

TÉRMINOS DE REFERENCIA

SC-CA-22/2023

Contratación de servicios de agencia de prensa

1. MARCO INSTITUCIONAL

El Instituto Nacional de Empleo y Formación Profesional (INEFOP) es una entidad creada por la Ley N°18.406 del 24 de octubre de 2008 como persona pública no estatal de carácter tripartito. Nuestro propósito es contribuir a la generación de políticas activas de empleo y formación profesional en un marco inclusivo que garantice la formación inicial, continua y eficiente de la fuerza de trabajo, promoviendo un equilibrio productivo entre los intereses de las empresas y los trabajadores.

En línea con nuestra misión, nos complace anunciar una convocatoria para contratar los servicios de una agencia de prensa calificada y experimentada que nos respalde en la expansión de nuestra visibilidad, el fortalecimiento de nuestra imagen institucional y en lograr una comunicación efectiva de nuestros programas y logros ante los medios de comunicación de nuestro país.

El objetivo principal de esta colaboración es mejorar nuestra presencia en los medios y garantizar una difusión adecuada de nuestras iniciativas en relación con el empleo y la formación profesional en nuestro país.

2. ANTECEDENTES

INEFOP ha trabajado con agencias de publicidad y marketing digital para promocionar sus programas y servicios dirigidos a personas, empresas y entidades de capacitación en Uruguay. Sin embargo, hasta ahora no se ha contratado una agencia de prensa para fortalecer el relacionamiento de INEFOP con los medios de comunicación y periodistas.

3. OBJETIVO DE LA CONVOCATORIA

El objetivo de esta convocatoria es seleccionar una agencia de prensa que pueda colaborar con INEFOP en la implementación de una estrategia de comunicación efectiva. La agencia de prensa contratada tendrá como principal objetivo mejorar la visibilidad de INEFOP en los medios de comunicación, fortalecer la imagen institucional y comunicar de manera eficaz los programas y logros a la sociedad.

La agencia de prensa seleccionada desempeñará un papel fundamental en la creación y distribución de comunicados de prensa, notas informativas y material promocional relevante. Asimismo, colaborará en la organización de conferencias de prensa y eventos relacionados con medios de comunicación, gestión proactiva de las relaciones con los medios y periodistas, y monitoreo de la cobertura mediática.

4. OBJETIVOS DE LA CONTRATACIÓN

- **Mejorar la visibilidad y presencia en los medios de comunicación:** El objetivo principal al contratar una agencia de prensa es ampliar y fortalecer la presencia de INEFOP en los medios, logrando una mayor cobertura mediática, visibilidad en los espacios de prensa y aumentando

el alcance de los mensajes y noticias de la organización.

- **Fortalecer la imagen institucional de INEFOP:** La agencia de prensa desempeñará un papel clave en el fortalecimiento de la imagen y reputación de INEFOP. Se buscará construir una imagen positiva, gestionar la percepción pública y comunicar de manera efectiva los valores, logros y actividades de la organización.
- **Comunicar mensajes clave y estratégicos:** La agencia de prensa apoyará a INEFOP en la comunicación efectiva de mensajes clave y estratégicos. Se identificarán los mensajes más relevantes, se adaptarán a los diferentes medios y audiencias, y se asegurará una transmisión clara y coherente.
- **Promover los programas y logros de INEFOP:** La agencia de prensa apoyará en la difusión de los programas, proyectos y logros institucionales.
- **Gestión de crisis y manejo de la reputación:** En situaciones de crisis o eventos que puedan afectar la reputación de INEFOP, la agencia de prensa jugará un papel fundamental en la gestión de la comunicación. Se anticiparán posibles crisis, se desarrollarán estrategias de manejo de la reputación y se gestionará la comunicación de manera eficiente durante momentos difíciles.

