistema Nacional de Cultura, tiene la responsabilidad de garantizar el acceso público a los bienes culturales y patrimoniales que conforman la Colección Nacional, así como de fomentar la preservación y difusión de la memoria social y cultural del Ecuador. A pesar de los avances logrados, como la creación de repositorios de memoria social y la implementación de políticas públicas, la difusión efectiva

de estos bienes sigue siendo un desafío, especialmente en un contexto donde la homologación de la información y la digitalización de las colecciones aún no han sido adecuadamente abordadas.

Desde el traspaso de la infraestructura cultural y colecciones del Banco Central del Ecuador al Ministerio de Cultura y Patrimonio, las colecciones han enfrentado dificultades relacionadas con la falta de una normativa sistemática para la gestión de la información y la difusión de los bienes culturales. Actualmente, cada repositorio maneja listados de inventario y campos de información diferentes, lo que ha complicado la creación de catálogos digitales y el acceso público. Además, no se ha implementado un plan formal para la digitalización de las colecciones y la optimización del acceso público a través de plataformas virtuales, limitando la democratización de la cultura en el país.

Dada la importancia de promover el acceso equitativo a la cultura y de visibilizar los esfuerzos del Ministerio para conservar y difundir el patrimonio cultural del Ecuador, es fundamental la contratación de una empresa de comunicación que diseñe e implemente una estrategia integral de comunicación para el proyecto "Fortalecimiento de la Gestión de la Colección Nacional". Esta estrategia debe enfocarse en la difusión amplia de los avances en la gestión de la Colección Nacional, asegurando que la ciudadanía conozca y valore los esfuerzos realizados por el MCYP para preservar y poner en valor los bienes patrimoniales del país. Además, se debe conocer el esfuerzo que las instituciones responsables de las reservas se encuentran realizando para que podamos acceder a los repositorios de memoria social y sus bienes culturales a través de medios digitales y tradicionales. También se debe consolidar la identidad del Ministerio de Cultura y Patrimonio como un ente comprometido con la democratización del acceso cultural, destacando su rol en la preservación del patrimonio y su colaboración con entidades internacionales, como la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI).

Por lo anterior, se requiere de la contratación de una asistencia técnica en comunicación con experiencia en proyectos culturales es esencial para garantizar una difusión efectiva de los logros del Ministerio, especialmente en lo que respecta a la preservación, digitalización y acceso público de los bienes culturales.

Esta asistencia técnica consistirá en el diseño e implementación de un plan de comunicación estratégico que abarque tanto plataformas digitales como canales tradicionales, con el objetivo de llegar a diversos públicos y fomentar una mayor participación ciudadana en la valoración del patrimonio cultural del Ecuador. Esta estrategia comunicacional deberá fomentar el acceso público, promover el conocimiento y la valoración de la Colección Nacional, así como de los repositorios de memoria social, a través de acciones innovadoras, inclusivas y sostenibles que aseguren la participación activa de diversos públicos. Se busca garantizar que el patrimonio cultural sea percibido como un elemento clave para la identidad y la cohesión social, utilizando múltiples plataformas, formatos y medios de comunicación para maximizar el alcance y el impacto del proyecto.

En conclusión, la asistencia técnica en comunicación no solo permitirá visibilizar y potenciar los esfuerzos del Ministerio en el manejo de la Colección Nacional, sino que también contribuirá a garantizar el derecho de acceso a la cultura, fomentando el diálogo intercultural y el fortalecimiento de la identidad nacional a través de la difusión del patrimonio cultural.

3. Capacidad de Contratar

Podrán contratar con la OEI las personas naturales o jurídicas, ecuatorianas o extranjeras, que tengan plena capacidad de obrar, no estén incurso en ninguna prohibición de contratar, y acrediten los criterios de selección. Asimismo, deberán contar con la habilitación empresarial o profesional que, en su caso, sea exigible para la realización de la actividad o prestación que constituya el objeto del contrato.

Las circunstancias relativas a la capacidad de obrar, capacidad técnica y ausencia de prohibiciones de contratar a las que se refiere el presente pliego, deberán concurrir en la fecha final de presentación de ofertas y subsistir en el momento de perfeccionamiento del contrato.

