

TERMINO DE CONVOCATORIA – TDC N°: 004-2025-46
CONSULTORÍA PARA EL DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE INFORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN.

PROGRAMA DE MEJORA DE LA PREVENCIÓN Y LA ATENCIÓN A LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES EN PARAGUAY - Proyecto
“Fortalecimiento de las políticas públicas en torno a la prevención y atención de la violencia contra las mujeres en Paraguay”.

INFORMACIÓN GENERAL

1. FECHA DEL LLAMADO: Lunes, 21 de Julio del 2025	
2. PROGRAMA Y FUENTE DE COOPERACIÓN Y FINANCIACIÓN: <i>PROGRAMA MEJORA DE LA PREVENCIÓN Y LA ATENCIÓN A LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES EN PARAGUAY, desarrollado con el apoyo de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) y supervisado por el Instituto Desarrollo (ID).</i>	
3. DIRIGIDO A: PERSONAS JURÍDICAS, con CAPACIDADES legal, económica y técnica comprobadas en el área de trabajo solicitado en este llamado.	
4. FECHA Y HORA LÍMITE PARA CONSULTAS: 28 de Julio del 2025, hasta las 17:00 hs., al correo electrónico llamados@desarrollo.edu.py	
5. FECHA Y HORA LOCAL LÍMITE DE PRESENTACIÓN DE LAS PROPUESTAS TÉCNICAS Y ECONÓMICAS LUNES, 11 DE AGOSTO DEL 2025, HASTA LAS 16 HS.	
6. PRESUPUESTO MÁXIMO ASIGNADO A LA CONSULTORÍA Gs. 2.300.000.000 (Guaraníes dos mil trescientos millones), IVA Incluido.	
7. REMISIÓN DE LAS PROPUESTAS TÉCNICA Y ECONÓMICA: En formato IMPRESO y DIGITAL Haciendo referencia al número de convocatoria (TDC 004-2025-46-Campaña de Comunicación y Visibilidad) para identificación del llamado.	
7.1 EN FORMATO IMPRESO: 1 Original remitir a la Oficina del Instituto Desarrollo Dirección: Guido Spano 2575 casi Emeterio Miranda. Asunción - Paraguay	6.2 EN FORMATO DIGITAL Remitir a la Dirección de Correo electrónico: llamados@desarrollo.edu.py

El Instituto Desarrollo solicita propuestas técnica y económica de los ítems que se detallan en los Términos de Referencia, en la Sección A y que cumplan con los requisitos detallados en los Términos de la Convocatoria (TDC) expuestos a continuación.

ID prevé seleccionar una empresa que: 1) se adecue al perfil solicitado en los TDC; 2) obtenga el mejor puntaje en la evaluación resultante; 3) tenga las capacidades legales y técnicas comprobadas; y que 4) garantice la provisión de los servicios solicitados y/o el cumplimiento de las funciones requeridas, en el marco del PROGRAMA MEJORA DE LA PREVENCIÓN Y LA ATENCIÓN A LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES EN PARAGUAY, en adelante el Programa, gerenciado por ID, con el apoyo técnico y financiero de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo – AECID.

Contenido:

SECCIÓN A – TERMINOS DE REFERENCIA

1. Antecedentes del Programa.....	3
2. Descripción del Programa	4
3. Objetivos y Alcance de la Consultoría	4
4. Descripción de las actividades previstas en la campaña	6
5. Descripción de los servicios requeridos.....	8
6. Productos a entregar	10
7. Calificaciones y experiencia requeridas.....	12
8. Supervisión y coordinación.....	12
9. Lugar de trabajo	13
10. Evaluación y calificación.....	13

SECCIÓN B – PRESENTACIÓN, PREPARACIÓN y CONTENIDO DE LAS PROPUESTAS

.....	14
-------	----

SECCIÓN C- PERFILES, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACION.....17

ANEXO 1 FORMATOS VARIOS

SECCIÓN A

TERMINOS DE REFERENCIA

CONSULTORÍA PARA EL DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN Y VISIBILIDAD

“Mejora de la prevención y la atención a la violencia contra las mujeres en Paraguay”

1. ANTECEDENTES DEL PROGRAMA

La lucha contra las desigualdades y la igualdad de género están en el núcleo de los valores de la UE y sus Estados Miembros. Puesto que están consagrados en su marco jurídico y político, se proyectan en el diálogo con los países socios y en su acción exterior. Eso se refleja en el Consenso Europeo de Desarrollo, adoptado en 2017 por la UE y sus Estados Miembros (EMs) orientando la visión común y el marco de acción para la cooperación al desarrollo. Los derechos, la igualdad de género, el empoderamiento de las mujeres y niñas y su protección son considerados prioridades entre las áreas de acción. Dicho Consenso es parte también de la respuesta de la UE y de los EMs a la Agenda 2030 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas, cuyo ODS 5 se compromete a lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a las mujeres y niñas.

El Plan de acción en materia de género de la UE (GAP) III -, se aprobó en diciembre de 2020 (apoyado por 24 Estados Miembros en las Conclusiones de la Presidencia del Consejo de la UE). Para su efectiva implementación se han elaborado planes de acción en cada país. En Paraguay se diseñó el Plan de Acción de género del Equipo Europa (con los estados miembros activos en el país: Alemania, España, Francia e Italia) y se presentó y lanzó en noviembre de 2021. El plan incluye tres objetivos estratégicos: i) promover el dialogo y conocimiento, ii) reducción de violencia y discriminación y iii) apoyar la transición ecológica y digital.

