

TÉRMINOS DE REFERENCIA

CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL DESARROLLO Y DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS PARA CONTINUAR CON EL POSICIONAMIENTO DE PRODUCTOS, SERVICIOS E IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL B.P.

Área: Gerencia de Mercadeo y Comunicación
Fecha de Requerimiento: 15 de julio de 2019

1. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

Según el Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos de la CFN B.P., la Gerencia de Mercadeo y Comunicación tiene como misión “Promocionar y comunicar los productos y servicios de la Corporación Financiera Nacional B.P., para lograr un continuo posicionamiento de la imagen de la institución como banca de desarrollo, en el grupo objetivo de la institución”. Así como también, dentro de las atribuciones y responsabilidades está la de “Establecer las directrices para la elaboración de campañas de mercadeo y comunicación”.

La Corporación Financiera Nacional (CFN) B.P. continúa concentrando sus esfuerzos y trabajo para impulsar el crecimiento de la producción ecuatoriana y para competir eficientemente con la banca privada.

Durante el 2018 y 2019, con el propósito de generar recordación de marca y dar a conocer las nuevas líneas de créditos para los distintos sectores productivos, la CFN B.P. realizó varias campañas publicitarias dirigidas a cada uno de los públicos objetivos, de las cuales podemos mencionar:

2018

CFN Construye

Apoyo Total

Cara a Cara

Subastas

Extensión de Créditos

Institucional

2019

Resultados (Cifras 2018)

Movilidad Eléctrica

Remates

Tracking

Pymes

Subastas

Con la difusión de cada una de estas campañas se alcanzó el objetivo propuesto y uno de los principales resultados obtenidos fue alcanzar en el 2018 la cifra más alta de

aprobaciones de créditos que ha realizado la CFN durante estos últimos diez años. También, se logró recuperar fondos de las colocaciones de créditos que no han sido canceladas por sus titulares y constantemente se ha comunicado la gestión que la CFN realiza por acercarse a la ciudadanía.

Todos estos resultados han aportado al crecimiento y desarrollo económico de los diferentes sectores productivos, garantizando transparentar las acciones que implementa la institución.

El Gobierno Nacional con el objetivo de mejorar la economía y fortalecer el crecimiento económico y la generación de empleo para las generaciones futuras, se encuentra en la ejecución del “Plan de Prosperidad”, el cual tiene como finalidad garantizar y asegurar el mejoramiento continuo de la calidad de vida de todos los ecuatorianos.

En este contexto la planificación de promoción y difusión para el 2019 y 2020 deberá estar alineada a este “Plan de Prosperidad” y a los cuatro pilares fundamentales que lo sustentan:

- Consolidación fiscal y estabilidad monetaria
- Igualdad de oportunidades y protección social
- Empleo y reactivación productiva
- Manejo eficiente y transparente de recursos

En ese sentido y dando constancia a las estrategias de posicionamiento que se han llevado a cabo los últimos años, es importante continuar ejecutando campañas de publicidad y/o comunicación, puesto que estas permiten informar las diferentes acciones que realiza la CFN B.P., influyen en la sociedad y generan un gran impacto.

La ejecución de una campaña publicitaria y/o comunicacional permite medir el alcance de lo que se está informando, por lo que, es importante que para la difusión de las mismas se diseñen estrategias que despierten interés en el público objetivo y de esta forma lograr el posicionamiento y recordación tanto de la marca CFN como de los productos y servicios que ofrece.

Además, la CFN B.P. mantiene la política y compromiso de otorgar créditos de manera ágil y eficaz. Así mismo, que éstos sean destinados a los sectores productivos, y actividades de servicio.

Para ello, se hace necesario mantener el servicio de una agencia de publicidad que cubra las necesidades institucionales, cuente con personal calificado y con experiencia, y que aporte con ideas creativas para lograr los objetivos planteados.

Con fecha 7 de junio de 2018, la CFN B.P. suscribió el contrato del “**SERVICIO DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL DESARROLLO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS QUE PERMITAN MANTENER EL POSICIONAMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL, ASÍ COMO LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECE LA CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL B.P.**”, con la empresa PARADAIS S.A.; mismo que concluyó el pasado 4 de julio

debido a que el plazo era de 365 días contados a partir de la entrega del anticipo y este fue cancelado el 4 de julio de 2018.

Por lo expuesto, la Gerencia de Mercadeo y Comunicación requiere contratar el **SERVICIO DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL DESARROLLO Y DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS PARA CONTINUAR CON EL POSICIONAMIENTO DE PRODUCTOS, SERVICIOS E IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL B.P.**

3. OBJETIVOS

Objetivo General. -

Continuar informando a los grupos objetivos, que la CFN B.P. cuenta con recursos para otorgar créditos para el desarrollo de los sectores productivos mediante productos acorde a las necesidades de estos sectores.

Objetivos Específicos. -

Evidenciar la gestión de CFN B.P. en el desarrollo económico y social del país.
Dar a conocer productos y servicios de la CFN B.P.
Contribuir en la reactivación económicamente de los sectores productivos, y de servicio del país.

4. ALCANCE

Las campañas publicitarias a difundirse permitirán demostrar al público en general que la CFN B.P. es una entidad ágil, que se encuentra en una continua mejora e innovación de los productos y servicios que ofrece a los ciudadanos, así como también que cuenta con los recursos necesarios para otorgar créditos y así reactivar productivamente a los sectores que dinamizan la economía del país con productos, servicios y con los mejores beneficios para sus clientes.

