

ANUNCIO DE CONTRATACIÓN DE CONSULTOR INDIVIDUAL

CI/057/ODS/2021

Fecha: 14 de julio de 2021

País: Venezuela

Nombre de la Consultoría: **CONSULTORÍA PARA EL DISEÑO Y PLANIFICACIÓN DE UNA CAMPAÑA COMUNICACIONAL POR LA INCLUSIÓN SOCIAL Y CONTRA LA ESTIGMATIZACIÓN DE LOS MIGRANTES VENEZOLANOS**

Nombre del Proyecto: **Apoyo al Gobierno Nacional en Progreso Multidimensional y el Cumplimiento de la Agenda 2030 para el logro de los ODS, N° 0098597**

Duración de la consultoría/servicios: **1 mes**

La propuesta deberá ser enviada a través del correo electrónico: **postulaciones.ven@undp.org** a más tardar el **28 de julio de 2021** hasta las **12:00 p.m.** hora oficial de la República Bolivariana de Venezuela.

En este marco, le invitamos a estudiar los términos de referencia adjuntos (Anexo 1) y enviar su postulación para realizar dicha consultoría junto con los siguientes documentos firmados y en formato pdf a la dirección de correo electrónica antes mencionada:

- Propuesta técnica que incluya carta de presentación.
- Curriculum vitae completo y/hoja de vida
- Propuesta financiera.

Al respecto, favor dirigir su correo con atención a la Unidad de Adquisiciones del PNUD, indicando en el mismo el número de referencia **CI/057/ODS/2021**.

Cualquier solicitud de aclaración deberá ser enviada a la siguiente dirección electrónica: **postulaciones.ven@undp.org** El PNUD responderá por el precitado correo.

1) ALCANCE DEL TRABAJO

Según CEPAL y OPS (2020), los migrantes son uno de los grupos que han visto más afectados por la pandemia, haciendo a esta población aún más vulnerable ante diversos tipos de afectación, como lo ha sido por ejemplo, la contaminación informativa en torno a su figura a lo interno del país y en los países de la región, principalmente en los países de mayor acogida (Colombia, Perú, Ecuador y Chile). Para el caso de Venezuela, la oficina del PNUD identificó una narrativa estigmatizante sobre los migrantes retornados, cuyo foco radica en su vinculación como potenciales transmisores del virus. Sin embargo, mientras los países latinoamericanos vuelven a dinamizar sus actividades económicas, el fenómeno de los

migrantes que regresan tiende a revertirse y los venezolanos continúan saliendo del país. Según ACNUR, alrededor de 5,4 millones de venezolanos abandonaron el país, siendo uno de los mayores desplazamientos en la región.

Una vez identificados los tópicos de información que giran en torno a estas personas migrantes, y su potencial efecto en la generación de contaminación informativa con alcance nacional y regional en torno a su imagen, se busca diseñar una campaña comunicacional para los medios sociales de la oficina del PNUD en Venezuela que contrarreste los efectos de desinformación y mal-información sobre esta población, a fin de reducir su estigma y discriminación.

Con ello, el PNUD busca promover acciones que contribuyan a reducir cualquier tipo de discriminación de los migrantes retornados y de la diáspora venezolana en los países de la región a través del diseño de respuestas que promuevan la protección social de esta población. En esta oportunidad, por medio de la implementación de una campaña de comunicación digital que incida en las principales variables que generan dichos tópicos informativos para promover, además, la sensibilización de la población ante la figura del migrante venezolano con alcance nacional y regional.

2) ÁMBITO DE TRABAJO, RESPONSABILIDADES Y DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO ANALÍTICO PROPUESTO (Para información detallada, por favor referirse al Anexo 1)

a) OBJETIVO GENERAL

Diseñar una campaña comunicacional para medios sociales que promueva contenidos de mitigación ante los efectos de la contaminación informativa en torno a los migrantes venezolanos dentro (estados fronterizos y Dto. Capital) y fuera de Venezuela (Latinoamérica) para el periodo agosto – diciembre de 2021.

Responsabilidades y resultados esperados:

Bajo la supervisión del Gerente del Centro de Desarrollo Humano, Progreso Multidimensional y ODS y la Asistente de Comunicaciones del PNUD, el/la candidato/a tendrá la responsabilidad de realizar las siguientes actividades:

1. Analizar los informes, estudios y documentación disponibles sobre la identificación de contaminación informativa en torno a los migrantes venezolanos, dentro y fuera del país en medios sociales y de comunicación local (estados fronterizos y Distrito Capital) y regional (foco en principales países de acogida: Colombia, Perú, Ecuador y Chile) para la recolección de información relevante a los fines de las acciones comunicacionales digitales a desarrollar.

