



**"LLAMADO PARA CONTRATACIÓN DE AGENCIA PUBLICITARIA
PARA EL PROYECTO DESARROLLO SOCIAL Y COMUNITARIO DEL
BSF – NUEVA IMAGEN DEL BSF Y CAMPAÑA DE COMUNICACION"**

TÉRMINOS DE REFERENCIA

I. ANTECEDENTES

El Complejo Habitacional Barrio San Francisco (BSF), es un proyecto de carácter nacional, surgido a través de la articulación de varias instituciones del Estado Paraguayo.

El proceso de mudanza se inició en los últimos días del mes de diciembre del 2017, llegando a la totalidad de traslado de las 1.000 familias beneficiarias a inicios del 2018.

El conjunto Habitacional consta de 78 torres que ofrecen 878 departamentos y 122 viviendas unifamiliares, que representan un total de 1.000 soluciones habitacionales, para igual cantidad de familias.

Por otro lado, el complejo Habitacional, cuenta con varias obras complementarias, cuya finalidad es brindar un ambiente seguro, confiable y sostenible a los beneficiarios. En ese sentido se cuenta con las siguientes prestaciones complementarias:

1. Unidad de Salud Familiar
2. Sub-comisaría
3. Planta de tratamiento de efluentes
4. Sistema de abastecimiento y red de agua potable
5. Tanque elevado y semienterrado
6. Desagüe pluvial y alcantarillado sanitario
7. Sistema de cableado subterráneo
8. Iluminación led
9. Equipamientos para disposición de basuras
10. Centro comunitario
11. Salón de usos múltiples
12. Parroquia San Francisco de Asís
13. Corazón de manzana
14. Veredas
15. Bicisendas y empastado
16. Pavimentación de calles internas
17. Área deportiva
18. Áreas verdes
19. Entorno mejorado del Barrio Zeballos Cué

20. Escuela
21. Colegio Técnico
22. Zona industrial
23. Centro de acopio de residuos

Para mejor comprensión de la situación actual se cita algunos problemas que se ha identificado, aclarando que pueden existir más: en el BSF se vive un ambiente social de mucha crispación y violencia de todo tipo; existen problemas graves de falta de trabajo, pues muchos de los habitantes realizaban trabajos informales en el centro de Asunción y con la mudanza han perdido su medio de generación de recursos y hoy están viviendo sin generar ingresos; muchas de estas personas deben aprender algún oficio nuevo que les permita empezar a trabajar de forma más formal. Pobladores manifiestan que muchas plazas han sido tomadas por alcohólicos y adictos a drogas, lo que imposibilita que los niños jueguen en las mismas, debiendo entonces jugar en las calles y escaleras de los edificios. Esto apela la integridad de los niños, lo que hace que muchos residentes prefieran que no entren al barrio unidades de transporte público de pasajeros, generando conflictos con quienes sí quieren. La infraestructura prevista para una fábrica está en desuso pues aún no se ha conseguido que una empresa invierta y produzca en el BSF para dar puestos de trabajo a muchos de sus residentes.

Fundación Saraki fue fundada en 1996 como una organización privada sin fines de lucro en Paraguay, trabajando a nivel nacional y regional para los derechos de las personas con discapacidad y otros grupos en situación de vulnerabilidad. Su misión es desarrollar un enfoque de ecosistemas logrando la inclusión en todas las dimensiones del desarrollo humano, no concentrados sólo en las necesidades, sino principalmente centrados en las capacidades de las personas que generan nuevas, colectivas e intensivas acciones.

La organización tiene tres programas principales: Impacto Social (política pública/participación ciudadana), Centro de Alto Desempeño (habilidades para la vida) e Inclusión Laboral. Saraki cuenta con más de quince años de experiencia trabajando hacia la reforma e implementación de políticas en la inclusión laboral y el fortalecimiento de organizaciones de base, principalmente de y para PcD, pero no limitándose a las mismas, habiendo trabajado con comunidades y pueblos indígenas, con comunidades afrodescendientes y con otros colectivos en situación de vulnerabilidad en muchas iniciativas que incorporan acciones que promueven la inclusión económica como base para la inclusión social.

II. OBJETIVO GENERAL

Colaborar en la creación y consolidación de oportunidades de formación, empleabilidad y emprendedurismo para los habitantes del Barrio San Francisco para favorecer su inclusión económica mediante una nueva imagen que genere empatía y ganas de ayudar de toda la ciudadanía hacia los residentes del BSF de diversas maneras y en particular comprando bienes y servicios ofrecidos por sus residentes a través de la plataforma de comercio electrónico a posicionarse mediante una campaña en el mercado paraguayo valiéndose de la mencionada nueva imagen.

III. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Creación participativa de una nueva imagen que ayude a lograr el Objetivo General.
- Ideación, materialización de piezas y productos e implementación de una campaña para impulsar las ventas a través de una plataforma de comercio electrónico de productos y servicios ofrecidos por residentes del BSF.
- Contribuir en la generación de oportunidades para la formación y la capacitación para la inclusión económica de los habitantes del Barrio San Francisco.
- Contribuir en la generación de oportunidades de empleo digno e inclusivo para los habitantes del Barrio San Francisco.
- Contribuir en la generación de emprendimientos productivos con la población del Barrio San Francisco.
- Fortalecer los vínculos sociales y la calidad de vida de los habitantes del BSF.
- Implementar acciones de seguimiento a los documentos para impulsar los trámites conducentes a la transferencia del inmueble BSF desde el MD al MUVH.

IV. ACTIVIDADES PRINCIPALES QUE FORMARÁN PARTE DE LAS RESPONSABILIDADES DE LA AGENCIA:

- Desarrollo conceptual y gráfico de una identidad del Barrio San Francisco, una que genere ganas de ayudar al BSF y que lo muestre a la sociedad como un lugar donde hay gente de bien que quiere salir adelante con trabajo digno y honesto.
- Creación de logo a ser utilizado en diferentes aplicaciones.
- Diseño de papelería corporativa.
- Diseño de banner, remeras, kepis.
- Branding.
- Diseño de email corporativo.
- Manual de identidad corporativa.
- Diseño a ser aplicado a plataforma de e commerce
- Diseño de arquitectura corporativa (stand para expo e isla para activaciones BTL)
- Diseño e implementación de estrategia que aseguren la participación de la población beneficiaria del BSF en las diferentes fases desde la ideación, socialización, validación y hasta la aprobación del concepto y la nueva identidad del barrio San Francisco (BSF) a ser creada por el contratado.
- Trabajar en coordinación con el consultor de comunicación del proyecto.
- Orientar el uso correcto de la marca BSF y de la imagen de la organización en cobranding con el donante en diferentes espacios y medios de comunicación.



"DESARROLLO SOCIAL Y COMUNITARIO DEL BARRIO SAN FRANCISCO"

- Ideación, producción y materialización de al menos 10 productos (pre acordados con Saraki) para implementar la campaña de comunicación de la nueva imagen del BSF en el barrio y en el mercado nacional con la finalidad de generar un cambio de la percepción de la ciudadanía respecto al BSF a fin de generar empatía orientada a que los residentes mejoren sus ventas de productos y servicios en el mercado nacional mediante una e-commerce donde se ofrecerán productos y servicios de los residentes del BSF.
- Implementación de la campaña en redes (el pautaaje en redes Saraki pagará aparte) y medios de comunicación (estrategia de free publicity) para posicionar la nueva imagen del BSF en general y de su e-commerce en particular para que la ciudadanía compre de la misma por la empatía que la campaña y la nueva imagen le generan.

NOTAS: **1)** Saraki tiene adicionalmente la posibilidad y el presupuesto para materializar decenas de audiovisuales cortos para redes sociales para la fase de implementación de la campaña. Estos audiovisuales están en otra línea presupuestaria. **2)** Saraki también cuenta en este proyecto con equipos para captura, almacenamiento y edición de imágenes y audiovisuales que no deben presupuestarse en este trabajo. **3)** Saraki cuenta con una persona encargada de la coordinación de la comunicación en este proyecto que trabajará supervisando y apoyando esta consultoría. **4)** Saraki cuenta con un equipo multidisciplinario de profesionales trabajando en el BSF que podrán colaborar con esta consultoría suministrando información, contacto con las personas claves del BSF, coordinación de reuniones, etc. **5)** Saraki cuenta con un vehículo con una persona de logística asignados exclusivamente a este proyecto que podrán apoyar el desplazamiento dentro del BSF del equipo encargado de implementar esta consultoría cuando sea necesario a fin de ofrecer la seguridad necesaria. **6)** Saraki ya cuenta con una red de residentes del BSF aliados al proyecto que colaborarán y facilitarán el trabajo del consultor a ser contratado dentro del BSF.