Bajo estas premisas, surge el programa “Mejora de la prevención y la atención a la violencia contra las mujeres en Paraguay”, mediante la firma del convenio de financiación entre la UE y el Ministerio de Relaciones de Paraguay el 7 de marzo 2024. Este convenio de financiación estipula que la ejecución de la acción está dividida entre dos entidades de la cooperación española, la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) y la Fundación para la Internacionalización de las Administraciones Públicas antes FIAP.

La AECID en Paraguay, se distingue por su compromiso con la promoción de los derechos de las mujeres, que desde hace más de 15 años, ha apoyado las políticas públicas de género a nivel nacional y local, manteniendo una línea de trabajo de apoyo a organizaciones de sociedad civil y a instituciones públicas nacionales como la Fiscalía, Ministerio de la Mujer, Ministerio de Niñez y Adolescencia, Ministerio del Interior y la Policía Nacional, en materia de lucha y erradicación de la violencia de género, incluida la trata de mujeres con fines de explotación sexual. Por otro lado, la FIAP, también un actor relevante de la Cooperación Española, especializado en la cooperación entre administraciones públicas y al que le ha sido encargado, por la Comisión

Europea, conjuntamente con AECID, la gestión del Programa “Mejora de la prevención y la atención a la violencia contra las mujeres en Paraguay”.

2. DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

El programa contribuirá a los esfuerzos del país en el abordaje de la VcM, principalmente a apoyar la implementación de la Ley 5777/2016 de Protección Integral a las Mujeres Contra Toda Forma de Violencia. Tendrá un alcance nacional, y un enfoque territorial en los Departamentos de Alto Paraná, y Central, además de la ciudad de Asunción, debido a la mayor prevalencia de casos según datos disponibles.

La lógica de la intervención y los dos objetivos específicos de la acción se articulan en base a las premisas mencionadas, de la siguiente manera:

El Objetivo Específico 1 centrado en la Prevención, parte de una estrategia que busca mitigar los riesgos de la violencia contra mujeres, mediante acciones enfocadas en la transformación de los patrones socioculturales machistas que invalidan su abordaje adecuado. De igual manera busca informar sobre el marco conceptual de la violencia, la normativa vinculada a los mecanismos de protección y atención disponible, a los espacios de denuncia entre otros. En este sentido, el Programa principalmente promoverá alianzas estratégicas entre sectores públicos-privados, mediante la suscripción de acuerdos, que permitan un consenso institucional, político y social que muestre, sin fisuras, el compromiso para situar la VBG en el centro de la agenda pública.

El Objetivo Específico 2 se enfoca en garantizar y fortalecer los servicios de atención de calidad a las mujeres víctimas de violencia basada en género, con particular atención a aquellas de grupos vulnerables, haciendo hincapié en el respeto de sus derechos, evitando la revictimización y garantizando una respuesta adaptada culturalmente. Con este fin, se apoyará a los instrumentos de política pública de VBG, a través del seguimiento de la implementación de la ley 5777. También se contemplan el refuerzo de las herramientas y protocolos para la atención, apoyo a los servicios de asistencia psicológica, social y jurídica; y la capacitación del funcionariado público proveedor de servicios clave en la ruta de atención, entre otros.

3. OBJETIVOS Y ALCANCE DE LA CONSULTORIA.

El objetivo principal de esta Consultoría es conceptualizar, diseñar y ejecutar una campaña de comunicación y sensibilización continua y efectiva en torno a los tres ejes detallados a continuación, construyendo diversas estrategias adaptadas a cada uno de ellos. Específicamente se busca desarrollar una campaña que fomente la sensibilización y conciencia social sobre los derechos de las mujeres, la igualdad y la prevención de la violencia de género; así como fortalecer la visibilidad y posicionamiento institucional del Ministerio de la Mujer en la defensa y promoción de los derechos de las mujeres, creando contenidos que reflejen las políticas, iniciativas y logros, resaltando su papel como ente rector de las políticas públicas de igualdad y prevención de la violencia de género.

El alcance temporal de la campaña será de 3 años.

El ámbito geográfico en el que se implementarán las actividades de la campaña será a nivel nacional, con foco en los siguientes territorios:

- Distritos del Departamento Central y AMA: Asunción (bañado sur), Luque, Limpio, Capiatá, Ñemby, San Lorenzo, Areguá, Ypane.
- Distritos del Departamento de Alto Paraná: Ciudad del Este, Presidente Franco, Minga Guazú, Hernandarias, Itakyry, Santa Rita, Mallorquín y Ñacunday.

Los ejes de la campaña son los siguientes:

1. **Fortalecimiento de la rectoría del Ministerio de la Mujer:** El objetivo de este eje es consolidar a la institución no sólo como proveedora de servicios, sino también como el ente rector en la formulación, coordinación, implementación y monitoreo de políticas públicas y estrategias dirigidas a promover la igualdad de género y la eliminación de la VcM. La sistematización de la gestión del Ministerio de la Mujer de 1992 a 2023 y los principales hitos, apoyada por UNFPA es un excelente punto de partida para construir sobre los "avances en términos de rectoría". Esta sistematización permite visibilizar los principales éxitos del Ministerio, facilitando la identificación de prácticas efectivas y proporcionando una base sólida para desarrollar nuevas políticas y programas, apoyados en la experiencia y el conocimiento acumulado.

