Ministerio de Turismo
REPUBLICA DOMINICANA

Programa Integral Desarrollo Turístico y Urbano
Ciudad Colonial, Santo Domingo

BID

TÉRMINOS DE REFERENCIA PARA FIRMA CONSULTORA

Método de Selección: Selección Basada en la Calidad y el Costo

PRELIMINARES

Actividades 4.9.1 - 4.9.6
Gestión e Implementación de Estrategias de Comunicaciones Públicas del Programa y Creación Página Web del Programa

NOTA: La información en los presentes términos de referencia preliminares, incluyendo los criterios de selección y conformación del equipo, no son vinculantes para fines de la expresión de interés. Estos pretenden servir de orientación del perfil que será requerido a las firmas/APCAS que formen parte de la Lista Corta, por lo cual pueden sufrir cambios. Los términos de referencia definitivos serán establecidos en el Documento de Solicitud de Propuestas (SDP) que será remitido solo a las firmas seleccionadas como parte de la Lista Corta.

Para fines de la expresión de interés las firmas deben demostrar sus cualificaciones y experiencia para ofrecer los servicios requeridos, según se expresa en el correspondiente aviso de expresión de interés. La documentación presentada debe demostrar experiencia previa en servicios similares y capacidad para asumir la provisión de los servicios en los términos presentados en estos términos de referencia.

TABLA DE CONTENIDO

I. ANTECEDENTES

II. OBJETIVOS DE LA CONSULTORÍA

2.1 Objetivo General
2.2 Objetivos Específicos

III. ALCANCE DE LA CONSULTORÍA

3.1 Metodología
3.2 Actividades

IV. PRODUCTOS ESPERADOS Y ENTREGABLES

V. FORMATO PARA LA PRESENTACIÓN DE DOCUMENTOS

VI. REPORTE Y COORDINACIÓN

VII. ÁMBITO DE EJECUCIÓN

VIII. PLAZO DE EJECUCIÓN

IX. ESQUEMA Y FORMA DE PAGO

X. CONDICIONES ESPECIALES

XI. PERFIL DEL EQUIPO PROFESIONAL REQUERIDO

XII. MÉTODO DE SELECCIÓN

XIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y SELECCIÓN

PRELIMINARES

I. ANTECEDENTES

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Estado Dominicano suscribieron en fecha treinta (30) de abril del año dos mil diecinueve (2019) el Contrato de Préstamo No. 3879/OC-DR, para la ejecución del Programa Integral de Desarrollo Turístico y Urbano de la Ciudad Colonial de Santo Domingo ("PIDTUCCSD" o el "Programa"), a ser ejecutado por el Ministerio de Turismo (MITUR), por intermedio de la Unidad Coordinadora del Programa (UCP), y en coordinación con el Ayuntamiento del Distrito Nacional (ADN) y el Ministerio de Cultura (MINC).

El Programa tiene como objetivo la revitalización de la Ciudad Colonial de Santo Domingo ("CCSD") en sus aspectos urbanos, económicos y de turismo cultural, a través de: (i) la recuperación de espacios públicos y monumentos históricos; (ii) el mejoramiento de las condiciones de habitabilidad para los residentes; (iii) el desarrollo de las economías locales; y (iv) el fortalecimiento de la gestión de la CCSD. El Programa beneficiará a: (i) los residentes de la CCSD; (ii) los comerciantes de la zona, especialmente a las medianas y pequeñas empresas; y (iii) los turistas locales y extranjeros.

Para alcanzar el objetivo indicado en el párrafo anterior, el Programa comprende los cuatro componentes siguientes:

PRELIMINARES

I. Consolidación de la oferta de turismo cultural;
II. Mejora de las condiciones de habitabilidad de los residentes de la CCSD;
III. Desarrollo de las economías locales de la CCSD; y,
IV. Fortalecimiento de la Gestión Turística, Cultural y Urbana.

