

TÉRMINOS DE REFERENCIA

CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE MARKETING SOCIAL QUE CONTRIBUYA AL DESARROLLO DE LA IDENTIDAD E IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA FUNDACIÓN PROFIN

I ANTECEDENTES

La Fundación para el Desarrollo Productivo y Financiero – PROFIN es una entidad sin fines de lucro que en sus 11 años de vida, viene impulsando la inclusión financiera de los segmentos más desfavorecidos de la población boliviana. PROFIN tiene su oficina central en la ciudad de La Paz desde la cual gestiona sus intervenciones, logrando un alcance a nivel nacional para la ejecución de los programas y proyectos que administra, a través de socios/alianzas estratégicas, especialmente a través una amplia red de Entidades de Intermediación Financiera (EIF), Instituciones Financieras de Desarrollo (IFD), Cooperativas y empresas de seguros y reaseguros.

El **objetivo superior** de la Fundación PROFIN es el de **“Generar Modelos de Desarrollo Económico y productivo, que mejoren las condiciones de mercado y el desempeño de las actividades de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYME) y Unidades Productivas Familiares (UPF)”** y por tanto busca promover procesos de innovación que faciliten el acceso de los actores de conglomerados productivos del país a servicios financieros, a servicios de tecnología y desarrollo empresarial apropiados. Asimismo, la Fundación tiene por fin contribuir a la generación de empleo, la reactivación económica y el desarrollo, fortalecimiento y/o reconversión del aparato productivo municipal, departamental y/o nacional.

Actualmente, las líneas de acción de PROFIN son i) Promoción de oportunidades económicas inclusivas, ii) Generación de Innovaciones Financieras, de Seguros y Productivas para el desarrollo de las MIPYME y UPF, y iii) Realización de estudios e investigaciones para promover un entorno de negocios favorable.

En este marco, la cartera de financiamiento de la Fundación PROFIN, proviene principalmente del diseño e implementación de programas y proyectos de desarrollo sostenible, dentro de las cuales se desarrollaron innovaciones financieras y de seguros, así como estudios e investigaciones que aportaron a la consecución de los objetivos de los mismos. Dichos programas y proyectos de desarrollo sostenible, fueron principalmente financiados por donantes recurrentes, tales como la Cooperación Suiza en Bolivia (COSUDE), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la Agencia Danesa de Desarrollo Internacional (DANIDA) y la Agencia Sueca de Desarrollo Internacional (ASDI) a través de la Embajada de Suecia en Bolivia.

La Fundación PROFIN, en el marco de su nuevo Plan Estratégico Institucional 2018-2022, definió tres objetivos estratégicos que contribuirán a alcanzar su objetivo superior, siendo estos: **OE1.** Se han **incrementado los recursos financieros** para apoyar el desarrollo integral de las MIPYME y UPF, a través de **la gestión estratégica de financiamiento**, **OE2.** Se ha logrado un desarrollo integral de las MIPYME y UPF a través de la implementación de proyectos y de un portafolio de estudio e investigación que fortalezcan su entorno, **OE3.** Se han identificado y están en funcionamiento modelos exitosos de apoyo financiero que fortalezcan la economía de MIPYME y UPF.

En tal sentido, la Fundación PROFIN requiere un/a profesional o empresa consultora, que apoye en la consecución de los resultados de los mencionados objetivos estratégicos, a través del desarrollo de una

estrategia de marketing social, de tal manera que se logre aumentar su visibilidad y como consecuencia su posicionamiento en su nicho de mercado.

