

Quito, 17 de junio de 2024

BASES CONCURSO

PROYECTO DE GASTO OPERATIVO DE COMUNICACIÓN PARA LOS CONCURSOS PÚBLICOS ESTABLECIDOS EN EL PLAN OPERATIVO DE FOMENTO 2024-2025, DE LA LÍNEA DE FINANCIAMIENTO DE LAS ARTES Y LA CREATIVIDAD Y LÍNEA DE FINANCIAMIENTO DE LA CREACIÓN CINEMATOGRÁFICA Y AUDIOVISUAL

1. Resumen Ejecutivo

El Instituto de Fomento a la Creatividad y la Innovación (IFCI), para los años 2024 - 2025, tienen como finalidad convocar a 87 concursos públicos de fomento; 37 en la línea de financiamiento de las artes y creativities y 40 concursos en la línea de creación cinematográfica y audiovisual, esto permitirá fomentar la cultura, el arte en el Ecuador, así como también permitirá dinamizar la economía del sector artístico - cultural, permitiendo a los diferentes actores potenciar sus capacidades y buscar el desarrollo de sus proyectos culturales.

Para cumplirse este objetivo institucional se requiere utilizar todas las herramientas disponibles, para ello se contempla la contratación de un prestador de servicios que brinde los productos comunicacionales que se requieren para alcanzar los objetivos institucionales planteados. Los recursos se encuentran financiados desde el Fondo de Fomento de las Artes la Cultura e Innovación, Gasto Operativo plan anual de fomento año 2024 - 2025, siendo la ejecución del convenio en 18 meses.

Las características para seleccionar al prestador del servicio y demás condiciones se encuentran establecidas en las presentes bases.

2. Justificación Técnica

1.1 Contexto:

Para el planteamiento de este concurso es necesario, más allá de la parte normativa que le corresponde, tomar en cuenta dos elementos relevantes para su elaboración; el primero atiende el incremento presupuestario actual, con un Plan Operativo de Fomento para dos años 2024 - 2025 de \$15.541.000 según ACTA No. 001-DIR-IFCI-2024-S0 del Directorio del Instituto de Fomento a las Artes y la Creatividad; este es el presupuesto designado para las dos líneas de fomento: Artes y creativities y Artes cinematográficas y audiovisuales; a su vez de ellas se despliegan los 87 concursos públicos planificados para los dos años que atienden las diferentes necesidades del campo cultural en general, y que están articuladas bajo los criterios de disciplinas artísticas: plásticas y visuales, literatura, cine, música y escénicas; así como por eslabón de la cadena de valor de las artes: investigación, creación, producción, distribución y comercialización.

Y el segundo elemento, es que, además, desde febrero del 2024 el IFCI cuenta con una nueva plataforma electrónica de postulación a los concursos públicos. A través de la cual los usuarios, nuestro público objetivo, obtiene la información técnica "Base del concurso", accede, sube la documentación requerida y participa en los concursos públicos. Cabe mencionar que dicha plataforma está disponible en la página web: www.fomento.culturaypatrimonio.gob.ec

1.2 Diagnóstico comunicacional:

Desde el ámbito de la gestión de la comunicación institucional del IFCI, en su Plan Estratégico de Comunicación (PEC) 2024 se diagnostica una expansión de la necesidad de difusión con alcance nacional, con el objetivo de ampliar sus públicos objetivos y públicos beneficiarios directos. Toda vez que dicha necesidad es proporcional al crecimiento cuantitativo del presupuesto y del número de concursos, además de las nuevas herramientas para el acceso de los usuarios: en el 2023 el POF fue de \$5.478.481,24; y en el año 2024 - 2025 es de \$15.541.000.

Cabe resaltar que en dicho diagnóstico del PEC se incluyen elementos de caracterización de públicos, estrategias y tácticas para la consecución de ampliación de público objetivo, y también aspectos generales como:

Bajo perfil de difusión: el IFCI mantiene únicamente canales digitales para difusión de la información: redes sociales Instagram, Twitter y Facebook y página web institucional; el tráfico y alcance de cada uno de los canales en el mes de mayo, mes a partir del cuál tenemos la herramienta para el seguimiento, y datos reportados en matriz de seguimiento a la Secretaría General de Comunicación, se desglosa así:

CANALES DE DIFUSIÓN	TRÁFICO (datos de mayo)
Instagram	2.800 (visitas)
Twitter	9.733 (visitas)
Facebook	2.961 (visitas)
Página web institucional	4879 (visitas)

En este contexto se requiere expandir a través de otros canales entre ellos: comunicación ATL y BTL mediante pautas, cuñas y productos de socialización masiva, como mecanismos para la difusión de los 87 concursos públicos durante el 2024 y 2025.