Desde la concepción inicial del Programa se identificaron dos aspectos claves para el éxito de este:

i) ***Contar con un plan de comunicación estratégico*** en el que tanto las instituciones como la sociedad civil puedan participar en su desarrollo; y
ii) ***Sensibilizar a la población local*** hacia los procesos a ser desarrollados por el Programa y hacia la actividad turística.

En la capital de la República Dominicana está ubicada la Ciudad Colonial de Santo Domingo ("CCSD"), fundada en 1502 por los conquistadores españoles, es el núcleo urbano más antiguo de Santo Domingo, reconocida por ser la primera ciudad europea del llamado "Nuevo Mundo".

En 1990 la UNESCO la declaró patrimonio de la humanidad y hoy día constituye uno de los cascos históricos más emblemáticos del Caribe. Actualmente es el lugar donde convergen familias, diversidad de comercios, entidades culturales, tiendas de artesanía y ventas de comestibles. La "Zona Colonial", Ciudad Colonial o Centro histórico, como también se le llama, es una especie de universo con vida propia, una ciudad interesante y vetusta, tapizada de adoquines y que guarda "mucho más que historia."

Por estas características y para garantizar una ejecución fluida del programa para la puesta en valor de la CCSD en sus aspectos urbanos, económicos y de turismo cultural, es necesario dar a conocer de forma clara y oportuna los alcances y beneficios en el corto, mediano y largo plazo para los sectores sociales, económicos, culturales y demás relacionados con este importante entorno urbano y su contexto. Es por ello que se requiere un plan de comunicación que contemple estrategias de carácter omnicanal, capaz de generar y establecer diálogos, empatías y proyectar una buena imagen con sus diferentes audiencias.

A la luz del siglo XXI, las redes sociales y los elementos visuales son recursos cada vez más relevantes y sensibles en la tarea de apoyar el plan de comunicación y sensibilización general sobre el Programa, así como aprovechar sus tribunas para alcanzar mejores resultados.

En esa dirección, es necesario contratar los servicios técnicos de una firma especializada que desarrolle el Plan Estratégico de Comunicación del PIDTUCCSD, que incluya el manejo de redes y generación de contenido en concordancia con los objetivos del Programa y su Unidad Coordinadora (UCP), estableciendo una empatía con sus audiencias. Estos Términos de Referencia contienen el perfil y las informaciones relevantes para la contratación de la referida firma.

PRELIMINARES

II. OBJETIVOS DE LA CONSULTORÍA

II.1. Objetivo General

Tomando en cuenta las fortalezas, las necesidades y capacidades comunicacionales de las diferentes entidades gubernamentales involucradas en el Programa, y en coordinación con la UCP, diseñar e implementar una estrategia de comunicación que facilite el exitoso cumplimiento del Programa. La consultoría deberá tomar en cuenta también la participación de la sociedad civil como agentes activos, para garantizar la difusión oportuna de las informaciones de interés público.

II.2. Objetivos Específicos

II.2.1. Generar un Plan de Comunicación, desarrollar que incluye una estrategia de gestión de la comunicación y relaciones públicas necesarias para proyectar un entendimiento del impacto positivo del Programa, sus actividades y productos. La estrategia debe incluir:

i. La sensibilización de la población local hacia los procesos a ser desarrollados por el Programa y hacia la actividad turística en general, para ayudar a generar una percepción del programa como algo positivo y beneficioso para el país.

ii. La coordinación adecuada de la participación, en sus respectivos roles, de los diferentes actores involucrados en los proyectos que conforman el alcance del Programa.
iii. La aceptación del Programa en la sociedad civil y público general, haciendo viable su ejecución en el menor tiempo posible y evitando la generación de conflictos.
iv. Afianzar la credibilidad en el Programa y sus ejecutores, mediante la proyección de las capacidades técnicas y la experiencia en el desarrollo de proyectos arquitectónicos de conservación del patrimonio y el compromiso hacia la protección de la cultura e historia de la CCSD; así como la transparencia en el manejo de los recursos y cualquier otro elemento identificado como fortaleza de las instancias ejecutoras.
v. El posicionamiento en las diferentes plataformas de la CCSD como destino turístico, como complemento del plan de mercadeo.
vi. El uso eficiente y efectivo de los diferentes canales de comunicación, mediante la emisión de mensajes y contenido oportuno, directo al público objetivo.
vii. Aprovechamiento de las redes sociales y vías digitales para generar imagen positiva de los proyectos y diálogo con su público.