Los objetivos específicos de este eje de la campaña son:

- a) Generar una opinión pública favorable hacia la institucionalidad del Ministerio de la Mujer.
 - b) Acercar el Ministerio de la Mujer a las organizaciones de mujeres y explicar en qué consiste su rectoría (las competencias y limitaciones del Ministerio).
 - c) Difundir materiales audiovisuales de los servicios del Ministerio (como SEDAMUR, violentómetro, libro de hitos, entre otros) asegurando la calidad de las publicaciones y la claridad de los mensajes que se desean transmitir.
2. **Promover prácticas contra la violencia en la población masculina.** Este eje busca abordar de manera específica la participación activa de los hombres en la erradicación de la violencia basada en género, promoviendo actitudes y comportamientos respetuosos, responsables y libres de violencia. En Paraguay, marcas de cerveza como Brahma y Heineken, han lanzado incluso campañas contra la violencia para desafiar estereotipos que perpetúan comportamientos negativos.
El objetivo de este eje es debilitar las creencias, normas y prácticas culturales que legitiman la violencia contra las adolescentes y mujeres, y promover un rol activo de los hombres en frenar y obstaculizar la perpetuación de prácticas violentas. De esta forma, en esta línea, el público objetivo son adolescentes varones y hombres adultos de todos los estratos sociales. En este sentido, se pondrá un foco en el problema del incumplimiento de la asistencia alimentaria para niños, niñas y adolescentes, identificando esta situación como una manifestación de violencia económica que afecta mayormente a las mujeres. Este tipo de violencia no solo genera una carga económica desproporcionada sobre las madres, sino que perpetúa dinámicas de desigualdad de género, al mantenerlas en una posición vulnerable frente a las obligaciones de cuidado y manutención de sus hijos e hijas.
 3. **Difundir conocimiento sobre rutas disponibles para salir de situaciones de violencia.** Este eje de la campaña tiene como objetivo asegurar que las personas en situación de violencia,

conozcan de forma clara, sencilla y accesible las rutas, servicios y recursos disponibles para buscar ayuda, protección y acompañamiento. Se priorizará una comunicación que empodere a las personas, promoviendo el ejercicio informado de sus derechos y alentando el uso de los servicios de atención existentes. La Agencia deberá diseñar e impulsar una campaña de comunicación/sensibilización, orientada a generar una mayor conciencia ciudadana, tanto en población general como en actores públicos y privados, sobre las desigualdades, riesgos y situaciones de todas las formas violencia que enfrentan las mujeres. Se tratará de una Campaña multimedia, que combine medios tradicionales de comunicación (radio, prensa escrita, televisión) y medios digitales (rrss, plataformas web), y que cuente con el apoyo de la mayor cantidad de actores sociales posibles. Será deseable la difusión de los mensajes clave en espacios públicos. Asimismo, se requerirá la producción de materiales diversos, tales como documentales, entrevistas, artículos en medios de comunicación, piezas gráficas y audiovisuales, cápsulas para redes sociales y otros formatos que permitan amplificar el alcance de los mensajes.

Todas las acciones deberán:

- Dirigir la difusión de los mensajes y la ejecución de sus actividades tanto en los departamentos priorizados, como en el conjunto de acciones contempladas en la formulación del proyecto, asegurando su implementación coherente y alineada con los objetivos generales del programa.
- Estar alineadas con el Plan de Comunicación y Visibilidad del Programa.
- Cumplir con las normas de visibilidad de la Unión Europea (UE) y de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID).
- Considerar la articulación con otras iniciativas en curso y con procesos participativos impulsados por actores locales. Esto puede incluir la complementariedad con iniciativas de otros actores, así como la preparación de espacios de participación para actores clave del territorio en instancias de comunicación donde se difundan los mensajes de la campaña.

La agencia desarrollará sus tareas en coordinación con la Dirección General de Comunicación del Ministerio de la Mujer a nivel nacional y departamental en Alto Paraná, y trabajará en estrecha colaboración con el equipo técnico del Programa y el Ministerio de la Mujer, tanto a nivel nacional como departamental.

4. DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES PREVISTAS EN LA CAMPAÑA

Las actividades identificadas que se integran en el marco de la campaña son las siguientes:

a) **Producción de materiales audiovisuales y gráficos:** creando contenidos claros que aborden aspectos específicos de la violencia de género, adaptando los mensajes al contexto específico asegurando que la comunicación sea relevante y facilitando su comprensión. Además, los materiales audiovisuales estarán adaptados a los contextos locales, adaptando las piezas para mujeres indígenas, con una difusión específica en sus comunidades y utilizando los resultados obtenidos a través del programa Agenda 2030.

b) Realización de **contenidos con figuras públicas que promuevan la igualdad** y el respeto, utilizando su influencia para llegar a un mayor número de personas. Las figuras públicas, como

celebridades, deportistas y líderes de opinión, tienen un alto nivel de influencia, y pueden promover e inspirar a otros y otros modelos de comportamiento positivo.

c) **Desarrollo de presentaciones teatrales en instituciones educativas y espacios comunitarios** en todos los distritos seleccionados de ambos departamentos. Se utilizará el teatro como herramienta educativa, complementado con sesiones de reflexión grupal tras las funciones para fomentar el diálogo y la comprensión sobre los temas tratados. Se establecerán dos grupos de teatro, uno por departamento.

d) Creación de **concursos de videos y/o fotografías sobre las problemáticas en torno a la violencia de género**: alentando a los y las participantes a crear contenido que promueva la conciencia, el entendimiento y la prevención de la violencia de género. Las personas seleccionadas recibirán como premios: certificados de reconocimiento, publicación de los videos ganadores en sitios web, redes sociales y/o medios de comunicación, vales de compra para librerías y tiendas de tecnología, posibilidad de pasantías o prácticas en estudios de agencias de comunicación, invitaciones a festivales o eventos relacionados con derechos humanos y violencia de género, así como oportunidades para presentar su trabajo en conferencias o seminarios.