Poca identificación del IFCI en territorio, la gestión no se visibiliza: el IFCI es la institución nacional de fomento a las artes y creativities; sin embargo, el alcance nacional en cuanto a su difusión no es amplio y se gestiona solamente a partir de sus públicos objetivos ya fidelizados, los cuales cuentan con una caracterización específica. Tal como señalamos anteriormente, solamente contamos con canales de difusión digital limitada, sin pauta y sin productos que de cuenta del alcance del fomento cultural.

Según los datos del IFCI las provincias con más número de postulantes son: Pichincha y Loja. A continuación, vemos el mínimo porcentaje de participación de algunas de las provincias del resto del país:

Etiquetas de fila	2023	Porcentajes
Bolívar	1	0,44%
Galápagos	1	0,44%
Guayas	1	0,44%
Loja	44	19,56%
Napo	1	0,44%
Postulación sin mención a provincia	173	76,89%
Orellana	1	0,44%
Pichincha	3	1,33%
Total general	225	100%

Autor: Dirección de Planificación del IFCI

Tomando en cuenta los datos expuestos, se requiere visibilizar en el territorio nacional la presencia y reconocimiento institucional.

Campañas sin mensajes claves y uso de lenguaje técnico: el quehacer de la institución atiende diferentes ámbitos y aspectos de las artes y creativities; sin embargo, se busca democratizar el acceso al fomento en diferentes aspectos, para ello la construcción de un lenguaje universal y cercano es necesario implementarse desde el acompañamiento del marketing y la publicidad.

En este sentido, el requerimiento además de las necesidades institucionales, y de los conceptos del campo de la comunicación se sostiene, principalmente, sobre las condiciones reales de trabajo de la Unidad de

Comunicación Social la cual no contempla en su estructura el personal adecuado para cada actividad ni con el personal necesario.

Capacidades en el equipo humano de comunicación:

El equipo de la Unidad de Comunicación Social es un equipo de tres personas que está conformado por un analista encargado de elaborar los contenidos de los productos, un diseñador encargado de elaborar los cromos para redes sociales, y gestiona la página web, y la responsable de la Unidad encargada más de las relaciones públicas e institucionales.

Materiales y equipos técnicos disponibles:

Del mismo modo, no se cuenta con el equipamiento necesario para audio y video tanto como la producción como para la edición de material audiovisual; los equipos técnicos con los que contamos son obsoletos. Además, la mayor dificultad reside en la no disponibilidad presupuestaria para la ejecución de tales rubros.

Base Legal:

El artículo Art. 110 de la Ley Orgánica de Cultura, dispone: *“Créase el Fondo de Fomento de las Artes, la Cultura y la Innovación, de conformidad con lo previsto en el Código de Planificación y Finanzas Públicas. Este fondo asignará recursos, de carácter no reembolsable, a los creadores, productores y gestores culturales, de conformidad a la normativa que se emita para el efecto, buscando el fortalecimiento artístico, cultural y creativo de nuestra sociedad, con criterios de calidad, diversidad, equidad territorial e interculturalidad...”*

El artículo 86 del Reglamento General a la Ley Orgánica de Cultura, señala que: *“De los recursos del Fondo de Fomento de las Artes, la Cultura y la Innovación, un máximo del 10% será destinado para cubrir rubros operativos de la gestión del Fondo, tales como difusión de las bases y convocatorias, contratación de evaluadores y jurados, movilización de los mismos y realización de las entrevistas con los postulantes, entre otras.”*

Con fecha 5 de febrero de 2024, en primera sesión ordinaria, contenida en la Resolución Nro. DIR-IFCI-2024-001-SO, el Directorio del Instituto de Fomento a la Creatividad e Innovación, resolvió de manera unánime en su artículo 2: *“Aprobar el Plan Operativo de Fomento 2024-2025, en el valor de USD 15'541.000 (QUINCE MILLONES QUINIENTOS CUARENTA Y UN MIL DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA CON 00/100) ya incluido el incremento adicional de USD 30.000 (TREINTA MIL DÓLARES) para la convocatoria de escuelas de videojuegos.*