II.2.2. Potencializar el mecanismo de prevención y manejo de crisis, a partir el análisis de los escenarios presente y previstos en el corto, mediano y largo plazo, que garantice la eliminación o mitigación del impacto de estas en la ejecución del Programa, así como en la aceptación de los productos finales entregados a las instancias correspondientes y la sociedad en general.

PRELIMINARES

II.2.3. Diseñar los procedimientos de respuesta efectiva ante los conflictos de diversas índoles que pudieran presentarse durante la ejecución del Programa, basados en la experiencia y conocimiento de los sectores involucrados, incluidos los que conforman el mecanismo de gobernanza del Programa.

II.2.4. Capacitar los voceros y otras personas que tienen un rol importante en la exitosa ejecución del Programa, de acuerdo con las mejores prácticas internacionales en la comunicación en la gestión urbana.

II.2.5. Gestionar, de forma eficiente y eficaz, el manejo de crisis de comunicación acorde a los protocolos establecidos en el Plan de Comunicación Estratégica.

II.2.6. Diseñar la identidad visual institucional del Programa, incluyendo el manual de uso de estas.

II.2.7. Diseñar y poner en funcionamiento la página web del Programa, acorde a los lineamientos y objetivos del Plan de Comunicación, así como la identidad institucional y su línea gráfica.

III. ALCANCE DE LA CONSULTORIA

3.1 Metodología

El Plan de Comunicación Estratégica del Programa es una hoja de ruta donde se plasma la forma en la que este va a comunicarse con su público y cuándo. En él se establecen de forma clara los objetivos de comunicación que se quieren alcanzar. Además, facilita un orden de las tareas y acciones que se realizarán.

En la actualidad, el Programa cuenta con la conceptualización del plan de comunicación que será la base para desarrollar el Plan de Comunicación. La firma consultora deberá realizar las investigaciones documentales y experienciales necesarias para alcanzar un buen entendimiento tanto de los alcances del Programa, como de sus interlocutores y sectores interesados.

Mediante esta consultoría, deberá asesorar y apoyar a la Unidad Coordinadora del Programa (UCP) en lo relacionado al manejo de las comunicaciones, aportando una mirada crítica, desde la perspectiva de especialistas en las diferentes áreas vinculadas, en consonancia con la intención de alcanzar el propósito de "***hacerlo bien y comunicarlo mejor***".

PRELIMINARES

firma deberá desarrollar una estrategia de comunicación ante el escenario actual y el futuro previsto, incluyendo temas críticos y polémicos, así como los logros alcanzados, cuya promoción adecuada mejore la aceptación del Programa en los sectores de interés. A estos fines, brindará una asesoría y acompañamiento fundamentados en las siguientes líneas de acción:

- Definición de las posturas oficiales del MITUR y el Programa con relación a los temas más debatidos en la opinión pública vinculados al mismo, a la Ciudad Colonial, al turismo y cualquier otro tema afín. Se deberá identificar qué comunicar, cuándo comunicarlo y a través de cuales medios, manteniendo siempre una comunicación proactiva.
- Mapeo de los públicos y sectores interesados o *stakeholders*, **personas/instituciones claves,** con miras al fortalecimiento del plan de relacionamiento del Programa.
- Definición de estrategias claras, concisas y factibles, para la respuesta y aproximación a los medios de comunicación y actores públicos en los momentos que sea requerido por parte del Programa, ya sean momentos de crisis o de comunicación rutinaria.
- Identificación y búsqueda continua de alianzas estratégicas.
- Aprovechamiento de las redes sociales y los nuevos medios de comunicación masiva.