Los principales canales de difusión y comunicación de la campaña serán:

a) **Redes Sociales**: Campañas en Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, entre otros con infografías, videos testimoniales y publicaciones educativas.

b) **Medios de Comunicación Tradicionales**: Spots de radio y televisión, artículos en periódicos y revistas.

c) **Material Impreso**: Folletos, carteles y guías a distribuir en eventos, ferias, actividades del proyecto, oficinas de servicios públicos de la ruta de protección, centros comunitarios, educativos, etc.

d) **Transmisión de mensajes en eventos artísticos, musicales y deportivos**. Por ejemplo, eventos como el Festival Internacional de Jazz y Eurocine en Asunción, o el Festival Internacional del Lago (FESTILAGO) en Ciudad del Este, Festivales musicales como el Asunciónico, torneos de futbol, campeonatos deportivos, etc. De esta forma, se aprovechará el alcance y la visibilidad de estos eventos para educar a la audiencia sobre temas de equidad, justicia social y lucha contra la discriminación y violencia, contribuyendo a la formación de una opinión pública más informada y comprometida.

e) **Instalaciones urbanas**: Instalación de bancos y otros elementos urbanos con mensajes informativos.

f) **Publicidad en autobuses urbanos** (colectivos): incluyendo anuncios en el interior y en el exterior de los mismos.

g) **Instalación de vallas publicitarias y pantallas digitales**: ubicadas en plazas, centros comerciales y otros espacios públicos de alto tránsito.

En la tabla a continuación se establece el presupuesto aproximado por cada actividad, que servirá como referencia para la definición de las metas anuales de dichas actividades:

Actividades de la campaña	Presupuesto aproximado
Equipo teatral (producción obra y representación) campañas	118.827.835 PYG
Premios concurso de videos/fotos	29.702.594 PYG
Pautajes en redes sociales	29.694.474 PYG
Producción de materiales para medios masivos y digitales. PR y gestión de medios, plan digital (redes y otros)	99.002.910 PYG
Producción spots tv y radio	146.820.297 PYG
Emisión materiales publicidad: TV, diarios, radios	797.272.113 PYG
Material impreso (folletos, carteles, etc) campañas	98.996.603 PYG
Transmisión de mensajes en eventos artísticos, musicales y deportivos pantallas, pulseras, remeras, etc. (MERCHANDISING)	117.120.952 PYG
Instalaciones urbanas - (ACTIVACIONES)	99.004.723 PYG
Publicidad en autobuses campañas - (CULATAS DE COLECTIVO)	99.002.855 PYG
Vallas publicitarias campañas - (CARTELES VIA PUBLICA)	
Pantallas led campañas - Vía pública	298.135.039 PYG

5. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS REQUERIDOS

La agencia contratada deberá proporcionar los siguientes servicios, bajo la supervisión directa de la Dirección General de Comunicación del Ministerio de la Mujer en Asunción y en coordinación permanente con los equipos del programa (AECID, Asistencias Técnicas, personal del Centro Regional de Alto Paraná, equipo de comunicación del Programa, etc):

- Planificar y ejecutar de las actividades de la campaña mencionadas en el apartado 4, en coordinación con las direcciones responsables del MINMUJER, el Centro Regional de Alto Paraná y Dirección General de Centros Regionales del MinMujer.
- Diseñar estrategias de contenidos, medios y audiencias, orientadas a los tres ejes de la campaña y sobre la base de los lineamientos del Plan de Comunicación y Visibilidad del Programa.
- Proponer formatos y productos de comunicación, así como herramientas y canales adecuados a las necesidades de la campaña y de acuerdo con las directrices del Plan de Comunicación y Visibilidad.
- Coordinar la producción, edición, emisión y/o impresión de material audiovisual e informativo, así como la producción de material promocional no digital (merchandising).
- Elaborar guiones audiovisuales, presentaciones y gráficos para materiales institucionales y eventos (vídeos cortos de hasta 30 segundos, PPTs, banners, backdrop, fondos de zoom, logos animados).
- Generar alianzas y coordinar con medios de comunicación y otros proveedores (tv, radio, pantallas digitales, autobuses urbanos, festivales, etc) la difusión/emisión de los materiales y productos de comunicación generados en el marco de la campaña.
- Producción, impresión y difusión de materiales de comunicación y de visibilización del trabajo y de los servicios del Ministerio.
- Garantizar la realización y cobertura de las actividades de la campaña, asegurando su llegada a los territorios prioritarios del Programa.
- Coordinación permanente con el equipo de Comunicación y Visibilidad del Programa.