2 OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Construir, en coordinación con el equipo técnico de PROFIN, una estrategia de marketing social (incluyendo un plan de acción) que contribuya al desarrollo de su identidad e imagen institucional de forma que se logre el posicionamiento en su nicho de mercado.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS Y PRODUCTOS ESPERADOS

El/la **CONSULTOR/A** o **EMPRESA CONSULTORA** deberá presentar a **PROFIN**, los siguientes productos, de acuerdo a los objetivos específicos, como resultado del trabajo de consultoría, los cuales se mencionan de forma enunciativa y no limitativa, y para efectos del presente contrato deberán considerarse como mínimos e indispensables:

Objetivo Específico	Productos Esperados	Alcances y aclaraciones
O1. Diagnóstico de identidad e imagen institucional	P1. Documento de Diagnóstico elaborado y Manual de Imagen de Marca.	El diagnóstico debe incluir una evaluación/análisis interno y externo de la Fundación PROFIN. En relación al análisis interno, el/la consultor/a o empresa consultora deberá realizar un diagnóstico de los recursos de comunicación incluyendo los digitales con los que cuenta la Fundación PROFIN actualmente que contribuyen a su posicionamiento como un referente de innovación productiva, financiera y de seguros (con transversales en medio ambiente, tecnología, género y generacional). El análisis externo contemplará qué está haciendo la “competencia” en este ámbito. La información obtenida a través de la realización del diagnóstico se traducirá en una propuesta de Manual de Imagen de Marca a ser aprobado por la Fundación PROFIN.
O.2. Desarrollo de la Estrategia de Marketing Social	P2. Documento de Estrategia de Marketing Social que incluya las 7 Ps (producto, precio, plaza, promoción, proceso, personal y presentación).	Una vez aprobado el Documento de Diagnóstico y Manual de Imagen de Marca, elaborar en coordinación con la Coordinadora de la Unidad Técnica de Financiamiento Estratégico, la Coordinadora de Comunicación y Educación Financiera y el Coordinador de la Unidad Técnica de Estudios e Investigación, la estrategia de marketing social para la Fundación PROFIN, desarrollando las 7Ps. La estrategia de marketing social deberá hacer énfasis en las herramientas para su ejecución (incluyendo una propuesta de comunicación y la implementación de acciones de Web 3.0).

Objetivo Específico	Productos Esperados	Alcances y aclaraciones
<p>O3. Desarrollo de Planes Operativos de Marketing Social</p>	<p>P3. Planes Operativos de Marketing Social para los años 2018-2022</p>	<p>En base al desarrollo de la Estrategia de Marketing Social, el/la consultor/a o empresa consultora, deberá presentar los planes operativos 2018-2022 para implementar la estrategia, una vez ésta haya sido aprobada.</p> <p>Los planes operativos de marketing social deben incluir una descripción detallada de las acciones a ser desarrolladas en cada P con un cronograma y presupuesto anual.</p> <p>Elementos a considerar en el desarrollo de la consultoría una vez realizado el diagnóstico y para la elaboración de la Estrategia de Marketing Social (si se considera pertinente) por ejemplo son:</p> <p>Construcción del Logo / logo símbolo/ logotipo: Colores/Escala de Grises / Alto contraste / Formatos mínimos - Significado del Logo. - Colores Institucionales. - Fuentes tipográficas. - Papelería: Folders, Tarjetas de presentación y membretes cartas. - Aplicaciones: Presentaciones Power Point, CD-Rooms, Portadas e imágenes para uso en Página Web, Facebook, Twitter y otros medios electrónicos que el consultor/empresa consultora considere pertinente.</p> <p>Creación de Formatos para utilizar en publicaciones (p.e. Boletines mensuales tanto impresos como virtuales).</p> <p>Propuesta de acciones a desarrollar para “comunicar” a los públicos de interés de la Fundación PROFIN mensajes clave que podrán incluir, por ejemplo, productos comunicacionales y de relacionamiento público que sin ser limitativos se extienden a los siguientes: material impreso (por ej.: dípticos, trípticos, posters, banners, etc.), material audio-visual, elaboración/impresión de publicaciones especializadas, elaboración y publicación de notas de prensa, reuniones de relacionamiento con instituciones del sector público y privado (empresas), organización de eventos públicos como seminarios, talleres, concursos, asistencia a ferias, elaboración de formatos de boletines</p>