V. ENTREGABLES, ACCIONES PRINCIPALES Y MEDIOS DE VERIFICACION ESPERADOS PREVIAMENTE A CADA PAGO.

ENTREGABLE	ACCIONES PRINCIPALES	MEDIOS DE VERIFICACION
Cronograma de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> Realización de cronograma de trabajo en versión impresa y digital. 	<ul style="list-style-type: none"> Documento en formato digital
Nueva identidad del BSF construida participativamente	<ul style="list-style-type: none"> Ideación e implementación de una estrategia de socialización y validación del concepto y nueva imagen internamente en el BSF mediante una campaña interna de posicionamiento de la identidad recientemente creada. 	<ul style="list-style-type: none"> Conceptualización y nueva imagen del BSF presentada en formatos a ser solicitados por Saraki, con documentación que avale la validación mediante un proceso participativo por los residentes
Materiales de Campaña: Todos los materiales diseñados en formato digital y además materializados	<ul style="list-style-type: none"> Trabajo conjunto con la coordinación de comunicación y los vecinos del barrio para la materialización de los productos que sean solicitados por Saraki para implementar la campaña. Articulación con ciudadanos del Barrio para materializar ideas y productos para implementar la campaña del nuevo Concepto y nueva identidad del BSF. Desarrollo conceptual y gráfico de una identidad del Barrio San Francisco Implementación de campaña en redes sociales y mediante apariciones en prensa con estrategia de free publicity 	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones documentadas Diseño de estrategia en formato digital y productos materializados Productos materializados en formato digital y producidos (a solicitud de Saraki). Evidencias de campaña implementada exitosamente. Todos los informes solicitados por Saraki y por Itaipu.
Manual de identidad corporativa	<ul style="list-style-type: none"> Compilación de todos los diseños y sus aplicaciones 	<ul style="list-style-type: none"> Documentos en formatos impresos y digitales



VI. LICENCIA DE LOS PRODUCTOS

Todos los materiales producidos en el marco de esta consultoría serán propiedad intelectual del contratante y del DONANTE.

VII. COORDINACIÓN Y SUPERVISIÓN

Se reportará a la consultoría de comunicación a cargo del proyecto para lo operativo y táctico y a la Dirección Ejecutiva de Saraki para lo estratégico



VIII. LUGAR DE TRABAJO

La agencia o miembros del equipo técnico deberán realizar actividades en terreno dentro del BSF durante el contrato según necesidad.

La agencia además deberá estar disponible para reuniones presenciales o virtuales que sean solicitada por Saraki y/o el Donante.

IX. TIPO DE CONTRATO Y VIGENCIA

Contrato civil de prestación de servicio, con una duración desde su firma y hasta el 23.12.2021.

X. LOGÍSTICA

La agencia realizará sus actividades en sus propias oficinas.

XI. PRECIO DE REFERENCIA DE LA CONSULTORÍA

Gs. 70.000.000 (guaraníes setenta millones) IVA INCLUIDO. Este monto se fraccionará en pagos a realizar contra resultados alcanzados y productos efectivamente entregados y se pagará a satisfacción de Saraki siempre y cuando la agencia realice lo esperado según cronograma en tiempo y forma.

OBS: 45 millones creatividad incluyendo diseños y 25 Millones para materializar piezas para la campaña (ej. pasacalles, Volantes impresos, afiches impresos, etc.) a ser todo pre acordado con Saraki.

XII. Forma de pago:

Se pagará por productos y contra aceptación de los mismos por la CONTRATANTE.

SECCIÓN B.

XIII. PERFIL/S TÉCNICO/S REQUERIDO/S

Se considerará como ideal que el consultor solo o sumando con su equipo de consultores cuente con las siguientes capacidades:

- a) Experiencia de trabajo exitoso en ideación e implementación de campañas similares.
- b) Experiencia de trabajo exitoso en ideación e implementación de campañas de ventas online.
- c) Experiencia de trabajo en campañas de iniciativas sociales similares.
- d) Experiencia de trabajo en entornos desafiantes como el Barrio San Francisco.
- e) Experiencia en comunicación dirigida a grupos en situación de vulnerabilidad con objetivos de generar cambios en comportamientos.

XIV. RESUMEN DE LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN

CRITERIO	ASPECTOS	PUNTAJES
EVALUACIÓN TÉCNICA	PROPUESTA TÉCNICA EJECUTIVA	0
	CV DE LOS PROFESIONALES	100
EVALUACIÓN ECONÓMICA	PROPUESTA ECONÓMICA	0
TOTAL		100