5. SERVICIOS REQUERIDOS

La agencia de prensa seleccionada deberá ofrecer los siguientes servicios, enfocados en el trabajo con medios de prensa y periodistas, con el objetivo de lograr una mejor presencia de INEFOP en medios masivos y especializados de comunicación:

5.1 Desarrollo de una estrategia de relacionamiento con medios de prensa de Uruguay:

La agencia de prensa deberá presentar una **estrategia de relacionamiento con medios de prensa en Uruguay**. Esto incluye identificar los medios y periodistas relevantes para INEFOP, desarrollar estrategias de acercamiento a los medios y periodistas clave para el Instituto, definir los mensajes clave y planificar las acciones necesarias para aumentar la visibilidad en dichos medios.

Este punto debe incluir:

- **Diagnóstico y análisis de la situación actual:** Presentación de un informe detallado que analice la situación actual de INEFOP en relación con los medios de prensa y periodistas, identificando puntos fuertes, debilidades, oportunidades y amenazas.
- **Plan de relacionamiento con medios de comunicación:** Elaboración de un plan de relacionamiento con los medios de prensa que establezca los objetivos, metas y tácticas para la interacción con medios y periodistas, alineado con los objetivos de INEFOP.
- **Estrategias de acercamiento a medios y periodistas:** Desarrollo de estrategias específicas para acercarse a los medios y periodistas clave, incluyendo la identificación de oportunidades de colaboración y enfoques personalizados para cada contacto.

5.2 Creación y distribución de contenido:

Generar, en conjunto con INEFOP, kits de prensa, notas, guiones para materiales audiovisuales, textos para materiales informativos y distintos tipos de contenidos dirigido a medios de comunicación y/o formatos institucionales como folletos, presentaciones y página web institucional. La agencia seleccionada también será responsable de la distribución de esos contenidos en los medios de comunicación y periodistas a nivel nacional.

Este punto debe incluir:

- **Creación de artículos informativos** sobre los programas de formación y servicios ofrecidos por INEFOP, destinados a ser publicados en medios impresos o digitales o su utilización según se entienda pertinente.
- **Realización de entrevistas y reportajes** relacionados con las experiencias de los usuarios de los cursos de formación, para su difusión en medios o plataformas digitales de INEFOP.
- **Producción de contenido** para el sitio web de INEFOP, incluyendo artículos, posts y noticias relevantes sobre formación profesional, empleo y desarrollo laboral.
- **Redacción de notas de prensa** para dar a conocer los logros, eventos y actividades de INEFOP a los medios de comunicación y al público en general.
- **Edición y corrección de textos** relacionados con la comunicación institucional de INEFOP para asegurar la calidad y precisión del contenido.
- **Cobertura periodística de eventos** y noticias relacionadas con la formación profesional y el empleo, para mantener informada a la comunidad sobre las novedades de INEFOP.
- **Creación de material visual periodístico**, como infografías y gráficos, para complementar la información de los artículos y reportajes de INEFOP.

5.3 Apoyo en la organización de conferencias de prensa y eventos:

La agencia de prensa apoyará al equipo de comunicación de INEFOP en la coordinación y organización de conferencias de prensa y otros eventos.

Este punto debe incluir:

- **Invitaciones y confirmaciones:** Apoyar el envío de invitaciones a los medios y periodistas seleccionados, y gestión de confirmaciones de asistencia para garantizar una buena asistencia al evento.
- **Elaboración de material informativo:** Creación de material informativo relevante para la conferencia de prensa, como presentaciones, hojas de datos o folletos para los asistentes.
- **Preparación de portavoces:** Entrenamiento y preparación de portavoces de INEFOP para la conferencia de prensa, asegurando que estén bien informados y preparados para responder a preguntas de los periodistas.
- **Gestión de medios:** Atención y recepción de los medios y periodistas acreditados en el evento, facilitando el acceso a la información y coordinando entrevistas y solicitudes adicionales.
- **Seguimiento post-evento:** Realización de un seguimiento posterior al evento, agradeciendo a los asistentes y proporcionando material adicional a los medios y periodistas que lo soliciten.
- **Informe de resultados:** Elaboración de un informe que evalúe el impacto del evento en la cobertura mediática de INEFOP y en el cumplimiento de los objetivos planteados.