B. INFORMACIÓN TÉCNICA

Objetivos de la contratación

1. Objetivo General

Posicionar el concepto de la **Colección Nacional** del Ministerio Cultura y Patrimonio a través de sus repositorios de memoria social del Ministerio de Cultura y Patrimonio (Museos, Archivos y Bibliotecas), para la visibilización de los bienes culturales y patrimoniales mediante campañas de difusión dirigidas a diversos públicos, destacando su valor artístico, histórico, simbólico y cultural y la importancia de su conservación y puesta en valor para la memoria social del Ecuador.

2. Objetivos Específicos

- Diseñar un plan de comunicación estratégico que incluya la producción de contenido educativo, medios digitales y relaciones públicas con el fin de promover el acceso público, la difusión y valoración de la Colección Nacional y sus repositorios de memoria social.
- Implementar de manera mensual el plan de comunicación estratégica para la promoción acceso público, la difusión y valoración de la Colección Nacional y sus repositorios de memoria social que incluya una metodología de medición de impacto de la estrategia de comunicación para analizar el alcance.

3. Productos Esperados

La contratación será por productos bajo un cronograma de trabajo. Los productos esperados serán los siguientes y serán aprobados por parte de la Subsecretaría de Memoria Social a través de la Dirección de Memoria Social del MCYP:

Producto	Descripción	Plazo*
P1. Plan de comunicación inicio de implementación del plan	Documento que contenga: <ul style="list-style-type: none"> • Propuesta de campaña de difusión multimedios con contenido especializado que integre conocimientos especializados de un historiador – investigador cultural, estos contenidos destacarán el valor patrimonial y artístico de los bienes culturales de la Colección Nacional, promoviendo el acceso público y sensibilizando sobre la importancia histórica de estos elementos, motivando al 	20 días.

	<p>público a aprender sobre la Colección Nacional y participar de las actividades y servicios de los repositorios, generando contenidos comunicacionales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Propuesta de contenidos creativa con un enfoque curatorial y educativo. En colaboración con un historiador que verifique la información, establecer vínculos con profesionales del sector para que seleccione y gestione las propuestas comunicacionales. • Segmentación del público objetivo. • Plan de Medios digitales, activaciones Below The Line (BTL) en los repositorios de memoria social. • Plan de Relaciones Públicas: plan estratégico para generar una narrativa positiva y de valor que llegue a los públicos externos e internos, mediante el fortalecimiento de las relaciones con medios, líderes de opinión y stakeholders, de esta manera forjar reputación positiva y fortalecer la imagen de los museos, bibliotecas y repositorios del Ministerio de Cultura y Patrimonio. • Propuesta de branding para la campaña de comunicación a aplicar tanto en medios digitales como impresos. • Propuesta gráfica de material educativo, impreso y merchandising, lo que incluye folletos, videos, guías digitales y publicaciones en redes, en correspondencia con el plan de comunicación. • Cronograma de producción de contenidos, publicaciones, pautas y contenidos para 6 meses. 	
<p>P2. Informe de ejecución del Plan de Comunicación mes 1</p>	<p>Documento que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Métricas del impacto del plan de comunicación durante el mes 1 • Detalle de la ejecución del Plan de Comunicación • Conclusiones y Recomendaciones • Anexos de los archivos originales del contenido producido 	<p>50 días.</p>
<p>P3. Informe de ejecución del Plan de Comunicación mes 2</p>	<p>Documento que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Métricas del impacto del plan de comunicación durante el mes 2 • Detalle de la ejecución del Plan de Comunicación • Conclusiones y Recomendaciones • Anexos de los archivos originales del contenido producido 	<p>80 días.</p>
<p>P4. Informe de ejecución del Plan de Comunicación mes 3</p>	<p>Documento que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Métricas del impacto del plan de comunicación durante el mes 3 • Detalle de la ejecución del Plan de Comunicación • Conclusiones y Recomendaciones • Anexos de los archivos originales del contenido producido 	<p>110 días.</p>