- Proporcionar cobertura y difusión de los eventos de la campaña y otros que sean necesarios. El servicio incluirá los equipos técnicos de grabación necesarios, incluyendo la asistencia de videógrafo/a, la edición de los videos resúmenes y la generación de los contenidos para la difusión y reporte de los eventos.
- Cobertura de fotos de alta calidad de cada actividad de la campaña y elaboración de un repositorio de imágenes y de otros materiales audiovisuales.
- Redactar artículos, informes, entrevistas, comunicados de prensa, así como informes mensuales de avance sobre las acciones de comunicación y visibilidad realizadas en el marco de la campaña.
- Apoyar en la administración de contenidos referidos al Programa en las plataformas digitales institucionales (sitios web, redes sociales u otros canales), en coordinación con el equipo de comunicación del MinMujer y del Programa.
- Gestionar la faceta comunicativa y de visibilidad en el marco de actividades, talleres, seminarios, eventos, visitas y reuniones de alto nivel.
- Coordinar acciones de trabajo entre el equipo del Programa, miembros de la gobernanza y aliados o ciudadanos claves.
- Apoyar la logística y operativa desde el área de comunicación en coordinación con el resto de las áreas de trabajo involucradas en cada evento/actividad.
- Velar por la correcta aplicación de los principios de comunicación y visibilidad y la identidad gráfica del Programa, de la Unión Europea y organizaciones ejecutoras en los distintos productos y materiales de comunicación.
- Definir las metas anuales de cada actividad (nº de spots tv/radio, nº de ploteados de autobús, nº de pantallas digitales, etc.) tanto a nivel nacional como departamental, en base al presupuesto aproximado establecido en el apartado 4 de la convocatoria, y en coordinación con el Ministerio y el equipo del Programa. Las actividades de la campaña deberán ser diseñadas y ejecutadas de manera equitativa entre el Departamento de Alto Paraná y Central/AMA.
- Seguimiento técnico y operativo del cronograma de actividades de la campaña, asegurando el cumplimiento de plazos, productos y metas definidas.
- Coordinación con actores clave del proyecto, incluyendo otras instituciones del Estado, organizaciones de la sociedad civil y cooperación internacional.
- Generación de informes periódicos de medición de resultados claros y precisos de las actividades de comunicación realizadas.
- Preparación de un archivo con las facturas oficiales de cada pago realizado por la Agencia a los diferentes proveedores (radio, tv, pantallas digitales, autobuses, festivales, impresiones, etc.).
- Establecer una propuesta de calendario de reuniones consultivas, de presentación de productos y/o de revisión de las estrategias o actividades para la correcta ejecución y seguimiento de la campaña.
- Consolidar y actualizar una base de datos de medios, periodistas, aliados estratégicos y actores clave para la difusión efectiva de la campaña.
- Otras tareas requeridas por el programa en la línea de las funciones solicitadas o las competencias del contratista.

La Agencia deberá aportar los medios materiales necesarios y coordinar la logística para la correcta ejecución de las prescripciones técnicas del contrato tanto a nivel nacional como en el

Departamento de Alto Paraná: equipos informáticos, de comunicación, movilidad y otros materiales necesarios para el personal adscrito al mismo.

6. PRODUCTOS A ENTREGAR

La previsión de productos a entregar por cada año de campaña será la siguiente:

AÑO 1: 2025		
Nº de producto	Descripción	Plazo de entrega (desde la fecha de firma del contrato)
1	Plan de trabajo: Documento técnico que describe las líneas generales de la campaña (objetivos específicos, metodología, actividades principales, indicadores...)	15 días
2	Cronograma de implementación del plan de trabajo	15 días
3	Creación de identidad visual de la campaña: manual de identidad visual que incluya paleta de colores, tipografías, aplicaciones de los logos, lineamientos de uso, elementos gráficos, ilustraciones referenciales, plasmación de la identidad visual en diferentes soportes (rrss, banners, merchandising...). Debe asegurar coherencia con la identidad visual del Programa en general y del Ministerio de la Mujer.	1 mes
4	Planificación de campaña en el marco del 25N: propuesta de actividades, dossier de productos y plan de medios	1 mes
5	Diseño y ejecución de la campaña de comunicación con enfoque de género en el marco del 25N – Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer (pantallas digitales, spots, publicaciones en redes...)	2 meses
6	Informe de sistematización e impacto de las actividades de la campaña del 25N y repositorio de materiales utilizados durante la campaña	3 meses
AÑO 2: 2026		
7	Estrategias de comunicación para medios/audiencias de los 3 ejes de la campaña: Tres documentos estratégicos (uno por eje temático) que definan objetivos, públicos meta, actividades, mensajes clave, tono y narrativa, canales de difusión, formatos recomendados e indicadores cuantificables.	4 meses
8	. Planificación mensual de contenidos y actividades por cada estrategia para año 2: Actualización del plan de contenidos con base en los aprendizajes del año 1. Deberá incluir una programación por mes y eje, con propuestas adaptadas a los contextos territoriales y públicos meta; así como para medios tradicionales, digitales y actividades presenciales.	4 meses
9	Propuesta de dossier con diseños de productos y materiales de comunicación para cada eje de la campaña en el año 2: catálogo	5 meses

	que contenga propuestas de desarrollo de la línea gráfica aplicada a: vía pública, prensa y otros soportes como carteleras, piezas gráficas digitales y audiovisuales.	
10	Informe de avance año 2 con el detalle de las actividades de la campaña ejecutadas: informe narrativo que documente el estado de ejecución incluyendo clipping de prensa, acciones realizadas, evidencias gráficas y recomendaciones.	8 meses
11	2º Informe de avance año 2 con el detalle de las actividades ejecutadas de la campaña ejecutadas	12 meses
12	Informe anual de sistematización e impacto de las actividades de la campaña y repositorio de materiales utilizados durante la campaña	15 meses
AÑO 3: 2027		
13	Planificación mensual de contenidos y actividades por cada estrategia para año 3: Actualización del plan de contenidos con base en los aprendizajes del año 2. Deberá incluir una programación por mes y eje, con propuestas adaptadas a los contextos territoriales y públicos meta.	16 meses
14	Propuesta de dossier con diseños de productos y materiales de comunicación para cada eje de la campaña en el año 3: catálogo que contenga propuestas de desarrollo de la línea gráfica aplicada a: vía pública, prensa y otros soportes como carteleras, piezas gráficas digitales y audiovisuales.	17 meses
15	Informe de avance año 3 con el detalle de las actividades de la campaña ejecutadas: informe narrativo que documente el estado de ejecución incluyendo clipping de prensa, acciones realizadas, evidencias gráficas y recomendaciones.	20 meses
16	2º Informe de avance año 3 con el detalle de las actividades ejecutadas de la campaña ejecutadas	24 meses
17	Informe anual de sistematización e impacto de las actividades de la campaña y repositorio de materiales utilizados durante la campaña	27 meses
AÑO 4: 2028		
18	Planificación mensual de contenidos y actividades por cada estrategia para año 4: Actualización del plan de contenidos con base en los aprendizajes del año 3. Deberá incluir una programación por mes y eje, con propuestas adaptadas a los contextos territoriales y públicos meta.	28 meses
19	Propuesta de dossier con diseños de productos y materiales de comunicación para cada eje de la campaña en el año 4: catálogo que contenga propuestas de desarrollo de la línea gráfica aplicada a: vía pública, prensa y otros soportes como carteleras, piezas gráficas digitales y audiovisuales.	29 meses
20	Informe final de sistematización e impacto global de la campaña y repositorio final de materiales utilizados durante la campaña	33 meses