Objetivo Específico	Productos Esperados	Alcances y aclaraciones
		<p>trimestrales a ser distribuidos ya sea en forma impresa o electrónica, estructura óptima de la página web de la Fundación PROFIN, redes virtuales a las cuales PROFIN debería acceder para comunicar sus distintos mensajes y otras piezas comunicacionales y/o de marketing institucional innovadoras.</p> <p>Definir estrategias costo-eficientes para difundir mensajes a nuestros distintos grupos de interés establecidos.</p> <p>Desarrollo de materiales de promoción y difusión que serán necesarios para la implementación de actividades para el posicionamiento de la organización.</p>
O4. Plan de seguimiento a la implementación de la Estrategia de Marketing Social.	P4. Documento de Plan de seguimiento propuesto	En base al trabajo realizado con el personal de la Fundación PROFIN, el/la consultor/a o empresa consultora elaborará un Plan de Seguimiento a la implementación de la estrategia que considere todos aquellos elementos que será necesario observar durante un tiempo definido para asegurar la visibilidad de la nueva imagen institucional y su posicionamiento en su nicho de mercado. Este plan deberá hacer especial énfasis en el desarrollo de indicadores de seguimiento del plan.

3 CONDICIONES DE LA CONSULTORÍA

De acuerdo a lo expresado en los términos de referencia, el (la) consultor(a)/empresa consultora desarrollará sus actividades en función del cumplimiento de los objetivos y productos planteados que son de carácter obligatorio según las siguientes condiciones:

- Todo el material elaborado será entregado con cesión de propiedad intelectual, a la Fundación PROFIN tanto en medio físico como electrónico.
- No obstante, cuando el (la) consultor(a) determine la necesidad de introducir mejoras, deberá proponerlos de manera oportuna, demostrando su conveniencia.
- El (la) consultor(a)/empresa consultora deberá ser flexible, cuando se trate de mejorar los productos.

4 COORDINACIÓN Y SUPERVISIÓN

La coordinación y seguimiento de la consultoría, así como la revisión de los informes entregados, estarán a cargo de personal técnico de PROFIN (Coordinador Técnico de la Unidad de Estudios e Investigación, Coordinadora Técnica de Comunicación y Educación Financiera y Coordinadora Técnica de la Unidad Estratégica de Financiamiento, que podrán acompañar, canalizar, rechazar los productos, informes u otros a objeto de exigir mejor desempeño y eficiencia en la prestación de servicios.

5 PERFIL REQUERIDO

Se prevé que el servicio sea realizado por un(a) consultor(a)/empresa consultora con experiencia y conocimiento especializado en los ámbitos de trabajo relacionados a la consultoría. El perfil mínimo requerido para el consultor (a)/empresa consultora contempla los siguientes aspectos:

- Formación académica en áreas de administración, comunicación, marketing, ingeniería de sistemas, diseño gráfico, relaciones públicas u otras ramas afines o un equipo integrado por profesionales en administración, comunicación, marketing, ingeniería de sistemas, diseño gráfico, relaciones públicas u otras ramas afines.
- Experiencia laboral específica de al menos 15 años en el área de marketing.
- Experiencia laboral específica de al menos 10 años en el desarrollo de imagen institucional y planes de marketing social.
- Experiencia laboral específica de al menos 8 años en marketing social, desarrollo estrategias de marketing, con énfasis en estrategias de Web 3.0.
- Experiencia general sobre el sector productivo, sector de seguros y sistema financiero de Bolivia.
- Habilidades de comunicación oral y escrita.

6 DOCUMENTOS A SER PRESENTADOS

- En caso de consultor/a individual, el/la consultor/a seleccionado/a debe presentar los siguientes documentos:
 - a. Cédula de identidad del/la consultor/a.
 - b. Certificación electrónica de NIT.
 - c. Fotocopia del NUA registrado en una AFP.
- En caso de empresa consultora, la misma deberá presentar los siguientes documentos:

Requisitos a presentarse al momento de la presentación de ofertas:

- a. Testimonio de constitución,
- b. Fotocopia del Número de Identificación Tributaria (NIT),
- c. Poder notarial del representante legal (Asamblea de socios),
- d. Fotocopia del Carné de Identidad/pasaporte del representante legal,
- e. Currículum de la organización que acredite su experiencia general y específica.

Requisitos a presentarse al momento de la contratación:

- a. Fotocopia de matrícula de comercio expedida por FUNDEMPRESA vigente,
- b. En caso de tener empleados dependientes: Fotocopia del registro obligatorio de empleador (ROE),
- c. Certificado de no adeudos a la AFP.