P5. Informe de ejecución del Plan de Comunicación mes 4	Documento que contenga: <ul style="list-style-type: none"> Métricas del impacto del plan de comunicación durante el mes 4 Detalle de la ejecución del Plan de Comunicación. Conclusiones y Recomendaciones Anexos de los archivos originales del contenido producido 	140 días.
P6. Informe de ejecución del Plan de Comunicación mes 5	Documento que contenga: <ul style="list-style-type: none"> Métricas del impacto del plan de comunicación durante el mes 5 Detalle de la ejecución del Plan de Comunicación. Conclusiones y Recomendaciones Anexos de los archivos originales del contenido producido	170 días
P7. Informe de impacto y evaluación	Documento que contenga: <ul style="list-style-type: none"> Evaluación de los indicadores de éxito (alcance de audiencias, participación, visitas a plataformas definidas en el plan de comunicación) Análisis cualitativo proporcionado por el historiador del arte sobre el impacto de las campañas en la ciudadanía Anexo de todos los archivos originales del contenido producido en editable	180 días

*El plazo considera días calendario

4. Actividades y Cronograma

La supervisión del trabajo técnico estará a cargo de la Subsecretaría de Memoria Social a través de la Dirección de Seguimiento y Evaluación del Ministerio de Cultura y Patrimonio, quien remitirá a la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI) y al adjudicado/a la comunicación formal de conformidad de los productos entregados, para la correspondiente gestión de los pagos según el contrato.

Producto	M1				M2				M3				M4				M5				M5				M6			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
P1. Plan de comunicación inicio de implementación del plan	■	■	■	■																								
P2. Informe de ejecución del Plan de Comunicación mes 1			■	■	■	■	■	■																				
P3. Informe de ejecución del Plan de Comunicación mes 2									■	■	■	■																
P4. Informe de ejecución del Plan de Comunicación mes 3													■	■	■	■												
P5. Informe de ejecución del Plan de Comunicación mes 4.																	■	■	■	■								
P6. Informe de ejecución del Plan de Comunicación mes 5.																					■	■	■	■				
P7. Informe de impacto y evaluación.																									■	■	■	■

5. Modalidad de trabajo propuesta

El/la persona natural o jurídica contratada para la **DIFUSIÓN DEL PROYECTO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN DE LA COLECCIÓN NACIONAL DEL MINISTERIO DE CULTURA Y PATRIMONIO**, prestará sus servicios en coordinación con los responsables de la Subsecretaría de Memoria Social y de la Dirección de Comunicación.

Su trabajo lo llevará a cabo desde su propio lugar de trabajo y deberá trasladarse con sus propios medios a los repositorios de memoria social para la producción de los contenidos. Se deberán grabar contenidos en los principales repositorios de memoria social del Ministerio de Cultura y Patrimonio ubicados en la ciudad de Quito, Guayaquil, Cuenca y Manabí.

Los productos serán revisados y aprobados por la Subsecretaría de Memoria Social a través de la Dirección de Seguimiento y Evaluación.

6. Perfil Requerido

Podrán participar en este proceso de selección personas naturales y jurídicas, con experiencia en comunicación de proyectos similares y que demuestren idoneidad como agencia de publicidad y/o comunicaciones.

Los postulantes deben demostrar lo siguiente:

- **Experiencia del postulante :**
 - Acreditar experiencia como prestador de servicios de comunicación en proyectos culturales o sociales con entidades públicas o privadas, respaldada por contratos, facturas o certificados.
 - Ejecución de proyectos de comunicación con valores iguales o superiores al presupuesto oficial del proceso, que incluyan manejo de campañas integrales de comunicación.
- **Equipo profesional mínimo a evaluarse:**
 - Director creativo
 - Con al menos 5 años de experiencia y título en publicidad o áreas afines
 - Estudios en marketing, publicidad, comunicación digital o similares.
 - Experiencia en agencias de publicidad, productores o similares
 - Experiencia en campañas de impacto social y/o educomunicacionales.

C. DURACIÓN, HONORARIOS Y FORMA DE PAGO

1. Duración

La consultoría tendrá una duración de 6 (seis) meses calendario.

2. Presupuesto base

El monto máximo presupuestado se establece en USD \$66,400.00 (sesenta y seis mil cuatrocientos dólares con 00/100 dólares de Estados Unidos de Norte América), impuestos incluidos. Esta cifra representa un presupuesto máximo para los servicios que se determinan en este procedimiento, por lo que se procederá a la exclusión de cualquier oferta por importe superior.

En este importe se incluyen todos los gastos en los que el adjudicatario deba incurrir para el cumplimiento de las prestaciones contratadas sin que puedan ser repercutidos gastos

adicionales a la Organización.