7. CALIFICACIONES Y EXPERIENCIA REQUERIDAS

- ✓ Experiencia demostrable mínima de 5 años en diseño, gestión y ejecución de Campañas de comunicación y/o sensibilización, planes de comunicación, marketing y diseño gráfico.
- ✓ Experiencia demostrable de al menos 3 años en diseño, gestión y ejecución de Campañas de comunicación y/o sensibilización, estrategias y planes de comunicación institucionales (instituciones públicas nacionales, organismos internacionales, agencias de cooperación...).
- ✓ Experiencia demostrable mínima de 5 años en diseño, gestión y ejecución de campañas de sensibilización en temáticas de igualdad de género y/o violencia de género.
- ✓ Capacidad técnica y operativa para coordinar y ejecutar campañas de comunicación a gran escala, con enfoque de transformación social.
- ✓ Capacidad técnica para desarrollar productos comunicacionales multiformato (audiovisual, gráfico, digital, radial, etc.).
- ✓ Capacidad de gestión de medios y producción de contenidos y definición de mensajes clave para diversos tipos de audiencias.
- ✓ Capacidad de planificación y coordinación con actores clave, proveedores y socias del Programa.
- ✓ Dominio de herramientas de diseño gráfico, producción audiovisual, prensa, plataformas digitales, web, y redes sociales.
- ✓ Habilidades en redacción técnica, elaboración de informes y redacción de contenidos con uso del lenguaje inclusivo, enfoque de género e interseccional y derechos humanos y enfoque de diversidad cultural.
- ✓ Creatividad, iniciativa, pensamiento estratégico y capacidad de análisis.
- ✓ Disponibilidad para desarrollar tareas tanto en **Asunción** como en el departamento de **Alto Paraná**.
- ✓ Fluidez en español y guaraní, tanto oral como escrito.

8. SUPERVISIÓN Y COORDINACIÓN

La agencia desarrollará sus tareas en coordinación con el Ministerio de la Mujer a nivel nacional y departamental en Alto Paraná, y estará bajo la supervisión directa del equipo del Programa y de la Dirección General de Comunicación del Ministerio de la Mujer.

9. LUGAR DE TRABAJO

Asunción (Central) y Ciudad del Este (Alto Paraná), zonas de intervención del proyecto. En Alto Paraná tiene que proveer un equipo permanente para la ejecución de las actividades en el Departamento de Alto Paraná.

10. EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN

La evaluación y calificación de las propuestas será por calidad y costo, en tres etapas: 1º) la calidad de la propuesta técnica, y del CV Institucional, 2º) evaluación de la propuesta económica. Las dos primeras estarán a cargo de un Comité Técnico de Evaluación, conformada para el efecto, y 3º) Esta etapa está a cargo del Área de Contratos que verifica que el proveedor no está incluido en la base de datos Sanctionsmap, para luego finalizar el procedimiento de adjudicación y contratación, según Manuales de Contrataciones del Instituto Desarrollo.

Previo a este proceso se verificarán las documentaciones legales administrativas, que deberán acompañar la presentación de las propuestas, con el criterio de Cumple/No cumple

SECCION B.**PRESENTACIÓN, PREPARACIÓN Y CONTENIDO DE LAS PROPUESTAS****1. LA PRESENTACIÓN.**

La Propuesta del OFERENTE deberá contener los siguientes documentos, ampliados en aquellos aspectos que considere necesario involucrar, para un mejor entendimiento de la oferta que pretende presentar.

La presentación se deberá hacer en formato **IMPRESO** y en formato **DIGITAL**

La presentación IMPRESA de la propuesta deberá estar integrada por:

1. Copias simples de las documentaciones legales administrativas solicitadas
2. CV institucional de la Agencia con sus documentos respaldatorios
3. Propuesta técnica con especificaciones técnicas requeridas
4. Propuesta Económica

La presentación Impresa deberá presentarse en un sobre cerrado, rotulado e identificando debidamente el llamado y datos del OFERENTE.

La presentación DIGITAL de la propuesta deberá ser igual a lo entregado en formato físico, al correo llamados@desarrollo.edu.py

LAS PRESENTACIONES QUE NO SE AJUSTEN A ESTOS REQUISITOS, NO SERÁ CONSIDERADA.