5. METODOLOGÍA DE TRABAJO

La agencia de publicidad para la ejecución del contrato, esto es, para el desarrollo y difusión de las campañas publicitarias necesarias para continuar con el posicionamiento de productos, servicios e imagen institucional de la Corporación Financiera Nacional B.P., deberá considerar lo siguiente:

Concepto técnico y metodológico:

El concepto técnico y metodológico del servicio deberá contemplar lo siguiente:

5.1 CRONOGRAMA DE TRABAJO



La agencia de publicidad dentro del plazo máximo de 5 días contados a partir de la suscripción del contrato, deberá presentar al Administrador del Contrato, el respectivo cronograma de actividades en función de las necesidades de la CFN B.P., el cual deberá ser aprobado también por la Gerencia de Mercadeo y Comunicación, con la finalidad de definir fechas de entrega y orden cronológico de los productos esperados.

Cabe indicar que por necesidades institucionales dicho cronograma de trabajo podrá ser modificado previo acuerdo de las tres partes.

5.2 CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

La agencia de publicidad deberá desarrollar a solicitud de la CFN B.P. las siguientes campañas publicitarias:

- **Campañas publicitarias de productos o servicios o campañas institucionales en medios tradicionales:** Estas campañas servirán para posicionar los beneficios de los productos y servicios que ofrece la institución y para mantener el posicionamiento de la marca CFN B.P. Serán 4 campañas en total.
- **Campañas publicitarias de productos o servicios o campañas institucionales en redes sociales:** Estas campañas servirán para posicionar los beneficios de los productos y servicios que ofrece la institución y para mantener el posicionamiento de la marca CFN B.P. en redes sociales. Serán 17 campañas en total.

5.3 CONCEPTO CREATIVO DE LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

Durante la ejecución del contrato, y conforme al brief proporcionado por el Administrador del contrato, la agencia de publicidad deberá trabajar en conceptos creativos según el tipo de campaña publicitaria, que permitan llegar directamente al grupo objetivo, considerando lo siguiente:

- El concepto creativo de campañas;
- El tipo de comunicación;
- El eje de campañas.

5.4 PIEZAS DE LAS CAMPAÑAS

Durante la ejecución del contrato, la agencia de publicidad para la elaboración de piezas de las campañas publicitarias, deberá tomar en cuenta lo que se indica a continuación:

- a) En el diseño, creación y producción de las piezas publicitarias, la agencia de publicidad deberá considerar la utilización de un vocabulario entendible y de fácil asimilación, especialmente para sectores económicos medio, medio alto y alto.
- b) El diseño y todas las piezas correspondientes a cada una de las campañas, deberán ser aprobadas por el o la Gerente de Mercadeo y Comunicación y por el administrador de contrato, previo a la publicación de las mismas.
- c) El pautaaje y publicación en medios radiales, televisivos, vía pública, impresos, redes sociales, medios digitales y webs de alto tráfico deberá hacerse en medios de mayor sintonía o influencia, especialmente de sectores económicos medio, medio alto y alto en las distintas ciudades del país.

- d) La agencia de publicidad deberá considerar la creatividad original sobre el diseño de las piezas, no se aceptarán ideas plagiadas. En cuanto a la propiedad de las piezas, y tal como se lo indica en los presentes términos de referencia, se contempla el derecho de la CFN sobre su propiedad.
- e) El uso de imagen, fotografía de los modelos y líneas gráficas, serán de propiedad de la CFN B.P. y podrán ser usadas en futuras piezas publicitarias, conforme al acuerdo de propiedad intelectual suscrito por el proveedor.

5.5 PRODUCCIÓN DE PIEZAS

Durante la ejecución del contrato, la agencia de publicidad deberá trabajar en la producción de campañas publicitarias para dar a conocer imagen institucional, productos y servicios que ofrece la CFN B.P.

Asimismo, y previo al inicio de la etapa de producción de piezas, y con el objetivo de poder analizar los costos manejados en cada instancia de la misma, la agencia de publicidad deberá presentar a la CFN B.P. cuadros comparativos de las proformas de las piezas a producir donde se evaluarán parámetros; de calidad, costos y tiempos de entrega (mínimo 3 propuestas de cada uno). Esto aplicará, únicamente para producción de cuñas de radio y producción de spot de televisión, esto debidamente aprobado por el Administrador de contrato y el Gerente de Mercadeo y Comunicación.

Según el tipo de campaña publicitaria, la producción podría tener uno o varios de los siguientes ítems:

5.5.1 SPOTS PUBLICITARIOS

Durante la ejecución del contrato, la agencia de publicidad, deberá producir spots con duración que podrá ser desde 30" hasta 120" con reedición de comerciales para TV, con guión/storyboard, los cuales deberán ser aprobados por el administrador del contrato y el o la Gerente de Mercadeo y Comunicación, de acuerdo al brief previamente enviado por la CFN B.P.

Durante la vigencia del contrato se requerirán hasta 4 spots publicitarios.

5.5.2 CUÑAS DE RADIO

Durante la ejecución del contrato, la agencia de publicidad deberá elaborar cuñas de radio con duración que podrá ser desde 30" hasta 90", las cuales deberán ser previamente aprobadas por el administrador del contrato y el o la Gerente de Mercadeo y Comunicación, de acuerdo al brief entregado por la CFN.

Durante la vigencia del contrato se requerirán hasta 10 cuñas de radio.

5.5.3 PRODUCCIÓN DE GRÁFICAS, MODELADOS O FOTOGRAFÍAS.

Durante la ejecución del contrato, la agencia de publicidad deberá realizar la respectiva producción gráfica, de modelado o fotográfica, dependiendo del tipo de campaña. La

agencia de publicidad deberá entregar todas las producciones a la CFN B.P., quien será la dueña de los derechos de las mismas y podrá usar cada una de ellas las veces que estime necesario.

Asimismo, durante la vigencia del contrato se podrán requerir hasta 5 producciones fotográficas modeladas o gráficas, divididas en:

- Dos producciones pequeñas de gráfica 3D: La producción debe contener gráfica 3D para garantizar la calidad de lectura en la información.
- Dos producciones medianas de modelado: La producción debe contener modelado arquitectónico de personas, locaciones o información.
- Una producción fotográfica grande: La producción fotográfica será realizada en escenografías o locaciones reales con personas.