Mediante Acuerdo Ministerial Nro. MCYP-MCYP-2024-0013-A, de 4 de enero de 2024, la Ministra de Cultura y Patrimonio, expidió el "Reglamento de Administración y Uso del Fondo de Fomento de las Artes, la Cultura y la Innovación"

EL artículo 15 del referido Reglamento señala: "De los rubros operativos de gestión del Plan Operativo de Fomento.- *Se podrá contemplar hasta un máximo del 10% del presupuesto asignado al POF para cubrir rubros operativos que demande la ejecución de las correspondientes líneas de financiamiento. El valor del gasto operativo no podrá superar el 10% del POF aprobado. Se consideran rubros operativos de gestión, además de aquellos establecidos en el artículo 86 del Reglamento General a la Ley Orgánica de Cultura, los siguientes: (...)*

7. Logística y material de soporte y técnicos especializados en el territorio, relacionados con la ejecución de concursos públicos, y el seguimiento a los procesos o proyectos seleccionados en los respectivos concursos públicos (...)

9. Contratación del diseño, elaboración y difusión de material para las convocatorias y sus resultados a través de campañas de comunicación..."

Mediante Resolución Nro. IFCI-DE-2024-0027-R, de 03 de abril de 2024, el Director Ejecutivo del IFCI, resolvió expedir el "INSTRUCTIVO PARA GESTIÓN DE LOS RECURSOS DE GASTO OPERATIVO DEL FONDO DE FOMENTO, DE LAS ARTES, LA CULTURA Y LA INNOVACIÓN", en cuyo artículo 1, tiene por objeto regular el "(...)uso y gestión del gasto operativo del Fondo de Fomento de las Artes, la Cultura y la Innovación, así como el procedimiento de selección del prestador/a de servicios, de conformidad con la normativa que le rige al Instituto de Fomento a la Creatividad y la Innovación"

El artículo 6 del "Instructivo para gestión de los recursos de gasto operativo del Fondo de Fomento, de las artes, la cultura y la innovación" establece:

Artículo 6 "Rubros del gasto operativo": Se consideran rubros operativos de gestión, además de aquellos establecidos en el artículo 86 del Reglamento General a la Ley Orgánica de Cultura, los siguientes:

(...)

7... Logística y material de soporte y técnicos especializados en el territorio, relacionados con la ejecución de los concursos públicos, y el seguimiento a los procesos o proyectos seleccionados en los respectivos concursos públicos.

9.- Contratación del diseño, elaboración y difusión de material para las convocatorias y sus resultados a través de campañas de comunicación.

3. Objetivos Generales y Específicos

5

3.1 Objetivo General:

Seleccionar al prestador del servicio para el PROYECTO DE GASTO OPERATIVO DE COMUNICACIÓN PARA LOS CONCURSOS PUBLICOS ESTABLECIDOS EN EL PLAN OPERATIVO DE FOMENTO 2024-2025, DE LA LÍNEA DE FINANCIAMIENTO DE LAS ARTES Y LA CREATIVIDAD Y LÍNEA DE FINANCIAMIENTO DE LA CREACIÓN CINEMATOGRAFICA Y AUDIOVISUAL.

3.2 Objetivos Específicos

- Elaborar los productos comunicacionales que fortalezcan la gestión del fomento artístico y cultural de la institución.
- Difundir los concursos públicos de la institución a través de otras herramientas para el incremento del número de postulaciones.
- Visibilizar a nivel nacional la gestión del IFCI para un alcance territorial nacional.

2 Monto Total de Financiamiento

Conforme lo aprobado por el Directorio del IFCI, mediante ACTA No. 001-DIR-IFCI-2024-S0, el Plan Operativo de Fomento 2024-2025, cuenta con los siguientes montos:

Tabla 1: Monto Total de Financiamiento Disponible

Presupuesto Total POF 2024-2025	\$ 15'541.000,00
Presupuesto Total disponible (10% Gasto Operativo 2024-2025)	\$ 1'554.100,00
Presupuesto por Línea de Financiamiento Gasto Operativo 2024 - 2025	Monto Total
Presupuesto disponible Línea de Financiamiento Artes y Creatividades	\$ 981.000,00
Presupuesto disponible Línea de Financiamiento Creación Cinematográfica y Audiovisual	\$ 573.100,00