6 Servicio de Clipping:

La agencia de prensa llevará a cabo un monitoreo constante de la cobertura mediática relacionada con INEFOP, rastreando y recopilando información acerca de noticias, artículos y menciones en los medios.

Elaborará informes periódicos que evalúen el impacto de las acciones de comunicación por medio de estimación de Retorno de Inversión (ROI) y permitan realizar ajustes estratégicos basados en los resultados obtenidos.

Se solicita el servicio de "clipping" de medios diario de noticias, que además incluya un sistema de envío de alertas en caso de que surja una crisis reputacional (deberá ser cotizado individualmente y desglosado del total).

Este punto debe incluir:

- **Reporte de monitoreo inicial:** Presentación de un reporte inicial que detalla el estado actual de la cobertura mediática de INEFOP, identificando medios relevantes, frecuencia de menciones y temas predominantes.
- **Plan de monitoreo y seguimiento:** Desarrollo de un plan que establezca los parámetros y criterios para el monitoreo de la cobertura mediática, incluyendo palabras clave, fuentes de información y plataformas a utilizar.
- **Servicio de clipping diario de noticias:** Elaboración de clipping diarios que resuman la presencia de INEFOP en los medios, destacando las menciones más relevantes, temas de interés y fuentes de las noticias.
- **Informes mensuales de cobertura:** Elaboración de informes mensuales que resuman y analicen la presencia de INEFOP en los medios durante el periodo, destacando las menciones más relevantes, temas de interés y evolución de la visibilidad en el tiempo. Contemplar la elaboración de un ROI mensual y anual en los reportes.
- **Informes de impacto de eventos:** Elaboración de informes específicos sobre el impacto mediático de eventos organizados por INEFOP, proporcionando datos cuantitativos y cualitativos sobre la visibilidad lograda.

7 EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO DE LA AGENCIA CONTRATADA

Se establecerán indicadores medibles para definir los niveles de éxito de la agencia contratada. Estos indicadores pueden incluir el aumento de la cobertura mediática, el posicionamiento de mensajes clave, la mejora de la reputación o el aumento del alcance en medios.

Indicadores de éxito:

- a. **Número de menciones en medios:** Contabilizar la cantidad de menciones de INEFOP en prensa escrita, radio, televisión y medios digitales durante el período de contratación.
- b. **Alcance de la cobertura:** Medir el alcance estimado de la audiencia alcanzada por las noticias y menciones relacionadas con INEFOP en los medios.
- c. **Retorno de Inversión (ROI):** Cuantificar el valor económico estimado de la cobertura mediática obtenida por INEFOP, calculando el costo que tendría esa misma cantidad de espacio publicitario en medios pagados.

Se programarán reuniones periódicas entre INEFOP y la agencia de prensa para revisar los resultados y realizar ajustes en las estrategias según los objetivos establecidos. Además, se evaluará la satisfacción de INEFOP con el servicio proporcionado por la agencia, considerando la calidad del servicio, la capacidad de respuesta y la proactividad.

8 EVALUACIÓN DE OFERTAS

Para la evaluación de las postulaciones se aplicará al método de Selección Basada en Calidad y Costo (SBCC).

Los criterios a evaluar serán:

- a) Antecedentes de la empresa
- b) Equipo de trabajo
- c) Propuesta técnica

Criterio	Detalle ítem a evaluar	Puntaje máximo
Antecedentes de la empresa	Experiencia de la empresa en el objeto del TdR: con INEFOP, con otros organismos del Estado y en el mercado	20
Equipo de trabajo	Formación y experiencia de los integrantes del equipo dedicados al proyecto en el objeto del TdR, detallando su dedicación (rol y cantidad de horas)	20
Propuesta técnica	<p>Comprensión del objeto del TDR y solidez de la propuesta técnica:</p> <p>Claridad y Coherencia de la Propuesta: (Máximo 10 puntos) La propuesta debe ser clara y fácil de entender, explicando de manera coherente y concisa los servicios que se ofrecen y cómo se llevarán a cabo.</p> <p>Relevancia de las Necesidades: (Máximo 10 puntos) Los servicios propuestos deben ser relevantes para los objetivos y necesidades específicas establecidas en el Término de Referencia (TDR).</p> <p>Resultados Esperados: (Máximo 10 puntos) Se espera que se establezcan claramente los resultados que se anticipan lograr a través de los servicios propuestos y cómo se medirá el éxito de la estrategia.</p> <p>Plan Detallado de Ejecución: (Máximo 10 puntos) La propuesta debe incluir un plan detallado que describa cómo se llevarán a cabo los servicios. Debe incluir los pasos específicos a seguir y los plazos de ejecución detallados.</p> <p>Tecnología y Herramientas Utilizadas: (Máximo 10 puntos) También se evaluará la propuesta en cuanto a las herramientas y sistemas propuestos para el servicio de clipping.</p> <p>Personalización y Adaptabilidad: (Máximo 5 puntos) Se evaluará la capacidad de la agencia para personalizar la estrategia y los servicios de acuerdo con las necesidades específicas establecidas en el TDR.</p> <p>Tiempo y Plazos (Máximo 5 puntos) Los plazos de ejecución propuestos deben ser realistas y estar en consonancia con las necesidades y el cronograma del proyecto de INEFOP.</p>	60
	Total	100

En los criterios detallados, se valorará especialmente:

- Experiencia demostrada en el campo de la comunicación y las relaciones con los medios.
- Conocimiento profundo del entorno mediático local y nacional.
- Capacidad para desarrollar estrategias de comunicación efectivas y creativas.
- Equipo profesional con habilidades de redacción, relaciones públicas y gestión de eventos.
- Referencias y casos de éxito anteriores en proyectos similares.

Etapas de la evaluación:

1) Técnica:

Se procederá en primer lugar a evaluar las propuestas técnicas, descartándose aquellas que no alcancen los 70 puntos.

2) Económica:

Se asignarán 100 puntos a la propuesta de menor costo, y a las demás se les asignará el puntaje inversamente proporcional (que resulta de dividir el costo de la propuesta de menor costo, entre el costo de las demás propuestas y multiplicarlo por 100).

- 3) Posteriormente, se calculará el puntaje final de las propuestas, ponderando con un 80% la propuesta técnica y un 20% la económica.

En caso de surgir un empate en el resultado final, la propuesta con mejor puntaje técnico será la recomendada por el tribunal de selección.

Del resultado de las evaluaciones, surgirá una lista de prelación que tendrá una vigencia de 6 meses y podrá ser utilizada en caso de que el proveedor que resulte en primer lugar no pueda desarrollar la consultoría. INEFOP se reserva el derecho de renegociar las propuestas con los oferentes, así como declararlo desierto.

9 FORMA Y PLAZO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS

Forma de presentación: Para realizar la evaluación técnica y la evaluación económica las propuestas deberán presentarse contemplado la presentación en archivos por separado.

9.1 Para la evaluación técnica deberá incluirse:

a) Criterio: Antecedentes de la empresa:

Presentación de la empresa postulante, detallándose naturaleza jurídica, representante legal y antecedentes en trabajos previos vinculados al objeto del presente llamado (especificando nombre de la organización, fecha del trabajo y referencia para contacto: nombre, mail y teléfono).

Nota: La convocatoria es a empresas. No se habilita la postulación de personas (en forma individual).

b) Criterio: Equipo de trabajo:

Equipo de trabajo propuesto, junto a roles y CV completo de cada integrante detallando la formación y experiencia vinculada al objeto del llamado. (Importante: En el momento que desde INEFOP se considere pertinente se podrá solicitar documentación probatoria de lo indicado en cada CV. Su presentación será requisito excluyente para avanzar en el proceso).