5.5.4 PERIÓDICOS

Durante la ejecución del contrato, y por cada campaña a pautar en periódicos, la agencia de publicidad deberá elaborar los artes que se publicarán, los cuales podrán ser hasta 3 diseños por cada campaña, y deberán ser aprobados por el administrador del contrato y el o la Gerente de Mercadeo y Comunicación de acuerdo al brief facilitado.

Durante la vigencia del contrato se podrán requerir hasta 50 diseños.

5.5.5 REVISTAS

Durante la ejecución del contrato, y por cada campaña a pautar en revistas, la agencia de publicidad deberá elaborar los artes que se publicarán, los cuales podrán ser hasta 3 diseños por cada campaña, y deberán ser aprobados por el administrador del contrato y el o la Gerente de Mercadeo y Comunicación de acuerdo al brief facilitado.

Durante la vigencia del contrato se podrán requerir hasta 20 diseños.

5.5.6 VALLAS

Se deberán elaborar los artes, los cuales podrán ser de hasta 5 diseños para pautar en vallas según la ubicación en vías públicas a nivel nacional que sugiera la agencia de publicidad. Tanto los artes, como las adaptaciones y la ubicación de cada una, deberán ser aprobadas por el administrador del contrato y el o la Gerente de Mercadeo y Comunicación, para su posterior instalación.

La agencia de publicidad será la encargada de imprimir, instalar y tramitar los permisos necesarios y asumir los costos para la respectiva difusión.

Durante la vigencia del contrato se podrán requerir hasta 5 diseños de vallas.

5.5.7 PAUTA EN BUSES

Durante la ejecución del contrato, y por cada campaña a pautar en buses, según la línea o cooperativa de transporte que sugiera la agencia de publicidad, ésta deberá elaborar los

artes que se publicarán, los cuales podrán ser de hasta 2 diseños por campaña. Tanto los artes como las adaptaciones y la ubicación de cada uno, deberán ser aprobadas por el administrador del contrato y el o la Gerente de Mercadeo y Comunicación, para su posterior instalación.

Cabe indicar que los buses deben ser líneas de transporte o cooperativas que operen a nivel urbano, cantonal o interprovincial.

La agencia de publicidad será la encargada de imprimir, instalar y tramitar los permisos necesarios y asumir los costos para la respectiva difusión.

Durante la vigencia del contrato se podrán requerir hasta 8 diseños.

5.5.8 VIDEOS PARA REDES SOCIALES

Durante la ejecución del contrato, la agencia de publicidad, deberá producir videos que incluye: realización, sobreimposiciones, animaciones que contienen construcción, armado, texturizado, render y sonorización. Cada video podrá requerir edición de tiempo y/o formato para cada una de las redes sociales para su posterior pauta. La propuesta audiovisual de redes debe servir para migrar y usar en medios televisivos en caso que sea necesario. La duración del video podrá ser desde 30" hasta 120".

Durante la vigencia del contrato se podrán requerir hasta 10 videos para redes sociales.

5.5.9 REDES SOCIALES, MEDIOS DIGITALES Y/O WEBSITES DE ALTO TRÁFICO

Durante la ejecución del contrato, la agencia de publicidad deberá producir para redes sociales, uno o varios de los siguientes tipos de piezas:

- Imagen corporativa como headers, avatars, entre otros, que durante la vigencia del contrato podrán ser hasta de 10 unidades.
- Gifs que durante la vigencia del contrato podrán ser hasta 50 unidades.
- Infografías en 2D que durante la vigencia del contrato podrán ser hasta 10 unidades.
- Diseños para medios digitales o webs de alto tránsito conforme a las medidas de cada medio, que durante la vigencia del contrato podrán ser hasta 25 unidades.
- Gráfica de contenidos (Diseños de posts digitales) que durante la vigencia del contrato podrán ser hasta 70 unidades.

5.6 PLAN DE MEDIOS

Durante la ejecución del contrato, y según el tipo de campaña publicitaria, la agencia de publicidad deberá presentar una propuesta para llegar al grupo objetivo, mediante un Plan de medios, que según el tipo de plan (radial, televisivo, impresos, vallas, buses o digital), deberá considerar como mínimo lo siguiente::

- a. Detalle de horarios y programas donde se pautarán spots de televisión de las campañas con sus debidos valores.
- b. Detalle de horarios y programas donde se pautarán las cuñas radiales de las campañas



CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL

- con sus debidos valores.
- c. Detalle de periódicos de acuerdo al grupo objetivo con su debido tiraje, cobertura y valores.
 - d. Detalle de revistas de acuerdo al grupo objetivo con su debido tiraje, cobertura y valores.
 - e. Detalle de ubicación y valores de vallas a nivel nacional.
 - f. Detalle de redes sociales, webs de alto tráfico y/o medios digitales en los que se pautarán las campañas, con sus debidos valores.
 - g. Detalle de publicidad en buses de líneas de transporte o cooperativas que operen a nivel urbano, cantonal o interprovincial, con sus debidos valores.

La propuesta de medios con su debida pauta, por cada campaña, deberá ser aprobada por el administrador de contrato y por el o la Gerente de Mercadeo y Comunicación.

De llegar a realizarse un cambio en el Plan de Medios, este deberá ser informado y aprobado previamente por el Administrador de Contrato y el Gerente de Mercadeo y Comunicación.

De la misma manera deberá tomarse en cuenta que por necesidades institucionales, debidamente justificadas o imprevistos en la difusión de los pautajes, la agencia de publicidad deberá ajustarse a las respectivas variaciones en spots publicitarios, cuñas radiales, publicaciones en periódicos y revistas, vallas y redes sociales, cuando el caso lo amerite.