De estos valores para la contratación del prestador del servicio PROYECTO DE GASTO OPERATIVO DE COMUNICACIÓN PARA LOS CONCURSOS PUBLICOS ESTABLECIDOS EN EL PLAN OPERATIVO DE FOMENTO 2024-2025, DE LA LÍNEA DE FINANCIAMIENTO DE LAS ARTES Y LA CREATIVIDAD Y LÍNEA DE FINANCIAMIENTO DE LA CREACIÓN CINEMATOGRAFICA Y AUDIOVISUAL se ha destinado el siguiente presupuesto:

Tabla 2: Monto Total Presupuestado por Línea de Financiamiento

MONTO PRESUPUESTADO	
GASTO OPERATIVO DE COMUNICACIÓN PARA LOS CONCURSOS PUBLICOS ESTABLECIDOS EN EL PLAN OPERATIVO DE FOMENTO 2024-2025, DE LA LÍNEA DE FINANCIAMIENTO DE LAS ARTES Y LA CREATIVIDAD Y LÍNEA DE FINANCIAMIENTO DE LA CREACIÓN CINEMATOGRAFICA Y AUDIOVISUAL	\$ 400.947,50

Este presupuesto se obtiene a partir de proformas solicitadas con el detalle de los productos en el siguiente detalle señalados, y se ha estimado un valor a la baja de lo ofrecido por las empresas solicitadas, con el objetivo de precautelar el buen uso del Fondo de Fomento del que se presupuesta este Concurso de Gasto operativo.

El monto total de financiamiento para el concurso incluido el costo de gestión del prestador de servicios, se detalla a continuación:

Tabla 3: Costo de Gestión Prestador del Servicio

Detalle	Monto Total
Gasto Operativo de Comunicación	\$348.650,00
IVA 15%	\$52.297,50
Monto Total Gasto Operativo	\$400.947,50

4 Productos y/o servicios entregables

El prestador de servicios deberá entregar los siguientes productos y/o servicios:

DETALLE	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	MONTO UNITARIO	VALOR
Estrategia de comunicación de marca	Conceptualización de contenido estratégico y digital. Asesoría y desarrollo de estrategia de comunicación de IFCI en base a insights del mercado y el brief entregado por el IFCI. Planning Estratégico de medios, ATL y Digitales.	1	10.000	\$ 10.000,00
Campaña de lanzamiento y	Desarrollo de campaña creativa para lanzamiento de	1	8.000	\$ 8.000,00

mantenimiento	IFCI y sus diferentes convocatorias. Incluye conceptualización y diseño de gráfica para la campaña.			
Artes gráficos y guion implementación de campaña	Desarrollo de piezas gráficas y adaptaciones para la implementación de la campaña en los diferentes canales de difusión	40	200	\$ 8.000,00
CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA				\$ 26.000,00
DETALLE	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD/ TEMPORALIDAD	MONTO UNIT	VALOR
Manejo de redes sociales fee mensual	Administración, apertura de canales, publicación de contenido y manejo de activos digitales: FB, IG, X, TIK TOK Estrategia de comunicación en redes sociales con ideas creativas alineada a la identidad visual de la campaña, incluye desarrollo de estrategia de contenido audiovisual, guiones, estructura para producción mensual. Servicio de Community Manager 3horas diarias de Lunes a viernes, con 3 barridos al Reportes mensuales Desarrollo de contenido y diseño gráfico de cronopost mensual según estrategia mensual aprobada por el IFCI	18 meses	3.350	\$ 60.300,00

8

MANEJO DE REDES SOCIALES				\$ 60.300,00
Pauta ATL	Pauta en medios ATL que considere los siguientes medios : Televisión local, Radio,y Vía Pública. La agencia presentará una propuesta de flow de pauta, con el detalle de formatos, fechas y montos de inversión por cada medio, y en base a los requerimientos de cobertura de provincias acordados con el Una vez finalizada la pauta, la agencia presentará los reportes respectivos de la pauta.	6 meses	\$ 110.000,00	\$ 110.000,00
Pauta Digital	Pauta en medios digitales con estrategia, contratación de influencers y segmentación según los requerimientos del IFCI. Planificación, implementación, monitoreo, reportes, en base al presupuesto asignado y flow aprobados por el IFCI para campaña de Lanzamiento y mantenimiento.	18 meses	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00
PAUTA EN MEDIOS				\$ 190.000,00
Producción videos campaña IFCI	Producción de video de campaña IFCI para difusión en Televisión y Canales Digitales , de hasta 40 segundos con sus respectivas adaptaciones a formatos de TV y digitales, que incluye: Productor ejecutivo, director, editor, colorización, asistente de fotografía, rodaje	1	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00