7 MODALIDAD DE CONTRATACIÓN

El contrato será bajo la modalidad de invitación pública.

8 PLAZO DE EJECUCIÓN

El tiempo de ejecución de la consultoría es de **hasta** 90 días calendario a partir de la firma del contrato

9 DOCUMENTOS QUE DEBEN PRESENTAR

Los proponentes deberán presentar los siguientes documentos distribuidos en dos sobres A y B:

9.1. CONTENIDO DEL SOBRE A:

- **Documentación administrativa:**
 - Carta de presentación
 - Documentación legal en fotocopia simple. (Ver punto 6)
- **Propuesta Técnica:**
 - La propuesta debe responder a los requerimientos planteados. (Ver punto 2)
 - Metodología propuesta.
 - Capacidad operativa para recolectar la información válida y confiable en campo.
 - Deberá incluir una descripción de la experiencia de la instancia consultora.

9.2. CONTENIDO DEL SOBRE B:

- **Propuesta Económica**, presentación en detalle del costo total del servicio requerido, si es posible, el costo deberá estar desglosado por tipo de gasto a incurrir en cada etapa o fase del servicio requerido, además de las formas de pago.

9.3. GARANTÍAS REQUERIDAS

9.3.1. RETENCIONES POR PAGOS PARCIALES

La Fundación PROFIN retendrá el siete por ciento (7%) de cada pago parcial, para constituir la Garantía de Cumplimiento de Contrato. Estas retenciones serán reintegradas una vez que sea aprobado el Informe Final de la Consultoría.

9.4. PLAZO Y FORMA DE PRESENTACIÓN DE LAS PROPUESTAS

El proponente es responsable de presentar su oferta en los plazos establecidos. La propuesta debe ser presentada hasta el día martes 24 de julio de 2018 hasta horas 16:30, en Secretaría de la Fundación PROFIN oficina ubicadas en la Av. Sánchez Lima No. 2600, Edificio Tango Piso 1.

La Fundación PROFIN, registrará en un formulario de Recepción de Propuestas, el nombre del proponente, su dirección, la fecha y hora de recepción de la propuesta y el nombre de la persona que efectuó la entrega. Como constancia de haber recibido la propuesta dentro del plazo estipulado, la Fundación PROFIN extenderá un sello de recibo en la copia de su carta de presentación, el mismo que certificará la fecha y hora de la presentación de su propuesta, en el que se incluirá toda la información antes descrita y otra información u observación que se considere importante.

- La propuesta debe ser entregada en dos sobres cerrados A y B, con el siguiente rótulo:

(SOBRE A) (SOBRE B)
Señores UNIDAD DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS FUNDACIÓN PROFIN REF.: Consultoría para la Elaboración una Estrategia de Marketing Social y Desarrollo de la Identidad e Imagen Institucional de la Fundación PROFIN <u>La Paz – Bolivia</u>

9.5. REUNIÓN DE ACLARACIÓN

La reunión de aclaración se realizará el día miércoles 18 de julio de 2018 a horas 10:00 en las oficinas de la Fundación PROFIN, ubicadas en la Av. Sánchez Lima No. 2600, Edificio Tango Piso 1.

9.6. PROPUESTAS PRESENTADAS FUERA DE PLAZO

Toda propuesta que quiera ser entregada después del plazo fijado para la recepción de propuestas, no será recibida, registrándose tal hecho en el Registro de Recepción de Propuestas, consignando el nombre del proponente.

9.7. APERTURA DE PROPUESTAS

La apertura de las propuestas se realizará en un acto interno, en un tiempo determinado luego de concluido el cierre de presentación de propuestas. En la apertura de propuestas los documentos serán rubricados por los miembros del Comité.

9.8. CALIFICACIÓN DE PROPUESTAS

9.8.1. CUMPLIMIENTO DE REQUISITOS LEGALES Y ADMINISTRATIVOS

El comité de calificación verificará el cumplimiento de los requisitos legales, y administrativos. Cuando el proponente no cumpla con algunos de los aspectos, legales o administrativos, su propuesta técnica no podrá ser evaluada, concluyendo su participación. Debiendo el Comité hacer constar esta situación.