2. Definir acciones de comunicación y sensibilización a implementar en medios sociales que contribuyan a combatir el estigma y promover la inclusión social de los migrantes venezolanos con base en tres tópicos de información:

- a) Estigmatización en torno a los migrantes retornados en Venezuela como principal vector de contagio de la COVID-19.
- b) Rol de los migrantes retornados en Venezuela y de la diáspora venezolana en otros países de la región, en la recuperación económica pospandémica.
- c) Estigmatización de los migrantes venezolanos en otros países de la región.

Esto para determinar con base en la información recabada en el aspecto 1, la oportunidad y eje central / fin último de la campaña a realizar para los medios sociales de la oficina del PNUD en Venezuela.

Resultado esperado: Informe de presentación de hallazgos sobre las principales variables en las cuales incidir por medio de una campaña de comunicación digital, a fin de mitigar la contaminación de información en torno a los migrantes venezolanos dentro y fuera del país (retornados a Venezuela y diáspora venezolana en la región) en torno a los tres tópicos de información analizados.

3. Diseñar un plan comunicacional para medios sociales para un periodo de 5 meses con base en el objetivo propuesto en la presente consultoría, que integre:

- a) Objetivos
- b) Público meta
- c) Mensajes clave
- d) Plan de acción
- e) Conceptualización de landing page base de la campaña
- f) Grilla de mensajes por red social
- g) Productos comunicacionales digitales (bosquejos) a diseminar
- h) Esquema de evaluación y medición de resultados (KPI)- alcance esperado

Se busca que una vez recabada y analizada la información pertinente para dar bases a la campaña y su objetivo comunicacional, se lleve a cabo la implementación de la misma, por lo que el diseño de campaña descrito previamente debe ser cónsono de aplicación inmediata en los medios digitales de la oficina del PNUD en Venezuela.

Resultado esperado: Plan comunicacional para medios sociales a implementar por la oficina del PNUD en Venezuela con su respectiva propuesta de productos comunicacionales digitales que permitan poner en práctica directa la implementación de la campaña.

3) REQUISITOS DE EXPERIENCIA Y CALIFICACIONES

Educación:

Graduado en carreras de comunicación social, mercadeo y marketing digital.

Experiencia profesional:

Ocho (8) años de experiencia comprobada en planificación de comunicación estratégica.

Experiencia profesional en el diseño e implementación de campañas de comunicación para medios sociales y marketing digital (se requiere envío de portafolio de campañas)

desarrolladas).

Experiencia profesional en el desarrollo de campañas comunicacionales vinculadas al ámbito del desarrollo humano y social.

Idiomas:

Dominio perfecto del español y del inglés, deseable.

4) DOCUMENTOS QUE DEBEN INCLUIRSE AL PRESENTAR LAS PROPUESTAS.

1. **Carta del Oferente al PNUD** confirmando interés y disponibilidad para la asignación de contratista individual (CI). Ver formatos editables.
2. **Propuesta técnica:** enfoque técnico, metodología y cronograma propuestos para el desarrollo de la consultoría en los cuales se deben considerar y demostrar los siguientes factores: (Máximo 5 Páginas).
 - Comprensión de la naturaleza y aspectos relevantes del trabajo a realizar.
 - Claridad en la definición del alcance del trabajo.
 - Correspondencia de la propuesta con los TDR: descripción detallada de la metodología que aplicará en cumplimiento de los Términos de Referencia
 - Correspondencia del marco conceptual utilizado en la propuesta con el alcance del proyecto y de la consultoría.
 - Conocimiento del ámbito en el que se desarrolla el proyecto y la utilización y adaptación de esta información para el desarrollo de la propuesta (demostrar de qué modo la metodología propuesta cumple o supera lo solicitado)
 - Planeación lógica de las actividades: presentar un cronograma detallado en el cual muestre las actividades que requerirá llevar a cabo para acometer y completar los servicios solicitados en el alcance objeto de la contratación, con la calidad exigida y dentro del lapso máximo previsto.
3. **Curriculum Vitae y/o Hoja de Vida**, completo y actualizado, [anexando documentos de soporte que evidencien su formación académica, las calificaciones, competencia y experiencia conforme a lo requerido. \(Máximo 5 Páginas\) Ver formatos editables. *Favor incluir los documentos soporte que validen las calificaciones, competencia y experiencia conforme lo requerido \(Referencias/Constancias de Trabajos anteriores, copia de títulos académicos, cursos realizados, certificaciones](#)
4. **Propuesta Financiera (Todo incluido- Lump Sum).**

5) PROPUESTA FINANCIERA

El Consultor presentará el desglose de los costos que respaldan la propuesta financiera todo- incluido por el precio del servicio (tarifa). La propuesta financiera especificará un monto total de pago con base en la entrega de los servicios especificados en los Términos de Referencia (TDR).