La oferta seleccionada determinará el **precio del contrato**.

Valor neto: 57,739.13

IVA: 8,660.87

Si el postulante, tiene registrado Servicios de preproducción, producción y postproducción audiovisual no grava IVA. Valor total del contrato \$66,400.00

3. Forma de pago

El pago se realizará contra entrega de los productos requeridos previa aprobación por parte de la Subsecretaría de Memoria Social del MCYP, y será de la siguiente manera:

Productos	%	PLAZO
P1. Plan de comunicación e inicio de implementación del plan	40%	20 días.
P2. Informe de ejecución del Plan de Comunicación mes 1	10%	50 días.
P3. Informe de ejecución del Plan de Comunicación mes 2	10%	80 días.
P4. Informe de ejecución del Plan de Comunicación mes 3	10%	110 días.
P5. Informe de ejecución del Plan de Comunicación mes 4	10%	140 días.
P6. Informe de ejecución del Plan de Comunicación mes 5	10%	170 días
P7. Informe de Impacto y Evaluación	10%	180 días

El informe deberá entregarse hasta los cinco (5) primeros días del siguiente periodo, en el formato establecido por la Subsecretaría de Memoria Social (SMS); y el pago se realizará hasta los diez (10) días, posteriores a la entrega de la factura una vez dada la aprobación del informe por parte de la SMS.

El informe deberá tener en cuenta mínimamente lo siguiente:

- Deberá ser escrito en formato Word, firmado y presentado en PDF.
- Descripción de las actividades ejecutadas por tarea planteada durante el periodo del informe.
- Valoración del cumplimiento del objetivo de la contratación logrado.
- Acápites de conclusiones y recomendaciones.
- Anexos: registro visual de lo ejecutado si fuere pertinente (ejemplo: fotografías, gráfica realizada, capturas de pantallas de publicaciones en redes, textos aprobados, actas de reunión, etc.)
- Anexos de todo el contenido producido en formato editable

4. Impuestos

Para efectos tributarios se debe considerar que la OFICINA EN EL ECUADOR DE LA ORGANIZACIÓN DE ESTADOS IBEROAMERICANOS PARA LA EDUCACIÓN LA CIENCIA Y LA CULTURA, por su carácter de Organismo Internacional, no realiza retención de impuestos. Es responsabilidad del contratado/a, realizar el pago de impuestos a la institución correspondiente.

5. Confidencialidad y Protección de datos

Los tratamientos de datos de carácter personal deberán respetar en su integridad el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril de 2016 relativo a la protección de las personas naturales y la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales. Le informamos que los datos personales a los que la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, Ciencia y Cultura (OEI) pueda tener acceso en la tramitación de este procedimiento serán tratados con la finalidad de verificar la capacidad de obrar de los candidatos y la acreditación de los criterios de adjudicación del personal adscrito a la ejecución del contrato. Los datos personales del adjudicatario serán publicados en nuestra web <https://oei.int/contrataciones> por criterios de transparencia en la contratación, este tratamiento es necesario y usted consiente el mismo.

Los datos personales de los candidatos no adjudicatarios serán conservados por la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, Ciencia y Cultura (OEI) por motivos de auditorías sobre los procesos de contratación.

Los datos objeto del tratamiento no serán cedidos a terceros o a proveedores externos, salvo lo establecido por la legislación vigente. La base legítima del tratamiento en cuestión será la ejecución del contrato mercantil. La Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, Ciencia y Cultura (OEI) conservará los datos mientras tenga lugar la relación contractual entre las partes, conservándose bloqueados los datos posteriormente por el tiempo mínimo que exige la legislación vigente **para depurar posibles responsabilidades derivadas del tratamiento.**

En la medida en que las prestaciones y el cumplimiento de la presente licitación impliquen un acceso del adjudicatario a datos de carácter personal de cuyo tratamiento sea responsable la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, Ciencia y Cultura (OEI), aquel tendrá la condición de encargado de tratamiento, **debiendo firmarse en estos un contrato de encargado de tratamiento de conformidad con el art. 28 del Reglamento Europeo de Protección de datos que facilitará el responsable del tratamiento.** En consecuencia, cuando finalice la prestación contractual los datos de carácter personal deberán ser destruidos o devueltos a la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, Ciencia y Cultura (OEI).