En particular, esta consultoría contempla la solución satisfactoria para el Programa de las crisis mediáticas que haya de enfrentar durante su ejecución, así como la comunicación

efectiva de las informaciones de interés público, avances, resultados, concursos, procesos de contratación y demás temas que deban ser publicitados adecuadamente.

Como parte del alcance de los servicios, la firma consultora deberá proyectar y publicitar las acciones que tiendan a fortalecer la confianza de la ciudadanía en los cambios que se proponen para revitalizar la CCSD, y estén acordes a las mejores prácticas de transparencia. De igual modo, deberá promover la sensibilización, identificación y comprensión de la población local sobre el Programa y de la actividad turística; apoyado en medios de difusión novedosos que lleguen tanto a los residentes, como a los visitantes nacionales y extranjeros.

Para la ejecución de los Servicios, la firma consultora desarrollará una metodología participativa, en la que interactuará con el personal del área de comunicaciones y el área social del Programa, así como con los diferentes coordinadores de la UCP, a fin de establecer una retroalimentación fluida y oportuna, en procura del logro de los objetivos.

A fin de cumplir satisfactoriamente con los objetivos de los Servicios, deberá proveer los recursos humanos suficientes, en cantidad y con las cualificaciones óptimas, necesarias para el desarrollo y ejecución de los servicios contratados según el alcance descritos en estos términos de referencia.

PRELIMINARES

3.2 ACTIVIDADES

Sin perjuicio de las demás obligaciones puestas a su cargo en virtud del Contrato, y sin que la siguiente enumeración se considere limitativa, sino simplemente enunciativa, en el entendido de que la firma deberá realizar todas aquellas actividades necesarias para garantizar el logro de los objetivos propuestos, compromete y obliga a realizar las siguientes actividades:

3.2.1 Desarrollo del Plan de Comunicación Estratégico:

i. Elaborar los mapas de poder, perfiles de público clave, plan de relacionamiento, desarrollo de plataforma de mensajes.
ii. Elaborar una presentación con los datos relevantes de interés para cada público y documentos de preguntas y respuestas frecuentes.
iii. Realizar la gestión de medios, mediante la participación, supervisión y asesoramiento en todas las acciones mediáticas que realice el Programa.
iv. Desarrollar un plan de estrategia de relacionamiento con los medios y definir los lineamientos claves para tener la presencia adecuada en los medios de comunicación en conjunto con la unidad de comunicaciones del programa
v. Diseñar una campaña publicitaria para sensibilización acerca del Programa, que incluya elementos visuales para utilizar en redes sociales y exposiciones temporales de interés.

vi. Diseñar y producir cinco audiovisuales sobre el Programa, sus objetivos, alcances y avances, que permitan su actualización periódica y su difusión por medios de comunicación convencionales (radio, televisión, etc.) y redes sociales.
vii. Impresión de materiales informativos, como revistas, brochures, catálogos, informes y otros similares.
Producción e impresión de artículos promocionales relacionados a las actividades de los distintos componentes del Programa.

3.2.2 Diseño de Identidad Visual Institucional

i. Desarrollar la identidad institucional y línea gráfica del Programa, acorde a la misión y valores de este.
ii. Registrar la identidad visual (logotipo) en la Oficina Nacional de Propiedad Intelectual (ONAPI).
iii. Elaborar el manual de uso de la identidad institucional.

