



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Embajada de Suiza

Cooperación Suiza en Bolivia

PROYECTO SEGUROS INCLUSIVOS

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

SERVICIO DE DISEÑO Y DIFUSIÓN DE UNA CAMPAÑA
COMUNICACIONAL DE SENSIBILIZACIÓN SOBRE EL SEGURO
DE DESGRAVAMEN

LA PAZ, JUNIO DE 2021

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

SERVICIO DE DISEÑO Y DIFUSIÓN DE UNA CAMPAÑA COMUNICACIONAL DE SENSIBILIZACIÓN SOBRE EL SEGURO DE DESRAVAMEN

I ANTECEDENTES

La FUNDACIÓN PROFIN en su condición de ejecutor del Proyecto Seguros Inclusivos de la Cooperación Suiza tiene previsto implementar acciones que promuevan el desarrollo de los microseguros y educación financiera en los municipios donde trabaja, los cuales ayuden a personas de bajos ingresos del área urbana, periurbana y rural a protegerse de los riesgos no controlables que pueden afectar principalmente su integridad física y su vida. Asimismo, cuenta con un componente de educación financiera y sensibilización cuyo fin es fortalecer la cultura de seguros y generar una actitud responsable e informada en el uso de mecanismos financieros. Por lo tanto, se realizará una campaña de sensibilización en alianza con la Asociación Boliviana de Aseguradoras - ABA para informar y sensibilizar a la población boliviana sobre el seguro de desgravamen. Esta iniciativa es pertinente dado que por la actual coyuntura provocada por la pandemia del COVID 19, en fecha 01 de abril de 2020 el gobierno ha emitido el Decreto Supremo No. 4206, que reglamenta la Ley No. 1294 de Diferimiento de Pagos de Créditos, que ha ocasionado el no pago del seguro de desgravamen provocando que las compañías aseguradoras se encuentren en problemas para cumplir con los pagos de indemnizaciones a los asegurados que tengan un siniestro. Así mismo, se ha evidenciado la falta de conocimientos de la población boliviana, sobre el significado y la importancia del seguro de desgravamen.

2 OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar y difundir una campaña comunicacional destinada a informar y sensibilizar a la población boliviana sobre el seguro de desgravamen a través de los personajes ilustrados “Chuwis”.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS Y PRODUCTOS ESPERADOS

- Diseñar creativa, estratégica y conceptualmente la campaña comunicacional de sensibilización sobre el seguro de desgravamen.
- Producir las piezas comunicacionales.
- Elaborar, implementar y monitorear el plan de difusión de la campaña con una duración de uno a dos meses.

La empresa contratada deberá entregar los siguientes productos, que a efectos de la presente convocatoria deberán considerarse como mínimos e indispensables:

Objetivo Especifico	Productos Esperados	Alcances y aclaraciones
<p>O1 • Diseñar creativa, estratégica y conceptualmente la campaña comunicacional de sensibilización sobre el seguro de desgravamen, utilizando a los personajes ilustrados “CHUWIS”</p>	<p>P1. Documento que describa la estrategia comunicacional de la campaña. Detalle el equipo técnico y profesional con el que cuenta para elaborar las piezas comunicacionales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Definición del objetivo comunicacional - Definición de públicos meta - Desarrollo de mensajes clave Definición de canales de difusión - Conceptualización creativa de la campaña para las siguientes piezas comunicacionales: <ul style="list-style-type: none"> - 4 audiovisuales de 30” a 45” para redes sociales y uso en pantallas LED (ilustrado y animados) - 2 cuñas de radio de 50 a 60 segundos en 3 idiomas (castellano, quechua y aimara) - 10 artes para RRSS.
<p>O.2. Producir las piezas comunicacionales (audiovisuales, cuñas radiales y artes para redes sociales).</p>	<p>P2. Piezas comunicacionales producidas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Producción de cuatro (4) audiovisuales • Producción de cuatro (2) cuñas en tres idiomas cada una. • Diseño de diez (10) artes para redes sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Videos de entre 30 a 40 seg. Animación motion graphic. FHD 1920 x 1080, stereo, 24PFS, 16.9, 24 bits, 148Khz, MP4. Incluye pre producción, producción, post producción y masterización. - Cuñas de 60 segundos en Castellano, Quechua y Aimara 2 locutores profesionales 2 actores naturales para sociodrama Música de galería 24 bits, stereo, 148Khz, WAV y MP3. Incluye grabación, edición, mezcla y masterización. - Artes ilustrados en formatos para RRSS aprobadas. Entrega en JPG compreso para RRSS y editables.
<p>O3. • Elaborar, implementar y monitorear el plan de difusión de la campaña con una duración de uno y dos meses dependiendo del canal y el presupuesto.</p>	<p>P3. Documento Plan de difusión: Alquiler de pantallas Led en la empresa Mi Teleférico por un mes (al menos 2 estaciones con gran afluencia de personas). 2 radios en red nacional con al menos 40 pases semanales por un mes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La empresa deberá realizar la contratación para la difusión con las radios, Mi Teleférico, Facebook e Instagram. - Los reportes deberán ser presentados cada mes con métricas y alcance de personas a las que se llegó con redes sociales y un aproximado del alcance con radio y Mi Teleférico.

Objetivo Específico	Productos Esperados	Alcances y aclaraciones
	2 redes sociales por al menos un mes. P4. Reportes de la difusión realizada y el alcance logrado (radio, redes sociales y otros)	

Todos los materiales producidos deberán ser entregados a la Fundación PROFIN.

Los productos serán aprobados en reunión y coordinación con el área comunicacional del Proyecto Seguros Inclusivos.

3 PERFIL REQUERIDO

Se prevé que el servicio sea realizado por una empresa de comunicación estratégica con experiencia en el diseño e implementación de campañas comunicacionales.

El perfil mínimo requerido para las empresas contempla los siguientes aspectos:

Empresa con experiencia (mínimo 2 años) en campañas comunicacionales referidas a servicios financieros, específicamente seguros.

Currículo o brief comercial que demuestre al menos haber desarrollado al menos 2 campañas comunicacionales sobre seguros.

4 MODALIDAD DE CONTRATACIÓN

El contrato será bajo la modalidad de Convocatoria Pública.

5 PLAZO DE EJECUCIÓN

El tiempo de ejecución del servicio será aproximadamente de 90 días calendario a partir de la firma del contrato.

6 PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS

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

6.1. CONTENIDO DEL SOBRE A:

Documentación administrativa:

- Hoja de Vida institucional con muestras de campañas realizadas en seguros.
- Hoja de vida del equipo consultor (sin respaldos).
- Fundempresa - Matrícula de Comercio vigente.
- Número de Identificación Tributaria (NIT).
- Poder notarial del Representante Legal (Asamblea de socios).
- Fotocopia del Carné de Identidad/pasaporte del representante legal.
- ROE actualizado.

Propuesta Técnica:

- Descripción narrativa de los procesos a seguir para el cumplimiento de los objetivos planteados en el punto 2.
- Cronograma tentativo de ejecución del servicio (debe contener periodos de revisión y corrección de documentos).

6.2. CONTENIDO DEL SOBRE B:

- **Propuesta Económica.** Presentación en detalle del costo total del servicio requerido, si es posible, el costo deberá estar desglosado por tipo de gasto a incurrir en cada etapa del servicio requerido, además de las formas de pago.
- El techo presupuestario del servicio requerido es de Bs. 139,000 bolivianos.

7 PLAZO Y FORMA DE PRESENTACIÓN DE LAS PROPUESTAS

La propuesta debe ser presentada hasta el martes 15 de junio la presente gestión al correo afossati@fundacion-profin.org o deberá enviarlo por *courrier hasta las 16:30* a las oficinas de Fundación PROFIN a la ciudad de La Paz, Avenida Sánchez Lima esquina Pinilla, Edificio Tango, Mezzanine.