Le anunciamos que puede ejercer sus derechos de acceso, rectificación, cancelación, oposición, portabilidad y limitación del tratamiento de sus datos dirigiéndose a la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, Ciencia y Cultura (OEI) en C/ Bravo Murillo, 38. 28015 Madrid o a proteccion.datos@oei.int, acompañando copia de su DNI acreditando debidamente su identidad. En cualquier situación, Ud. tiene derecho a presentar una reclamación ante la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD).

6. Derechos de título:

Los insumos y productos objeto del contrato son absolutamente confidenciales y de propiedad exclusiva del Ministerio de Cultura y Patrimonio, por lo cual bajo ningún concepto insumos y los productos construidos bajo esta contratación serán entregados a personas no autorizadas.

7. Administración del contrato

La Administración del contrato estará a cargo de la OEI que será responsable de tomar todas las medidas necesarias para la adecuada ejecución del mismo, con estricto cumplimiento de sus cláusulas, programas, cronogramas, plazos y costos previstos.

La supervisión del trabajo técnico estará a cargo de la Subsecretaría de Memoria Social, quien remitirá a la OEI y al contratista adjudicado la comunicación formal de conformidad de los productos entregados, para la correspondiente gestión de los pagos, según contrato.

D. INFORMACIÓN PARA POSTULACIÓN

1. Consultas, observaciones y solicitud de aclaraciones

Los interesados en participar en esta convocatoria podrán formular consultas y aclaraciones sobre el contenido del presente documento únicamente a: contrataciones.ecu@oei.int, La OEI dará respuesta por medio de su web en el casillero correspondiente a esta convocatoria sin identificar el origen de la consulta.

De igual forma y de acuerdo con los plazos establecidos, se enviará el resultado de las evaluaciones y se informará mediante correo electrónico.

2. Forma de presentación de postulaciones

No se evaluarán las postulaciones que no cumplan requisitos mínimos solicitados a continuación:

Las propuestas se receptorán en formato electrónico, en un solo mensaje con el asunto: "Propuesta COT/ECU/030/2024". Cada archivo incluido debe estar caratulado con el título del contenido, según el siguiente detalle:

Archivo 1: Documentación administrativa: Para presentarse a esta convocatoria, la persona natural o jurídica postulante deberá acreditar su capacidad jurídica para obrar, presentando la siguiente documentación:

- RUC (PERSONA NATURAL O JURÍDICA)
- Copia de cédula de identidad personal o generales del pasaporte del representante legal o apoderado que firma la propuesta (Apoderados deben presentar poder especial o un poder general que detalle, específicamente, que el apoderado puede presentar propuestas en representación de la empresa, como apoderado).
- Antecedentes penales del representante legal y/o coordinador principal de la consultoría. (PERSONA NATURAL O JURÍDICA)
- Carta de intención de constituirse en consorcio (si se aplica como tal)

- Escritura o contrato de constitución de la empresa, incluyendo nombramiento del representante legal y estatutos de la sociedad (PERSONAS JURÍDICAS).
- Certificado actualizado de la situación registral en el Registro Mercantil o en el Registro de la Superintendencia de Compañías (PERSONAS JURÍDICAS).
- Declaración del responsable de no estar incurso en prohibición de contratar, que incluirá la manifestación de hallarse al corriente del cumplimiento de las obligaciones tributarias y con la Seguridad Social impuestas por las disposiciones vigentes (VER ANEXO 1. Declaración Responsable sobre los criterios de exclusión y criterios de selección). Incluir certificados del IESS y SRI de encontrarse al día en sus pagos.
- Certificación de cuenta bancaria.

Archivo 2: Antecedentes curriculares y experiencia (capacidad técnica y profesional para contratar con OEI) La documentación debe estar ordenada en función de la rúbrica de este documento y contar con los certificados respectivos.

Archivo 3: Propuesta técnica: El postulante debe presentar una propuesta técnica que debe incluir:

Metodología y Estrategia (25 pts):

- Breve descripción del enfoque y metodología para el diseño e implementación de la estrategia de comunicación, que contenga:
- Breve descripción de la estrategia específicas para el manejo de medios digitales, tradicionales y relaciones públicas.
- Propuesta gráfica
- Ejemplo corto de la campaña de comunicación de la Colección Nacional.
- Breve descripción de la estrategia de relaciones públicas del proyecto.