5.7 ADMINISTRACIÓN, SOPORTE Y MANEJO DE CRISIS PARA REDES SOCIALES

Dado que la Corporación Financiera Nacional B.P. posee cuentas en las siguientes redes sociales: Twitter, Facebook, Instagram, Youtube y LinkedIn, se entenderá que cuando se mencione redes sociales se referirá a todas las detalladas anteriormente. La administración y soporte para redes sociales se realizará en conjunto con la Gerencia de División de Mercadeo y Comunicación.

La agencia de publicidad, durante la ejecución del contrato, deberá estar pendiente de las redes sociales las 24 horas del día, los 7 días de la semana y deberá presentar un informe mensual con análisis y resultados del alcance e interacciones de cada una de las redes sociales.

Así mismo deberá brindar el debido soporte o asesoría ante cualquier crisis comunicacional en redes sociales que se pueda presentar, tales como: búsquedas permanentes en perfiles, HT, TT, entre otros, que se solicite en cualquiera de las redes sociales mencionadas anteriormente. También deberá proporcionar la información que se genere en redes sociales de los seguidores que puedan ser considerados como potenciales clientes de CFN B.P.

6. INFORMACIÓN QUE DISPONE LA ENTIDAD

La CFN B.P. proporcionará la información necesaria para el desarrollo de las campañas 97

como briefs informativos y manual de marca, con el fin de que la agencia de publicidad cuente con los elementos necesarios para realizar los productos esperados.

El manual de marca se entregará hasta 3 días posterior a la suscripción del contrato y los briefs se entregarán antes de la propuesta y ejecución de cada campaña.

7. PRODUCTOS O SERVICIOS ESPERADOS

La agencia de publicidad para la ejecución del contrato, esto es, para el desarrollo y difusión de las campañas publicitarias necesarias para continuar con el posicionamiento de productos, servicios e imagen institucional de la Corporación Financiera Nacional B.P., deberá considerar entre sus productos o servicios lo siguiente:

7.1 CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

Respecto a las campañas publicitarias, la agencia de publicidad, en virtud de la metodología empleada, en los diferentes tipos de campañas publicitarias, deberá entregar lo siguiente:

• 7.1.1 Concepto Creativo de Campañas Publicitarias

- Concepto creativo de campaña
- Tipo de comunicación
- Eje de campaña

La agencia de publicidad, durante la ejecución del contrato, deberá entregar respaldos de todos los trabajos realizados mediante informes impresos, debidamente aprobados por el administrador del contrato y el o la Gerente de Mercadeo y Comunicación.

• 7.1.2 Producción de piezas audiovisuales de campañas Publicitarias

La agencia de publicidad, según el tipo de campaña publicitaria, deberá entregar uno o varios de los siguientes ítems:

- Producción de spots publicitarios – Posterior a la producción y difusión, el material final de los spots publicitarios deberá ser entregado en CD o disco externo.
- Producción de cuñas de radio– Posterior a la producción y difusión, el material final de las cuñas de radio deberá ser entregado en CD o disco externo.
- Producción de gráficas, modelados o fotográficas– Posterior a la producción y difusión, el material en bruto y editado de las producciones deberá ser entregado en CD o disco externo.
- Producción de artes para pautar en periódicos – Posterior a la producción y difusión, los artes deberán ser entregados en formato editable y JPG en CD o disco externo.
- Producción de artes para pautar en revistas – Posterior a la producción y difusión, los artes deberán ser entregados en formato editable y JPG en CD o disco externo.
- Producción de artes para pautar en vallas– Posterior a la producción y difusión, los artes deberán ser entregados en formato editable y JPG en CD o disco externo.

- Producción de artes para pautar en buses – Posterior a la producción y difusión, los artes deberán ser entregados en formato editable y JPG en CD o disco externo.
- Producción de videos para redes sociales – Posterior a la producción y difusión, el material en bruto y final de los videos deberá ser entregado en CD o disco externo.
- Producción de piezas para redes sociales, medios digitales y/o websites de alto tráfico:
 - Imagen corporativa para redes sociales como headers, avatars, entre otros
 - Gifs
 - Infografías animadas y estáticas
 - Diseños para medios digitales o webs de alto tránsito conforme a las medidas de cada medio
 - Gráfica de contenidos (Diseños de posteos digitales)

Posterior a la producción y difusión, el material en bruto y final de las piezas deberá ser entregado en CD o disco externo.

● 7.1.3 Plan de medios

La agencia de publicidad deberá entregar un plan de medios de las pautas realizadas, con certificados de los diferentes medios para constancia de la ejecución de la misma. En el caso de redes sociales, webs de alto tráfico y/o medios digitales con capturas de pantalla de que se realizó el pautaje. Para revistas y periódicos se deberá adjuntar una muestra física. En el caso de vallas y buses se deberán adjuntar fotos para la constancia.

7.2. ADMINISTRACIÓN, SOPORTE Y MANEJO DE CRISIS PARA REDES SOCIALES

La agencia de publicidad deberá entregar informes mensuales con análisis y resultados del alcance e interacciones de cada una de las redes sociales, en caso de que se presente, se debe incluir el detalle de crisis comunicacionales, también se debe incluir información que se genere en redes sociales de los seguidores que puedan ser considerados como potenciales clientes de CFN B.P.

7.3 ENTREGABLES

En el cuadro que se detalla a continuación, constan las cantidades que deberá cumplir la agencia de publicidad durante la vigencia del contrato, las mismas que podrán ser modificadas en función de las necesidades institucionales y previo acuerdo de las partes.