	en locación, iluminación, sobreimposiciones, locución institucional, sonorización, modelos y animación 2d, logo y efectos. Derechos de uso para Televisión y Digital por 2 años			
Producción fotográfica campaña IFCI	Producción de fotografías profesionales en alta calidad de mínimo 20 megapíxeles en formato RAW, mínimo 50 fotografías.	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Producción de contenido para digitales	Producción, rodaje, edición, de hasta 12 videos mensuales, duración de hasta 30 seg. c/u. que incluye grabación de material en dos jornadas. Música y materiales de stock para edición. Adaptación a formatos para redes sociales.	18 meses	\$ 1.500,00	\$ 27.000,00
Producción cuñas de radio campaña IFCI	Producción de cuñas de radio segundos que incluye 3 locuciones, sonorización, efectos de sonido, mix y masterización, ediciones con cierres según el programa. Derechos de uso Medios Digitales por el plazo de un año en territorio ecuatoriano.	5	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Programación Landing Page	Programación profesional web, visible en computadoras, tablets y dispositivos móviles* Banner principal, formulario, despliegue de contenido. Creación de thank you page para el Form. Programación web diagramado y maquetado de cero con tecnología	1	\$ 6.350,00	\$ 6.350,00

	Wordpress con Elementor. Sitio web administrable. renovación de Hosting y Dominio por 2 años. Capacitación e entrega de video tutorial.			
Envíos base de datos	4 Envíos de mailng y Whatsapp mensuales a la base de datos de hasta 10.000 contactos	12	\$ 1.250,00	\$ 1.250,00
PRODUCCION				\$ 72.350,00
SUBTOTAL				\$ 348.650,00
IVA 15%				\$ 52.297,50
TOTAL				\$ 400.947,50

Un delegado de la Unidad de Comunicación del IFCI se encargará de coordinar con el prestador del servicio la ejecución de cada una de las actividades previstas según las necesidades y requerimientos institucionales.

3 Modalidad de Desembolso

La modalidad de desembolso será la siguiente:

- Se pagará el 80% posterior a la suscripción del convenio y entregada la garantía por el mismo porcentaje establecida en la base del concurso de gasto operativo.

- Se pagará el 20% a la firma del Acta de Cierre del convenio de gasto operativo. Para la emisión de Acta de Cierre se requerirá previamente:

- 1.- Informe de Ejecución del Proveedor
- 2.- Informe de Satisfacción del Administrador del Convenio

Los rubros ejecutados se justificarán con Declaración Juramentada. Se desembolsará (el segundo desembolso) solamente el monto que se encuentra debidamente justificado técnicamente y entregado. La justificación financiera debe ser presentada mediante declaración juramentada y como archivo de verificación para el administrador del convenio deberá presentar los comprobantes de ventas legalmente autorizados por el SRI (facturas, notas de venta, liquidaciones de compras, nómina, etc.) y demás documentos que justifique los gastos realizados en la ejecución del convenio.

El Banco de Desarrollo del Ecuador B.P (BDE B.P) en calidad de entidad financiera depositaria de los recursos del Fondo de Fomento, cobrará por concepto de servicios administrativos, un porcentaje del dos por ciento (2%) del monto total de cada desembolso aprobado y gestionado en el marco de las obligaciones establecidas en este convenio y de acuerdo con la cláusula cuarta del *"Convenio de Depósitos de Recursos del Fondo de las Artes, la Cultura y la Innovación celebrado entre el Ministerio de Cultura y Patrimonio y el Banco de Desarrollo del Ecuador B.P."*. Este monto se cargará al presupuesto asignado a la Línea de Financiamiento de las Artes y Creatividad, contemplado en el Plan Operativo de Fomento correspondiente al año 2024. En el caso de restitución del recurso asignado, la liquidación deberá contemplar ese porcentaje en el que incurrió la institución.

4 Características del prestador de servicios

Podrán postular a este concurso:

- Personas jurídicas ecuatorianas, de derecho privado, domiciliadas en Ecuador, el representante legal será quien suscriba el convenio en caso de ser seleccionado, asumiendo los compromisos frente al IFCI.