Plan de trabajo (5 pts): Propuesta de cronograma preliminar con actividades, responsables y plazos, que cumpla con el periodo contractual (6 meses).

Equipo Tecnológico (5 pts): Detalle de equipos tecnológicos y logísticos, así como, herramientas de software que estarán a disposición para la implementación de los productos definidos.

La propuesta no debe exceder las 4 páginas, en Times New Roman, 12 puntos. Alineación justificada.

Equipo de trabajo (10 pts): Detalle del equipo de trabajo para el desarrollo de las actividades descritas, así como el equipo específico requerido, que incluya hojas de vida con experiencia y titulación. Las hojas de vida del equipo deben ser un anexo a la propuesta técnica.

Mínimamente se requiere:

- Diseñador gráfico con al menos 3 años de experiencia.
- Diseñador multimedia con al menos 3 años de experiencia.
- Community manager con mínimo 3 años de experiencia en manejo de redes sociales.
- Estratega de medios digitales con al menos 3 años de experiencia.
- Productor ejecutivo con al menos 5 años de experiencia.
- Realizador/director con un mínimo de 5 años de experiencia.
- Postproductor con al menos 3 años de experiencia
- Editor con al menos 3 años de experiencia.
- Historiador del arte o investigador cultural con al menos 4 años de experiencia en temas relacionados.
- Relacionista público con experiencia relevante en el manejo de stakeholders.

La dirección de correo electrónico habilitada para recibir las ofertas es contrataciones.ecu@oei.int Se deben adjuntar los archivos en formato PDF.

3. Plazos considerados dentro del proceso de selección:

En todos los casos la hora límite es 24h00 de Ecuador:

PLAZOS	
Plazo para presentar ofertas	Entre el 16 y el 31 de diciembre de 2024.
Plazo para solicitar aclaraciones a los pliegos	Hasta el 20 de diciembre de 2024
Fecha estimada de adjudicación provisional	7 de enero del 2025
Plazo para formular reclamaciones	10 de enero del 2025
Fecha estimada de adjudicación definitiva	13 de enero del 2025
Fecha para la firma del contrato	Dentro de los 15 días naturales siguientes a la fecha de adjudicación definitiva

4. Método de evaluación y calificación de propuestas

El Órgano de Contratación nombrará una Comisión de Adquisiciones responsable de la apertura del expediente, del archivo y evaluación de las propuestas estará formado por un mínimo de tres miembros:

- Un miembro del área de Administración de OEI Ecuador, que actuará de secretario.
- Dos miembros del área técnica de OEI Ecuador.
- Un técnico de la Subsecretaría de Memoria Social del Ministerio de Cultura y Patrimonio o de la Dirección de Comunicación.

La Comisión sólo evaluará aquellas postulaciones entregadas conforme a los requisitos de formato y plazos de presentación recogidos en el presente documento.

Se realizará la apertura de las propuestas y se comprobará si se ha recibido la documentación completa, sobre lo cual la Comisión de evaluación podrá requerir subsanaciones.

EVALUACIÓN TÉCNICA (100 puntos)

Se procederá con la evaluación técnica cuando el candidato cumple con la capacidad de obrar, los criterios de exclusión y selección.

La evaluación técnica se realizará sobre la base máxima de 100 puntos conforme a la tabla de evaluación técnica.

Cada evaluador de la Comisión de Adquisiciones asignará una puntuación entre 0 y 100 puntos, y se calculará la media aritmética obtenida de la puntuación otorgada por cada evaluador. Aquellos candidatos que obtengan una media inferior a 70 puntos quedarán automáticamente excluidos del proceso por no obtener la conformidad mínima exigida.