Debe incluirse también el detalle de las horas destinadas por parte de cada integrante del equipo

c) Criterio: Propuesta técnica: propuesta de trabajo con INEFOP explicitando la metodología de trabajo, plan de acercamiento a los medios, soluciones de monitoreo, cronograma de reportes e informes, y todos los elementos que la empresa considere pertinente para la implementación de la consultoría, explicitada para su correcta evaluación.

9.2 Para la evaluación económica deberá presentarse la propuesta por el costo total de los servicios (incluyendo impuestos) y deberá ser presentada en **moneda nacional** (pesos uruguayos). Nota: en caso de que la propuesta no especifique impuestos el costo total que se haya presentado en la propuesta económica, será considerado como valor final para INEFOP.

Las ofertas serán recibidas en el correo electrónico servicios@inefop.org.uy hasta el **viernes 12 de enero de 2024 a las 23:59 hs.**

En el asunto del mail se deberá indicar "Agencia de Prensa INEFOP". Se enviará acuse de recibo por todas las propuestas recibidas que cumplan con los requisitos formales establecidos en este mismo apartado.

Las consultas se atenderán hasta 2 días hábiles previos al cierre de la convocatoria al correo: servicios@inefop.org.uy

Importante: se realizará un espacio de consultas (en fecha a informar en web de INEFOP) y posteriormente, una sistematización de las consultas que puedan surgir en el marco de este proceso con sus correspondientes respuestas, para conocimiento de todas las empresas interesadas en este proceso competitivo.

10 CONDICIONES DE LA CONTRATACIÓN, PLAZO Y FORMA DE PAGO

- El formato de pago será de “fee mensual” por los servicios requeridos.
- El contrato de trabajo tendrá una duración inicial de 12 meses, con la posibilidad de renovarse por el mismo período de tiempo, sujeto a una evaluación de resultados.
- El contrato y trabajo de la agencia estará sujeto a entregables acordados, al cumplimiento de horas de trabajo mensuales y a resultados alcanzados a definir en conjunto entre INEFOP y la agencia seleccionada.

11 INCOMPATIBILIDADES

No podrán participar del proceso competitivo en calidad de Proveedores quienes estén incluidos en las siguientes categorías:

- a) Funcionarios de INEFOP y servicios personales con contrato vigente con el Instituto
- b) Asesores de Directores de INEFOP con contrato vigente
- c) Personas que se vinculen por lazos de parentesco dentro del segundo grado de consanguinidad y afinidad, matrimonio o unión concubinaria con las categorías antedichas
- d) Ex integrantes de cualquiera de las categorías antedichas, siempre que exista conflicto de interés evidente

Todas las postulaciones deberán contener la Declaración de Integridad e Independencia explícita en este sentido y ante su ausencia la propuesta no será considerada.

12 DERECHO DE PROPIEDAD Y CONFIDENCIALIDAD

Los derechos de Propiedad Intelectual y todos los documentos producidos en ocasión de este llamado serán de propiedad de INEFOP quedando comprendidos entre otros, la titularidad de los derechos sobre diseño y toda información generada en el marco de la presente consultoría. No se podrá compartir ni difundir la información producida de este trabajo con otros organismos o personas.

13 EQUIPO DE SEGUIMIENTO Y COORDINACIÓN

La empresa seleccionada reportará su trabajo al Gerente de Comunicación y Experiencia de Usuario.

14 COMUNICACIONES

Las comunicaciones se realizarán a la dirección de correo electrónico que declaren al momento de la presentación de la propuesta. Si ante la notificación correspondiente la empresa interesada no se presenta transcurridos (5) cinco días hábiles, se tendrá por desistido de la gestión a todos los efectos.

Los interesados podrán solicitar aclaraciones o consultas específicas derivadas de la interpretación del presente documento al correo: servicios@inefop.org.uy

15 ANEXOS

- Anexo 1: Declaración de integridad e independencia