No podrán postular a este concurso:

- Los servidores públicos de la institución administradora de las líneas de financiamiento y sus entidades operativas desconcentradas, ni sus familiares hasta el cuarto grado de consanguinidad.
- Los servidores públicos de las áreas sustantivas y funcionarios jerárquicos superiores del Ministerio de Cultura y Patrimonio, ni sus familiares hasta el cuarto grado de consanguinidad.

- Aquellas personas naturales o jurídicas que mantengan obligaciones económicas pendientes con el Estado y con el Instituto de Fomento a la Creatividad y la Innovación.
- Aquellas personas naturales o jurídicas beneficiarias de los concursos públicos de fomento con convenios de fomento en ejecución o proceso de cierre.
- Aquellas personas naturales o jurídicas que hayan sido declaradas beneficiarios/as, prestadores de servicios incumplidos y que se encuentren incurso en el tiempo de inhabilidad establecido por el Instituto.
- Los miembros del Jurado que formen parte de otras convocatorias vigentes, ni sus familiares hasta el cuarto grado de consanguinidad y segundo de afinidad.
- Aquellas personas naturales o jurídicas sus socios y representantes legales de quienes hayan postulado o vayan a postular o estén postulando para las convocatorias de los concursos públicos de fomento del año 2024 - 2025.
- Los miembros del Jurado que formen parte de otras convocatorias vigentes, ni sus familiares hasta el cuarto grado de consanguinidad y segundo de afinidad.

5 Características de las Ofertas

El total del puntaje será de 10 puntos para la primera etapa. Quienes pasen los 7 puntos, pasarán a la segunda etapa en la que se revisará la Oferta Económica, quienes no pasen este puntaje su oferta será rechazada. Las ofertas presentadas por los postulantes deberán cumplir con las siguientes características:

Tabla 4: Experiencia requerida

PRIMERA ETAPA:

CRITERIO	DETALLE	PUNTAJE ASIGNADO
Experiencia requerida	<p>1.- Campañas de proyectos vinculados al sector de la cultura y las artes, comunicación y difusión de festivales, obras, entre otras.</p> <p>Enfocadas en el público objetivo, asesoramiento en marketing, promoción de productos, comercialización en el punto de venta, piezas comunicacionales y redes sociales.</p> <p>2.- Que hayan sido ejecutados de manera satisfactoria, para lo cual deberán adjuntar actas de entrega recepción definitivas, en el caso del sector</p>	3

13

	<p>público. Para el sector privado, certificado de prestación de servicios. Los certificados estos deberán contener: nombres completos de quien emite el certificado, cargo, números de contacto, correos electrónicos.</p> <p>3.- El monto ejecutado (de la experiencia de la empresa) deberá ser de al menos el 10% del monto del presupuesto referencial de esta convocatoria. Esto es un valor de USD 40.000 mil dólares de los Estados Unidos de América</p> <p>Para el caso de certificados estos deberán indicar números de contacto y correos electrónicos.</p>	
--	---	--

Tabla 5: Oferta Técnica

CRITERIO	DETALLE	PUNTAJE ASIGNADO
Oferta Técnica	<p>Deberá contemplar al menos lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Descripción de actividades a ejecutarse, de forma clara y precisa, incluir todas. - Descripción de los mecanismos que utilizará para el cumplimiento de los objetivos. - Contempla que la propuesta global del prestador de servicios esté alineada con los objetivos del gasto operativo, ofrece propuestas pertinentes, creativas, eficaces y que presente en su propuesta todo lo detallado en el presente documento. - La propuesta incluirá un cronograma de ejecución en un plazo máximo de 5 días posterior a la firma del convenio, en caso de ser seleccionado. 	4

14

--	--	--

Tabla 6: Personal Técnico

CRITERIO	DETALLE	PUNTAJE ASIGNADO
Personal Técnico	<p>Se otorgará el puntaje máximo quien cumpla con el perfil solicitado para el personal técnico y presente un listado del personal técnico con cargo y número de cedula.</p> <p>Director de Proyecto: (2 puntos)</p> <p>Nivel de Instrucción: Cuarto Nivel</p> <p>Área de Conocimiento: Publicidad o Mercadotecnia</p> <p>Experiencia:</p> <p>Como Publicista, específicamente en: estrategia, planificación, branding y campañas creativas, para lo cual deberán adjuntar actas de entrega recepción definitivas, en el caso del sector público. Para el sector privado, certificado de prestación de servicios.</p> <p>Los certificados deberán indicar, el nombre de la empresa, cargo de la persona, tiempo de experiencia, nombre de la persona que certifica.</p> <p>Personal Técnico: (1 punto)</p> <p>Perfiles y funciones del personal que trabajará en la ejecución de la propuesta para: ejecución de las actividades de comunicación (puede ser</p>	3