Cabe indicar que se los cambios realizados en estas unidades, no deben afectar el valor total del contrato.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
CONCEPTO CREATIVO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS	
CONCEPTO CREATIVO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS DE PRODUCTOS O SERVICIOS O CAMPAÑAS INSTITUCIONALES EN MEDIOS TRADICIONALES	Hasta 4
CONCEPTO CREATIVO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS DE PRODUCTOS O SERVICIOS O CAMPAÑAS INSTITUCIONALES EN REDES SOCIALES	Hasta 17
PRODUCCIÓN DE PIEZAS AUDIOVISUALES DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS	
PRODUCCION DE SPOTS PUBLICITARIOS	Hasta 4
PRODUCCION DE CUÑAS DE RADIO	Hasta 10
PRODUCCIONES PEQUEÑAS DE GRÁFICA 3D	Hasta 2
PRODUCCIONES MEDIANAS DE MODELADO	Hasta 2
PRODUCCIÓN FOTOGRAFICA GRANDE	Hasta 1
PRODUCCION DE ARTES PARA PAUTAR EN PERIODICOS	Hasta 50
PRODUCCION DE ARTES PARA PAUTAR EN REVISTAS	Hasta 20
PRODUCCION DE ARTES PARA PAUTAR EN VALLAS A NIVEL NACIONAL	Hasta 5
PRODUCCION DE ARTES PARA PAUTAR EN BUSES	Hasta 8
PRODUCCION DE VIDEOS PARA REDES SOCIALES	Hasta 10
IMAGEN CORPORATIVA	Hasta 10
GIF	Hasta 50
INFOGRAFIAS 2D	Hasta 10
DISEÑOS PARA MEDIOS DIGITALES O WEBS	Hasta 25
DISEÑOS DE POSTEOS	Hasta 70
PLAN DE MEDIOS	
PAUTA EN TV CANALES	1
PAUTA EN RADIO	1
PAUTA EN PERIODICOS	1
PAUTA EN REVISTAS	1
PAUTA EN BUSES	1
PAUTA EN VALLAS	1
PAUTA EN MEDIOS DIGITALES, REDES SOCIALES Y/O WEBSITES	1
DIGITAL - RRSS	
ADMINISTRACION, SOPORTE Y MANEJO DE CRISIS PARA REDES SOCIALES	12 (meses)



II. PLAZO TOTAL DE LA CONTRATACIÓN

El plazo para la ejecución del contrato será de 365 días, contados a partir de la suscripción del contrato.

III. PERSONAL TÉCNICO

La agencia de publicidad, para la debida ejecución del contrato, deberá contar mínimo con el siguiente personal especializado:

- 1 Director Creativo
- 1 Director de Arte
- 1 Redactor Creativo
- 1 Ejecutivo de cuenta
- 1 Diseñador Gráfico
- 1 Planificador de medios
- 1 Director Digital

IV. FORMA DE PAGO

La forma de pago se realizará de la siguiente manera:

Se entregará un anticipo del cincuenta por ciento (50%) del valor del contrato.

El saldo del contrato, esto es el cincuenta por ciento (50%) que no corresponde al anticipo, se pagará de forma mensual, contra presentación de factura, e informe de ejecución de acuerdo a los productos o servicios recibidos en razón del respectivo cronograma de trabajo.

Los informes por productos o servicios recibidos deberán contener el respectivo detalle y serán entregados por la agencia de publicidad al administrador de contrato y deberán también ser aprobados por la Gerencia de Mercadeo y Comunicación.

Al último pago que se realice por efecto del contrato, se deberá adjuntar además el acta de entrega recepción definitiva, debidamente suscrita de conformidad con lo establecido en el artículo 124 del RGLOSNCP.

El monto del anticipo entregado por la Entidad será devengado en su parte proporcional en cada pago mensual que se realice por concepto de productos o servicios recibidos, en la que se descontará además las multas de haberlas y cualquier otro cargo legalmente establecido.

El valor por concepto de anticipo deberá ser depositado en una cuenta que la contratista aperture en una institución financiera estatal, o privada de propiedad del Estado en más de un cincuenta por ciento. La contratista autorizará expresamente se levante el sigilo bancario de la cuenta en la que será depositado el anticipo. El administrador del contrato

designado por la contratante en caso que lo requiera podrá solicitar los estados de cuenta mensuales para verificar que los movimientos de la cuenta correspondan estrictamente al proceso de ejecución contractual.

El anticipo que la contratante haya otorgado al contratista para la ejecución del contrato, no podrá ser destinado a fines ajenos a esta contratación.

La amortización del anticipo entregado en el caso de la prestación de servicios se realizará conforme lo establecido en el artículo 139 del Reglamento General de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública.

Todos los pagos que se hagan al contratista por cuenta de este contrato, se efectuarán con sujeción al precio convenido, a satisfacción de la contratante, previa la aprobación del administrador del contrato.

11. OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA

En general, la agencia de publicidad tendrá entre otras las siguientes obligaciones:

1. Dar cumplimiento cabal a lo establecido en el presente documento y a los términos y condiciones del contrato.
2. Cumplir con la ejecución y entrega oportuna y de acuerdo a un cronograma pre-establecido, a conformidad todos los productos entregables que forman parte de este documento.
3. Asignar a la CFN B.P. un ejecutivo de cuentas para la ejecución y coordinación total de los requerimientos desde el primer día y que estará disponible las 24 horas del día los 7 días de la semana, una vez suscrito el contrato.
4. Entregar reportes con todos los detalles, justificativos y resultados de las acciones desarrolladas por cada uno de los servicios contratados.
5. Entregar las piezas producidas, las que serán de propiedad exclusiva de la CFN B.P.
6. Establecer que los personajes utilizados en producciones visuales para las campañas objeto del presente proceso de contratación no podrán participar como imagen en otras campañas en la misma categoría (bancos, tarjetas de crédito, etc.), para lo cual la contratista firmará un acuerdo de confidencialidad una vez suscrito el contrato.