La puntuación técnica se hallará mediante la siguiente fórmula:

$$PT = (\text{Puntuación media de la oferta que se está valorando} / \text{puntuación media de la mejor oferta técnica}) \times 100.$$

PT = Puntuación técnica

FACTOR DE EVALUACIÓN	CRITERIO DE EVALUACIÓN	CRITERIO PUNTUACIÓN	PUNTAJE MÁXIMO
1.Experiencia en proyectos similares 30 pts	1.1 Acreditar experiencia como prestadores de servicios de comunicación en proyectos culturales o sociales en ejecución o finalizados, suscritos con entidades públicas o privadas.	1 a 2 contratos: 5 pts 3 a 7 contratos: 10 pts Ocho o más: 20 pts	20 pts
	1.2 Contratos, facturas o certificados de valores igual o superior al presupuesto de este TDR, con manejo de fee mensual o proyectos integrales de comunicación.	1 contrato: 3 pts 2 a 4 contratos: 6pts 5 o más: 10 pts.	10 pts
2. Equipo profesional: Director Creativo 10 pts	2.1 Estudios en marketing, publicidad, comunicación digital o similares.	Título de Tercer Nivel	2pts
	2.2 Experiencia en agencias de publicidad, productores o similares	1 a 2 años = 1 puntos 3 a 4 años = 2 puntos 5 o más años = 4 puntos	4pts
	2.3 Experiencia en campañas de impacto social y/o educacionales	1 a 2 campañas = 1 puntos 3 a 4 campañas = 2 puntos 5 o más campañas = 4 puntos	4pts
3. Propuesta Técnica 45 pts	3.1 Metodología y Estrategia (25 pts):	<ul style="list-style-type: none"> • Breve descripción del enfoque y metodología para el diseño e implementación de la estrategia de comunicación, que contenga: • Breve descripción de la estrategia específicas para el manejo de medios digitales, tradicionales y relaciones públicas. • Propuesta gráfica • Ejemplo corto de la campaña de comunicación de la Colección Nacional. • Breve descripción de la estrategia de relaciones públicas del proyecto. 	25 pts
	3.2 Plan de trabajo (5 pts)	Propuesta de cronograma preliminar con actividades, responsables y plazos, que cumpla con el periodo contractual (6 meses).	5 pts

	<p>3.3 Equipo de trabajo (10 pts): 1 pt por persona del equipo.</p>	<p>Detalle del equipo de trabajo para el desarrollo de las actividades descritas, así como el equipo específico requerido, que incluya hojas de vida con experiencia y titulación. Mínimamente se requiere:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Diseñador gráfico con al menos 3 años de experiencia. ▪ Diseñador multimedia con al menos 3 años de experiencia. ▪ Community manager con mínimo 3 años de experiencia en manejo de redes sociales. ▪ Estratega de medios digitales con al menos 3 años de experiencia. ▪ Productor ejecutivo con al menos 5 años de experiencia. ▪ Realizador/director con un mínimo de 5 años de experiencia. ▪ Postproductor con al menos 3 años de experiencia ▪ Editor con al menos 3 años de experiencia. ▪ Historiador del arte o investigador cultural con al menos 4 años de experiencia en temas relacionados. ▪ Relacionista público con experiencia relevante en el manejo de stakeholders. 	<p>10 pts</p>
	<p>3.4 Equipo Tecnológico (5 pts)</p>	<p>Detalle de equipos tecnológicos y logísticos, así como, herramientas de software que estarán a disposición para la implementación de los productos definidos.</p>	<p>5 pts</p>
<p>4. Entrevista</p> <p>Solo aquellas postulaciones que superen los 70 pts pasan a la entrevista.</p> <p>15 pts</p>	<p>4.1 Entrevista virtual orientada a conocer la experiencia en el sector, la creatividad y calidad de sus campañas previas, su metodología de trabajo, y los resultados de las mismas.</p>	<p>Exposición de la propuesta técnica: 5 pt</p> <p>Comunicación efectiva y coherencia en sus respuestas: 3 pt.</p> <p>Resolución de problemas: 2 pt.</p> <p>Trabajo en equipo y actitud proactiva: 3 pt.</p> <p>Conocimiento y</p>	<p>15</p>

	experiencia en la materia específica: 2 pt	
TOTAL		100

5. Intervención técnica y seguimiento del contrato

La supervisión del trabajo técnico estará a cargo la Secretaría de Cultura, así mismo tiene a su cargo la aprobación y validación de informes presentados por el/la proveedor/a, así como la elaboración de informes dirigidos a la OEI, tendientes a suscripciones de actas de entrega recepción de los servicios y solicitud de pagos.

El seguimiento y gestión de los aspectos administrativos y económicos del contrato estarán a cargo de la Oficina de la OEI en Ecuador.

En Quito, a 13 de diciembre de 2024.

Oficina Nacional Ecuador
Organización Estados Iberoamericanos