15

	<p>un/a comunicador/a y/o diseñador/a y/o publicista) con experiencia como ejecutivo de cuentas con un mínimo de experiencia de 3 años.</p> <p>Nota: El personal técnico podrá ser modificado durante la ejecución del convenio, para lo cual se notificará al Administrador del Convenio de su reemplazo.</p>	
--	--	--

Tabla 7: Oferta Económica

SEGUNDA ETAPA:

CRITERIO	DETALLE	PUNTAJE ASIGNADO
Oferta Económica	<p>La oferta económica que presente el menor valor tendrá 10 puntos, las demás ofertas se les asignará el puntaje de forma proporcional mediante una regla de tres inversa.</p> <p>La oferta seleccionada deberá ejecutar las actividades dentro de las fechas señaladas en el cronograma propuesto por el IFCI; y, estará de acuerdo con las necesidades y servicios solicitados, pudiendo este cronograma ser modificado de mutuo acuerdo por las partes.</p> <p>La comisión de revisión contemplará en su informe al proveedor seleccionado y a dos (2) proveedores siguientes que cuenten con las mejores calificaciones para que exista una lista de prelación en caso de que el</p>	10

16

	proveedor seleccionado no pueda suscribir el convenio y deba ser sustituido.	
--	--	--

La oferta seleccionada deberá ejecutar las actividades dentro de las fechas señaladas en el cronograma propuesto por el IFCI; y, estará de acuerdo con las necesidades y servicios solicitados.

6 Recepción de Postulaciones

Las postulaciones se deberán realizar conforme lo detallado a continuación:

- Las postulaciones se recibirán a través del correo: **gasto.operativo@creatividad.gob.ec.** con copia a: comunicacionifci@creatividad.gob.ec
- El asunto del correo deberá indicar el nombre del gasto operativo al cual postula conforme la siguiente estructura: Gasto Operativo 2024 – **Comunicación**
- Las postulaciones se recibirán hasta el: **24/06/2024 hasta las 24H00**
- Todos los documentos deberán estar debidamente suscritos de manera manuscrita o con firma electrónica.

7 Metodología de Trabajo

Para que el prestador de servicios realice las actividades de comunicación previstas, el IFCI, entregará el Plan Estratégico de Comunicación que contiene el detalle de las características del diagnóstico y los objetivos a llevar a cabo. Entregará, además, el material gráfico institucional e informativo que se requiera y lo pertinente al cronograma general de los concursos públicos y sus respectivos insumos como: bases técnicas, cronogramas y otros, así como información conceptual y resumida sobre los mismos.

El trabajo de supervisión de la institución previo a la ejecución de las actividades previstas, es permanente y podrán solicitarse cambios de ser necesario. El cronograma de entregas de los productos será acordado con el IFCI en función de las necesidades institucionales y pueden ser cambiadas por la institución. La persona responsable de la unidad de comunicación emitirá una autorización previa de satisfacción a la ejecución de las actividades a realizar por parte del prestador de servicios y previa la aprobación del/la administrador/a del convenio.

Al concluir con las actividades el prestador de servicios debe presentar un informe técnico y financiero de cumplimiento del objeto del convenio en función de la propuesta económica presentada y del presente documento con los respectivos respaldos.

8 Plazo

El plazo estimado del convenio será de 18 meses desde la suscripción del mismo. La ejecución del convenio se regirá conforme lo establecido en los cronogramas aprobados para las convocatorias de los concursos públicos planificados en el Plan Operativo de Fomento 2024-2025 y en cronograma de ejecución según las necesidades y aprobaciones de la institución.

9 Documentos habilitantes para la firma del convenio

- En el caso de persona natural: RUC
- En el caso de persona jurídica: RUC y documento de constitución de la persona jurídica.
- En el caso de persona jurídica: Documento que certifique la representación legal de la persona que va a suscribir el convenio.
- Certificado o documento aval que respalde el no presentar deudas con instituciones del Estado, de no incumplimiento de obligaciones o de impedimento (SRI, SERCOP, IESS).
- Formulario del Banco del Estado B.P.
- Certificado de la cuenta bancaria en la que se realizará el desembolso.