12. ACUERDOS

La agencia de publicidad, una vez suscrito el contrato, firmará un compromiso de confidencialidad por el manejo del contenido que operará, conforme al ANEXO 1

Los productos que se elaboren o se deriven de la contratación son de exclusiva propiedad de la CFN B.P. incluidos todos sus soportes, mismo que no podrán ser divulgados ni reproducidos sin autorización expresa de la contratante, conforme al ANEXO 2



13. GARANTÍAS

La agencia de publicidad deberá entregar una garantía de buen uso del anticipo y de fiel cumplimiento, que deberá mantenerse vigentes hasta finalizado el plazo del contrato.

14. MULTAS

Por cada día de retraso en la ejecución de las obligaciones contractuales por parte de la agencia de publicidad, se aplicará la respectiva multa que en ningún caso podrá ser menor al 1 por 1.000 del valor del porcentaje de las obligaciones que se encuentren pendientes de ejecutarse, conforme a lo establecido en el contrato.

15. REQUERIDOS MÍNIMOS

La agencia de publicidad deberá contar mínimo con el siguiente personal especializado para el desarrollo de los servicios a contratarse:

- 1 Director Creativo
- 1 Director de Arte
- 1 Redactor Creativo
- 1 Ejecutivo de cuenta
- 1 Diseñador Gráfico
- 1 Planificador de medios
- 1 Director Digital

16. EXPERIENCIA DEL PERSONAL TÉCNICO

1. Director Creativo.- El profesional que la agencia oferte como personal técnico para la función de DIRECTOR CREATIVO, deberá tener título de tercer nivel en las siguientes carreras: Marketing, Comunicación, Diseño Gráfico, Producción Audiovisual, Publicidad o Comunicación Social,

Dicho profesional, deberá acreditar experiencia mínima de 2 años en el manejo de campañas publicitarias como Director Creativo, ejecutadas en los últimos 5 años, para ello deberá presentar al menos un (1) certificado de experiencia.

Así mismo, se deberá adjuntar copia simple del título de tercer nivel o captura de pantalla de consulta realizada en la página web del Senescyt. En caso de que los títulos sean obtenidos en el extranjero deberán estar reconocidos en el país conforme a la normativa aplicable vigente.

2. Director de Arte.- El profesional que la agencia oferte como personal técnico para la función DIRECTOR DE ARTE, deberá tener título de tercer nivel en las siguientes carreras: Diseño Gráfico, Diseño Multimedia, Diseño Corporativo o Comunicación Social.

Dicho profesional, deberá acreditar experiencia mínima de 2 años en el manejo de campañas publicitarias como Director de Arte, ejecutadas en los últimos 5 años, para ello deberá presentar al menos un (1) certificado de experiencia.

Así mismo, se deberá adjuntar copia simple del título de tercer nivel o captura de pantalla de consulta realizada en la página web del Senescyt. En caso de que los títulos sean obtenidos en el extranjero deberán estar reconocidos en el país conforme a la normativa aplicable vigente.

3. Redactor Creativo.- El profesional que la agencia oferte como personal técnico para la función de REDACTOR CREATIVO, deberá tener título de tercer nivel en las siguientes carreras: Marketing, Publicidad, Comunicación, Comunicación Social, Relaciones Públicas o carreras afines.

Dicho profesional, deberá acreditar experiencia mínima de 2 año en el manejo de campañas publicitarias como Redactor Creativo, ejecutadas en los últimos 5 años, para ello deberá presentar al menos un (1) certificado de experiencia.

Así mismo, se deberá adjuntar copia simple del título de tercer nivel o captura de pantalla de consulta realizada en la página web del Senescyt. En caso de que los títulos sean obtenidos en el extranjero deberán estar reconocidos en el país conforme a la normativa aplicable vigente.

4. Ejecutivo de cuenta.- El profesional que la agencia oferte como personal técnico para la función de EJECUTIVO DE CUENTA, deberá tener título de tercer nivel en las áreas de Publicidad, Comunicación, Comunicación Social, Relaciones Públicas, Marketing o, carreras afines.

Dicho profesional, deberá acreditar experiencia mínima de 1 año en el manejo de cuentas, negociaciones, interacción agencia/cliente, experiencia ejecutada en los últimos 5 años, para ello deberá presentar al menos un (1) certificado de experiencia.

Así mismo, se deberá adjuntar copia simple del título de tercer nivel o captura de pantalla de consulta realizada en la página web del Senescyt. En caso de que los títulos sean obtenidos en el extranjero deberán estar reconocidos en el país conforme a la normativa aplicable vigente.

5. Diseñador Gráfico.- El profesional que la agencia oferte como personal técnico para la función de DISEÑADOR GRÁFICO, deberá tener título de tercer nivel o nivel técnico en Publicidad, Diseño Gráfico o multimedia, Artes Visuales, Comunicación Social.

Dicho profesional, deberá acreditar experiencia mínima de 2 años en el desarrollo gráfico de campañas, piezas gráficas o ilustraciones, en campañas publicitarias ejecutadas dentro de los últimos 5 años, para ello deberá presentar al menos un (1) certificado de experiencia.



Así mismo, se deberá adjuntar copia simple del título de tercer nivel o captura de pantalla de consulta realizada en la página web del Senescyt. En caso de que los títulos sean obtenidos en el extranjero deberán estar reconocidos en el país conforme a la normativa aplicable vigente.

6. Planificador de medios.- El profesional que la agencia oferte como personal técnico para la función de PLANIFICADOR DE MEDIOS, deberá tener título de tercer nivel o nivel técnico en Publicidad, Marketing, Comunicación, Comunicación Social, Administración de empresas o carreras afines.

Dicho profesional, deberá acreditar experiencia mínima de 2 años en el manejo de campañas publicitarias como Planificador de medios, experiencia ejecutada en los últimos 5 años, para ello deberá presentar al menos un (1) certificado de experiencia.