Los pagos están estrechamente vinculados a la entrega de los productos esperados. El monto del contrato es fijo, independientemente de los cambios en los componentes de los costos.

Todos los costos relativos a los desplazamientos del profesional encargado de la consultoría para las visitas de campo serán cubiertos por el PNUD, acorde con la normativa del servicio civil internacional que rige al PNUD, por lo que no serán incluidos en la propuesta económica.

Los pagos se realizarán contra entrega y recibo a satisfacción de los productos, por parte del PNUD.

MONEDA DE PAGO: USD dólares estadounidenses.

(Ver formato para presentación de propuesta financiera).

6) EVALUACIÓN

Para la evaluación de las propuestas se aplicará el método de análisis acumulativo, con el cual se obtiene una puntuación total sobre la combinación de atributos técnicos y financieros ponderados, a saber:

Evaluación Técnica (ET) – 70%	Punt. Máxima
• Formación Académica	20
• Experiencia del/la consultor(a)	60
• Propuesta metodológica	20
<u>Puntuación Técnica Total máxima</u>	<u>100</u>
<u>Puntuación Mínima para Calificación Técnica</u>	<u>70</u>
Evaluación Económica (EE) – 30%	Punt. Máxima
• Propuesta económica más baja que califica técnicamente	30

6.1 Evaluación Técnica

El equipo de evaluación revisará y evaluará las Propuestas Técnicas y las características del proponente sobre la base de la capacidad de respuesta del proponente a los Términos de Referencia. A cada propuesta aceptable se le asignará una puntuación técnica. A continuación, se detallan los aspectos a ser evaluados y las puntuaciones a ser asignadas:

CRITERIOS DE EVALUACION TECNICA DE CANDIDATOS	PUNTUACION MAXIMA
Graduado en carreras como comunicación social, mercadeo y marketing digital o afines: • Técnico superior universitario: 10 puntos • Licenciatura: 20 puntos	20
Al menos ocho (8) años de experiencia en planificación de comunicación estratégica y digital, evaluación y seguimiento de resultados de planes de acción de comunicación digital (inbound e outbound, Twitter, Google Ads y SEO). • Menos de 5 años: 20 • Igual o mayor a 8 años: 40	40
Experiencia profesional en el diseño e implementación de campañas de comunicación con alcance en los ámbitos del desarrollo humano y social. • Menor o igual de 3 años: 10 • Más de 3 años: 20	20
Propuesta metodológica	20
TOTAL	100

Puntuación de la Evaluación Técnica (ET)

Puntuación PT = (Puntuación total obtenida por la oferta/Puntuación máxima obtenible por la PT) x 100.

6.2 Evaluación Económica

Una vez culminado el proceso de evaluación técnica, se revisarán las propuestas económicas de aquellas candidaturas que hayan alcanzado como mínimo 70 puntos en la Evaluación Técnica.

Puntuación de la Evaluación económica (EE)

Puntuación EE = (Precio más bajo ofertado/Precio de la oferta analizada) x 100.

6.3 Evaluación combinada de las propuestas

Las propuestas técnicas y propuestas económicas recibidas serán evaluadas con base en el cumplimiento de criterios técnicos y presentación de mejor propuesta económica.

La propuesta económica equivale al 30% del total de la calificación general y la propuesta técnica equivale al 70% del total de la calificación general. La puntuación general se basará en una combinación de la puntuación técnica y la oferta financiera, como se indica a continuación:

Puntuación total combinada

(Puntuación ET x 70%) + (Puntuación EE x 30%) = Puntuación total combinada

PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO



ANEXOS:

ANEXO 1- Términos de Referencia (TDR)

ANEXO 2- Condiciones Generales para Contratos de Servicios de Consultores Individuales.

ANEXO 3- Carta del Oferente al PNUD confirmando interés y disponibilidad.