9.8.2. REVISIÓN DE PROPUESTA TÉCNICA

Una vez efectuada la evaluación cumple/no cumple mencionada, se procederá a la revisión técnica, se procederá al llenado de los formularios de calificación asignando los puntajes preestablecidos.

9.8.3. EVALUACIÓN ECONÓMICA

Será considerada con mayor grado de elegibilidad, la propuesta que proporcione mejor relación costo-beneficio, tomando en cuenta principalmente la calidad del servicio.

9.8.4. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Se procederá a la calificación técnica sobre 100 puntos, considerando lo siguiente:

DESCRIPCIÓN	PUNTUACION	
1. Experiencia general y específica (se tomarán en cuenta sobre todo la experiencia específica en este tipo de trabajos además del alcance de los mismos (metodologías empleadas, entre otros) tanto de la empresa como de los consultores propuestos.	$(z) \times 6 =$	30
2. Metodología propuesta (coherencia entre el cronograma propuesto y la logística necesaria, composición del equipo consultor, innovaciones metodológicas, etc.)	$(z) \times 8 =$	40
3. Valor agregado de la propuesta (aquellos aspectos considerados relevantes que añaden valor sobre la metodología o conceptualización del trabajo)	$(z) \times 6 =$	30
TOTAL SOBRE 80%		100

Criterios de calificación (z): 5= muy satisfactorio; 4= satisfactorio; 3= aceptable; 2= deficiente; 1= muy deficiente

10 ADJUDICACIÓN

Una vez aprobado el informe de adjudicación por el Director Ejecutivo, se emitirá las notas de agradecimiento/adjudicación, según corresponda. La adjudicación será efectuada al Consultor/a o Empresa Consultora con mayor puntaje. Una nota de adjudicación constituye una comunicación sobre el resultado del proceso de contratación, por lo que el proveedor estará habilitado para la provisión de los servicios adjudicados una vez que suscriba el contrato.

11 SUSCRIPCIÓN DE CONTRATO

Para la elaboración del contrato y su suscripción, la Fundación PROFIN deberá requerir al proponente adjudicado **cuando corresponda**, la boleta de garantía, en caso de no cumplir con la presentación de estos documentos, en el plazo de tramitación normal, la propuesta será descalificada, procediéndose a la adjudicación a la segunda mejor propuesta, siempre que la misma no exceda el precio referencial.

12 ADMINISTRACIÓN O SEGUIMIENTO Y CONTROL DEL CUMPLIMIENTO DE CONTRATO

Para asegurar la calidad y características de los productos, el seguimiento y coordinación para la elaboración de los bienes estará a cargo de la Coordinadora de la Unidad Técnica de Financiamiento Estratégico, la Coordinadora de Comunicación y Educación Financiera y el Coordinador de la Unidad Técnica de Estudios e Investigación.

13 COMUNICACIONES ENTRE LA FUNDACIÓN PROFIN, PROPONENTES Y PROVEEDORES

Por políticas de la organización, los solicitantes de la consultoría no tienen permitido intervenir en los trámites administrativos, verificación de cumplimiento de especificaciones y recepción de los productos. Todas las comunicaciones administrativas oficiales durante el proceso de contratación y posteriores a la suscripción del contrato deben realizarse con la Directora Administrativa y Financiera de la organización.

14 PAGO

La Fundación PROFIN, podrá hacer pagos parciales por productos acabados y recibidos a conformidad del solicitante, previa presentación de la factura correspondiente y comprobante de pago a la seguridad social de largo plazo.

En este sentido y según los productos descritos en el punto 2.2, se podrían realizar los siguientes pagos:

- Un **primer pago** parcial **contra la entrega del producto 1** y aprobación por parte de la Fundación PROFIN,
- Un **pago intermedio parcial** contra entrega de los **productos 2 y 3** y aprobación por parte de la Fundación PROFIN,
- Un pago final contra entrega del **producto 4 e informe final de la consultoría** y aprobación por parte de la Fundación PROFIN.