Así mismo, se deberá adjuntar copia simple del título de tercer nivel o captura de pantalla de consulta realizada en la página web del Senescyt. En caso de que los títulos sean obtenidos en el extranjero deberán estar reconocidos en el país conforme a la normativa aplicable vigente.

7.- Director Digital.- El profesional que la agencia oferte como personal técnico para la función de DIRECTOR DIGITAL deberá tener título de tercer nivel en Comunicación Social, Relaciones Públicas, Comunicación Corporativa, o afines.

Dicho profesional, deberá acreditar experiencia mínima de 2 años como en el manejo de campañas publicitarias como Director Digital, experiencia ejecutada en los últimos 5 años, para ello deberá presentar al menos un (1) certificado de experiencia.

Así mismo, se deberá adjuntar copia simple del título de tercer nivel o captura de pantalla de consulta realizada en la página web del Senescyt. En caso de que los títulos sean obtenidos en el extranjero deberán estar reconocidos en el país conforme a la normativa aplicable vigente.

Los certificados de experiencia del personal técnico deberán como mínimo contener la información que se indica a continuación y se aceptarán en tanto y cuanto sean emitidos por el representante legal, presidente, gerente, apoderado, gerente de recursos humanos o gerente administrativo de la empresa que acredita la experiencia de dicho personal (en el caso de personas jurídicas), la firma deberá ser legible, así como la fecha expedición del certificado, lo mismo aplica para el caso de los certificados de experiencia que sean emitidos por una persona natural.

- Tiempo de experiencia del personal (Inicio-Fin)
- Nombre de la campaña o proyecto en que participó
- Nombre de la contratante (Persona Natural o Jurídica) a la que se brindó los servicios comunicacionales.
- Cargo que desempeñó el personal técnico

Las agencias de publicidad deberán acreditar experiencia en proyectos de similares características al del presente proceso de contratación, ejecutados-finalizados **en los últimos 5 años**, y se validará con la presentación de **3 certificados** que sumados alcancen **el 75% del valor del presupuesto referencial**.

Entiéndase como proyectos de similares características al del presente proceso de contratación, los relacionados con la ejecución de campañas publicitarias, en las que se hayan incluido como mínimo, las siguientes actividades:

- Concepto creativo de campaña
- Estrategia de comunicación
- Planes de medios
- Producción de spot publicitario y/o cuña de radio
- Administración de redes sociales

Para el caso de los proyectos/contratos relacionados con el sector público (Entidades Públicas), la experiencia será acreditada únicamente con la presentación de copia de Actas de Entrega Recepción Definitiva y sus respectivos contratos.

Para el caso de los proyectos/contratos relacionados con el sector privado, la experiencia será acreditada con la presentación del respectivo certificado de cumplimiento de contrato o de realización de campañas que debe contener como mínimo lo siguiente: nombre del cliente, dirección, descripción del proyecto realizado (actividades), plazo (inicio – fin) y monto; y se aceptarán en tanto y cuanto sean emitidos por el representante legal, presidente, gerente, apoderado, gerente de recursos humanos o gerente administrativo de la empresa que acredita la experiencia de dicho personal (en el caso de personas jurídicas), la firma deberá ser legible, así como la fecha expedición del certificado, lo mismo aplica para el caso de los certificados de experiencia que sean emitidos por una persona natural.

13. INDICES FINANCIEROS

Índice de Solvencia.- (mayor o igual a 1,0)

Índice de Endeudamiento.- (menor a 1,5)

Los factores para su cálculo estarán respaldados en la correspondiente declaración de impuesto a la renta del último ejercicio fiscal.

14. PATRIMONIO

De conformidad con lo establecido en el numeral 3 del artículo 65 de la Codificación de las Resoluciones emitidas por el Servicio Nacional de Contratación Pública, el cual indica: "*Patrimonio personas jurídicas.- En el caso de personas jurídicas, la entidad contratante verificará que el patrimonio sea igual o superior a la relación con el presupuesto referencial del procedimiento de contratación, de conformidad con el contenido de la siguiente tabla y en función del tipo de contratación que vaya a*

realizarse".

En función de lo estipulado en el instrumento legal, el oferente deberá presentar un patrimonio de **USDS164,994.71**, el cual se validará con la presentación de la copia del formulario de declaración de impuesto a la renta del ejercicio fiscal inmediato anterior que fue entregada al Servicio de Rentas Internas (SRI).

20. OTROS PARÁMETROS

El oferente deberá presentar junto con su oferta, debidamente suscritos los siguientes documentos:

- Acuerdo de confidencialidad por el manejo del contenido que operará;
- Acuerdo de derechos de propiedad intelectual del conocimiento, productos, datos e información; y,
- Compromiso de participación del personal técnico

21. PARÁMETROS DE CALIFICACION

PARÁMETRO	PUNTUACION
Experiencia específica del oferente	30 Puntos
Experiencia mínima del personal técnico	35 Puntos
Oferta Económica	35 Puntos
TOTAL	100 Puntos

Experiencia específica mínima del oferente (30 puntos)

- Se otorgarán **30 puntos** a las agencias de publicidad que acrediten experiencia en la realización de campañas de publicitarias a nivel nacional, de similares características al presente proceso de contratación, **dentro de los últimos 5 años**, y se validará con la presentación de 3 certificados cuyos montos sumados representen **más del 85%** del presupuesto referencial del proyecto objeto de la convocatoria.
- Se otorgará **25 puntos**, a las agencias de publicidad que acrediten experiencia en la realización de campañas de publicitarias a nivel nacional, de similares características del presente proceso de contratación, **dentro de los últimos 5 años**, y se validará con la presentación de 3 certificados cuyos montos sumados representen entre el **80 y 85%** del presupuesto referencial del proyecto objeto de la convocatoria.
- Se otorgará **20 puntos**, a las agencias de publicidad que acrediten experiencia en la realización de campañas de publicitarias a nivel nacional, de similares características del presente proceso de contratación, **dentro de los últimos 5 años**, y se validará con la presentación de 3 certificados cuyos montos sumados sean

superiores al 75% e inferiores al 80% presupuesto referencial del proyecto objeto de la convocatoria.