2. DOCUMENTOS LEGALES ADMINISTRATIVOS

Las documentaciones legales administrativas que deben acompañar a las propuestas son:

1. Fotocopia simple de Cédula de Identidad del/os firmante/s de las propuestas.
2. Fotocopia simple de los Estatutos Sociales y sus modificaciones, inscriptos en la instancia correspondiente, es decir en los Registros Públicos de Personas Jurídicas.
3. Fotocopia simple del documento que acredite la autorización del/os firmante/s como representante legal.
4. Certificado de cumplimiento tributario institucional vigente.
5. Constancia del Registro Único del Contribuyente (RUC).
6. Balance del último año fiscal.

3. LA PREPARACIÓN Y CONTENIDO DE LAS PROPUESTAS

La Propuesta deberá contener los siguientes elementos:

3.1. PERFIL DE LA AGENCIA

Presentación de la Empresa consultora que contenga: origen y tipo de empresa, objeto social, representantes legales, experiencia general y experiencia específica particularmente en temas relacionados a este llamado con documentos respaldatorios.

Se presentará en el Anexo 1 y deberá incluir:

- a) Portafolio de la agencia con los trabajos realizados relacionados con el objeto del contrato.
- b) Relación de documentación acreditativa de criterios requeridos en el Perfil de la Agencia.

3.2. PROPUESTA TÉCNICA

La propuesta técnica se presentará como **Anexo 2** y deberá contener, al menos, los siguientes elementos:

- Introducción y contexto: identificación y análisis del problema a abordar, estado de la problemática en Paraguay e impacto que se persigue con la campaña.
- Objetivos de la campaña, resultados e indicadores SMART.
- Metodología de trabajo y cronograma.
- Alcance aproximado a nivel territorial y a nivel de población.
- Plan de medios: tipos de públicos objetivos y canales de comunicación.
- Estrategia creativa (línea gráfica, estilo, tonos, elementos visuales, etc.) y de contenidos (mensaje central, narrativas, tipos de contenidos por cada canal, etc.).
- Al menos un ejemplo de boceto/ilustración y de narrativa contra la violencia de trabajos anteriores.
- Tipos de servicios a subcontratar.
- Enfoque territorial, con propuestas de adaptación de las actividades al contexto de los territorios (rural/urbano).
- Enfoque feminista, de incidencia en la lucha contra todas las formas de violencia de género.
- Enfoque de diversidad cultural.
- Herramientas de monitoreo y evaluación.
- Perfil del equipo de trabajo propuesto.

Asimismo, se deberá indicar cómo la propuesta cumple con los medios materiales, medios personales y requisitos de la prestación, incluyendo aspectos tales como, mejora en los medios materiales o técnicos a utilizar, metodología, confidencialidad, entre otros aspectos que contribuyan al cumplimiento de los requisitos de la prestación, valorando

también la coherencia con el objeto y metodología, la calidad de redacción, la estructura presentada, la capacidad de síntesis y la atención al detalle.

3.3. PROPUESTA ECONOMICA

La Propuesta Económica se presentará como **Anexo 3** y deberá contener, como mínimo, la Nota de presentación de la Propuesta Económica, con un desglose detallado de los gastos (honorarios, producción, honorarios de emisión/difusión, etc.), además de cualquier otra información que el Oferente considere importante adicionar para un mejor análisis de su propuesta. El porcentaje de honorarios y beneficios para la Agencia no podrá superar el 30% del presupuesto total.

Se aplicará el criterio de proporcionalidad, exclusivamente, respecto de la oferta de importe más reducido, a la que se le atribuiría la puntuación máxima y proporcionalmente al resto.

Las propuestas por debajo del 20% del presupuesto no serán aceptadas ni sujetas a valoración por considerarse como baja temeraria.

SECCIÓN C.

PERFILES, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN

1. EL PERFIL GENERAL DEL OFERENTE.

Podrán participar en este Llamado todos los Oferentes Potenciales que sean: **PERSONAS JURÍDICAS** que demuestre solvencia legal, económica y técnica, con excelente experiencia y preparación técnica demostradas, con capacidad de garantizar el cumplimiento de los TdRs, de manera responsable, eficiente y eficaz que califique con el máximo puntaje general de evaluación técnica y económica y haya cumplido con todos los requisitos administrativos solicitados

Cuenta además con sus propios recursos humanos, equipos, materiales y útiles de oficina, necesarios para el desarrollo de los trabajos.

2. PERFIL ESPECÍFICO DEL OFERENTE

Los oferentes deberán contar con el siguiente perfil:

- ✓ Experiencia demostrable mínima de 5 años en diseño, gestión y ejecución de Campañas de comunicación y/o sensibilización, planes de comunicación, marketing y diseño gráfico.
- ✓ Experiencia demostrable de al menos 3 años en diseño, gestión y ejecución de Campañas de comunicación y/o sensibilización, estrategias y planes de comunicación institucionales (instituciones públicas nacionales, organismos internacionales, agencias de cooperación...).
- ✓ Experiencia demostrable mínima de 5 años en diseño, gestión y ejecución de campañas de sensibilización en temáticas de igualdad de género y/o violencia de género.
- ✓ Capacidad técnica y operativa para coordinar y ejecutar campañas de comunicación a gran escala, con enfoque de transformación social.
- ✓ Capacidad técnica para desarrollar productos comunicacionales multiformato (audiovisual, gráfico, digital, radial, etc.).
- ✓ Capacidad de gestión de medios y producción de contenidos y definición de mensajes clave para diversos tipos de audiencias.
- ✓ Capacidad de planificación y coordinación con actores clave, proveedores y socias del Programa.
- ✓ Dominio de herramientas de diseño gráfico, producción audiovisual, prensa, plataformas digitales, web, y redes sociales.
- ✓ Habilidades en redacción técnica, elaboración de informes y redacción de contenidos con uso del lenguaje inclusivo, enfoque de género e interseccional y derechos humanos y enfoque de diversidad cultural.
- ✓ Creatividad, iniciativa, pensamiento estratégico y capacidad de análisis.
- ✓ Disponibilidad para desarrollar tareas tanto en **Asunción** como en el departamento de **Alto Paraná**.
- ✓ Fluidez en español y guaraní, tanto oral como escrito.