Experiencia mínima del personal técnico (35 puntos)

Director Creativo

- Se otorgarán **5 puntos** al oferente que presente en su propuesta a 1 (un) Director Creativo que cuente con experiencia de más de 3 años como Director Creativo en el manejo de campañas publicitarias ejecutadas en los últimos 5 años, y se validará con la presentación de al menos 1 certificado.
- Se otorgarán **3 puntos** al oferente que presente en su propuesta a 1 (un) Director Creativo que cuente con experiencia de más de 2 años hasta 3 años como Director Creativo en el manejo de campañas publicitarias ejecutadas en los últimos 5 años, y se validará con la presentación de al menos 1 certificado.

Director de Arte

- Se otorgarán **5 puntos** al oferente que presente en su propuesta a 1 (un) Director de Arte que cuente con experiencia de más de 3 años como Director de Arte en el manejo de campañas publicitarias ejecutadas en los últimos 5 años, y se validará con la presentación de al menos 1 certificado.
- Se otorgarán **3 puntos** al oferente que presente en su propuesta a 1 (un) Director de Arte que cuente con experiencia de más de 2 años hasta 3 años como Director de Arte en el manejo de campañas publicitarias ejecutadas en los últimos 5 años, y se validará con la presentación de al menos 1 certificado.

Redactor Creativo

- Se otorgarán **5 puntos** al oferente que presente en su propuesta a 1 (un) Redactor Creativo que cuente con experiencia de más de 3 años como Redactor Creativo en el manejo de campañas publicitarias ejecutadas en los últimos 5 años, y se validará con la presentación de al menos 1 certificado.
- Se otorgarán **3 puntos** al oferente que presente en su propuesta a 1 (un) Redactor Creativo que cuente con experiencia de más de 2 años hasta 3 años como Redactor Creativo en el manejo de campañas publicitarias ejecutadas en los últimos 5 años, y se validará con la presentación de al menos 1 certificado.

Ejecutivo de Cuentas

- Se otorgarán **5 puntos** al oferente que presente en su propuesta a 1 (un) Ejecutivo de cuentas que cuente con experiencia de más de 2 años en el manejo de cuentas, negociaciones, interacción agencia/cliente, dentro de los últimos 5 años, y se validará con la presentación de al menos 1 certificado.

- Se otorgarán **3 puntos** al oferente que presente en su propuesta a 1 (un) Ejecutivo de cuentas que cuente con experiencia de más de 1 año hasta 2 años en el manejo de cuentas, negociaciones, interacción agencia/cliente, dentro de los últimos 5 años, y se validará con la presentación de al menos 1 certificado.

Diseñador Gráfico

- Se otorgarán **5 puntos** al oferente que presente en su propuesta a 1 (un) Diseñador Gráfico que cuente con experiencia de más de 3 años en el desarrollo gráfico de campañas, piezas gráficas o ilustraciones, en campañas publicitarias ejecutadas en los últimos 5 años, y se validará con la presentación de al menos 1 certificado.
- Se otorgarán **5 puntos** al oferente que presente en su propuesta a 1 (un) Diseñador Gráfico que cuente con experiencia de más de 2 años hasta 3 años en el desarrollo gráfico de campañas, piezas gráficas o ilustraciones, en campañas publicitarias ejecutadas en los últimos 5 años, y se validará con la presentación de al menos 1 certificado.

Planificador de Medios


- Se otorgarán **5 puntos** al oferente que presente en su propuesta 1 Planificador de Medios que cuente con experiencia de más de 3 años en el manejo de campañas publicitarias como Planificador de Medios, ejecutadas en los últimos 5 años, y se validará con la presentación de al menos 1 certificado.
- Se otorgarán **3 puntos** al oferente que presente en su propuesta 1 Planificador de Medios que cuente con experiencia de más de 2 años hasta 3 años en el manejo de campañas publicitarias como Planificador de Medios, ejecutadas en los últimos 5 años, y se validará con la presentación de al menos 1 certificado.

Director Digital

- Se otorgarán **5 puntos** al oferente que presente en su propuesta 1 Director Digital que cuente con experiencia de más de 3 años en el manejo de campañas publicitarias como Director Digital, ejecutadas en los últimos 5 años, y se validará con la presentación de al menos 1 certificado.

Se otorgarán **3 puntos** al oferente que presente en su propuesta 1 Director Digital que cuente con experiencia de más de 2 años hasta 3 años en el manejo de campañas publicitarias como Director Digital, ejecutadas en los últimos 5 años, y se validará con la presentación de al menos 1 certificado.

Oferta económica

La Oferta Económica se evaluará aplicando un criterio inversamente proporcional; a menor precio, mayor puntaje. La oferta económica deberá ser inferior al presupuesto referencial de la contratación: 

Para la evaluación se aplicará la siguiente fórmula:

$$\text{Puntaje} = \frac{\text{Precio Menor Ofertado} \quad \times \quad \text{30 puntos}}{\text{(de entre todos los oferentes)} \quad \text{(calificación máxima de la oferta económica)}} \div \text{Precio del Oferente}$$

En caso de que existan errores aritméticos en la oferta económica, el Comité Especial de Contratación procederá a su corrección conforme lo previsto el Reglamento Interno de Contratación de la CFN B.P.

La evaluación de la oferta económica se efectuará aplicando el “precio corregido” en caso de que hubiera sido necesario establecerlo.



JENNIFER FERNÁNDEZ S.
GERENTE DE MERCADEO Y COMUNICACIÓN