4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN

Las documentaciones de los oferentes que presentaron sus propuestas técnicas y económicas se remitirán al Comité Técnico de Evaluación –CTE - formado por representantes del equipo de AECID, como entidad encargada de la gestión y ejecución del programa, representantes del Ministerio de la Mujer como entidad beneficiaria, así como del Instituto Desarrollo, como entidad contratante.

La evaluación y calificación de las propuestas será por calidad y costo, en cuatro etapas: 1º) la adecuación del perfil de la Agencia, 2º) la calidad de la propuesta técnica, 3º) la propuesta económica. Las tres primeras estarán a cargo de un Comité Técnico de Evaluación, conformada para el efecto, y 4º). Esta etapa está a cargo del Área de Contratos que verifica que el proveedor no está incluido en la base de datos Sanctionsmap, para luego finalizar el procedimiento de adjudicación y contratación, según Manuales de Contrataciones del Instituto Desarrollo.

Previo a este proceso se verificarán las documentaciones legales administrativas, que deberán acompañar la presentación de las propuestas, con el criterio de Cumple/No cumple.

- RESUMEN DE LOS PUNTAJES DE LOS CRITERIOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA Y ECONOMICA:**

CRITERIO	ASPECTOS	PUNTAJES	TIPO DE CRITERIO
EVALUACIÓN TÉCNICA	A. PERFIL DE LA AGENCIA	40	valoración automática u objetiva
	B. PROPUESTA TÉCNICA	30	valoración con juicio de valor o subjetiva
EVALUACIÓN ECONOMICA	C. PROPUESTA ECONOMICA	30	valoración automática u objetiva
TOTAL		100	

- CALIFICACIÓN Y EVALUACIÓN DE LOS CRITERIOS PREESTABLECIDOS.**

El rango competitivo de la evaluación, es decir, el mínimo puntaje aceptable, será establecido por el Comité Técnico de Evaluación sobre el puntaje total de las evaluaciones

Los criterios que serán tomados en consideración para evaluar las propuestas y sus calificaciones se indican en la siguiente grilla de evaluación:

EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN TÉCNICA

CRITERIOS	ASPECTOS A CALIFICAR	SISTEMA DE VALORACIÓN	PUNTAJES PARCIALES	PUNTOS
A. PERFIL DE LA AGENCIA	Años de experiencia demostrable en diseño, gestión y ejecución de Campañas de comunicación y/o sensibilización, planes de comunicación, marketing y diseño gráfico.	0 (cero) puntos si no se acredita. 1 (un) punto (hasta un máximo de 10) por cada año de experiencia.	10	40
	Años de experiencia demostrable en diseño, gestión y ejecución de Campañas de comunicación y/o sensibilización, estrategias y planes de comunicación institucionales (instituciones públicas nacionales, organismos internacionales, agencias de cooperación...)	0 (cero) puntos si no se acredita. 2 (dos) puntos (hasta un máximo de 20) por cada año de experiencia.	20	
	Años de experiencia demostrable en diseño, gestión y ejecución de campañas de sensibilización en temáticas de igualdad de género y/o violencia de género.	0 (cero) puntos si no se acredita. 1 (un) punto (hasta un máximo de 10) por cada año de experiencia.	10	
B. PROPUESTA TÉCNICA	La propuesta se adecúa a los TdR, es coherente con el objeto de la consultoría y con las directrices marcadas.	0 puntos si no se acredita. 5 puntos si se acredita.	5	30
	La propuesta incluye todos los elementos descritos en el apartado 3.2, y está claramente detallada tanto en la metodología como en la lógica de intervención. La propuesta tiene un enfoque territorial, con actividades adaptadas a los contextos de los 16 distritos de intervención del Programa. La propuesta incluye ejemplos gráficos y de narrativas.	0 puntos si no se acredita. 15 puntos si se acredita.	15	
	La propuesta contempla el enfoque de cooperación para el desarrollo. La propuesta tiene un enfoque feminista y de incidencia en la lucha contra todas las formas de violencia de género. La propuesta incluye un enfoque de diversidad cultural	0 puntos si no se acredita. 10 puntos si se acredita.	10	

EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA ECONÓMICA

CRITERIOS	ASPECTOS A EVALUAR Y CALIFICAR	PUNTOS
C. PROPUESTA ECONOMICA	<p>Desglose y distribución de los gastos según su naturaleza (honorarios, desplazamientos, producción, impresión, difusión/emisión, etc.). La propuesta económica debe estar lo más detallada posible.</p> <p>Los honorarios y beneficios de la agencia no podrán superar el 30% del presupuesto total.</p> <p>Se aplicará el criterio de proporcionalidad, exclusivamente, respecto de la oferta de importe más reducido, a la que se le atribuirá la puntuación máxima y proporcionalmente al resto.</p> <p>Las propuestas por debajo del 20% del presupuesto no serán aceptadas ni sujetas a valoración por considerarse como baja temeraria.</p> <p>Fórmula: $P = 30 \times \frac{\text{precio oferta más económica}}{\text{precio oferta}}$ (Regla de proporcionalidad inversa)</p>	30
Total de Puntaje de Evaluación Técnica, más Evaluación Económica		100