3.2.3 Diseño y puesta en funcionamiento de página web del Programa.

i. Diseñar y dejar en funcionamiento la página web del Programa, acorde con la identidad institucional y naturaleza institucional, dotándola de una interfaz de fácil navegación Revisar y analizar los diferentes proyectos que conforman el Programa, sus objetivos e impactos; así como la interrelación entre ellos.
ii. Revisar los recursos culturales turísticos que serán incluidos en la página web, planteando alternativas para mercadear los productos nacional e internacionalmente.
iii. Proponer y desarrollar los contenidos permanentes y específicos a ser publicados en la página web, que incluya información precisa sobre los recursos y actividades culturales, servicios ofrecidos, oferta complementaria, principales rutas turísticas, mapas de localización y forma de llegar, entre otros; integrando un espacio en la página para dar a conocer las actividades que forman parte del plan de animación urbana, la agenda semanal y mensual y promociones de las actividades de interés para el turista y residente.
iv. Proponer la integración en la página web de actividades e información de valor turístico desarrolladas en el área metropolitana de Santo Domingo, fuera de la CCSD.
v. Identificar las páginas electrónicas de instituciones públicas o privadas, relacionadas con el Programa y la CCSD, a fin de evaluar e incluir, cuando sea viable, el enlace con la página web del Programa.
vi. Proponer y diseñar el contenido de los Boletines Informativos Bimensuales del Programa, y de cualquier otro que se defina dentro del Plan de Comunicación, incluyendo la redacción, corrección de estilo, sintaxis,ortografía, su pertinente difusión y reporte de impacto.

PRELIMINARES

3.2.4 Acompañamiento a la UCP durante las fases de implementación del plan de comunicación.

i. Diseñar los instrumentos de seguimiento y evaluación del cumplimiento de los objetivos del plan de comunicación, incluyendo el diseño de encuestas, mapeos y otros métodos similares.
ii. Monitorear y dar seguimiento a la implementación del Plan de Comunicación, a fin evaluar su efectividad en el logro de los objetivos.
iii. Participar en reuniones que faciliten la articulación de los equipos y cumplimiento de los propósitos del Programa.
iv. Coordinar y dar seguimiento a la convocatoria y desarrollo de las ruedas de prensa que se realicen por parte del Programa, en conjunto con la Unidad Coordinadora del Programa y los departamentos de Prensa y Relaciones Públicas del MITUR.
v. Identificar oportunidades, diseñar y desarrollar jornadas de capacitación para el equipo de comunicación de la Unidad Coordinadora y públicos estratégicos de la "Ciudad Colonial". Ejemplo: vocería institucional, manejo de crisis, historia y evolución de la "Ciudad Colonial", actualización sobre el comportamiento de los medios tradicionales y la esfera digital, cómo establecer vínculos con los medios informativos, manejo de redes sociales, entre otros.
vi. Elaborar los calendarios de actividades para el relacionamiento con la comunidad, en coordinación con las Coordinaciones de Ejecución de la UCP y con la Unidad de Atención Social del Programa.
vii. Definir y organizar los eventos informativos y de socialización a ser desarrollados antes y durante los procesos de ejecución de las obras, sobre todo las que impactan el espacio público.
viii. Ofrecer orientación a la UCP para el aprovechamiento, en términos comunicacionales, de los conocimientos y experiencias en temas especializados de los contratistas y consultores contratados por el Programa.
ix. Supervisar y evaluar el rendimiento del encargado de manejo de redes sociales y medios digitales interno de la Unidad Coordinadora del Programa.
x. Desplegar campañas de sensibilización para audiencias clave y acorde a los objetivos del Programa, incluyendo el Mecanismo de Quejas y Reclamos del Programa que gestiona la Unidad de Atención Social.
xi. Colocación de publicidad y en diversas plataformas mediáticas.
xii. Gestionar la selección de medios de comunicación para cada actividad y gestionar la convocatoria de medios.
xiii. Movilizar y gestionar encuentros con influenciadores para apoyar los proyectos.
xiv. Redactar los documentos comunicacionales: casa de mensajes, discursos, notas de prensa.

PRELIMINARES

IV. PRODUCTOS ESPERADOS Y ENTREGABLES

Los productos esperados de la firma consultora son de naturaleza cualitativa y, por tanto, no constituyen en sí mismos productos concretos. No obstante, los indicadores para la

evaluación de los resultados alcanzados serán expresados en función del cambio de percepción en el público general y los sectores particulares involucrados. A estos fines, se tomarán en cuenta las publicaciones relativas al Programa y la CCSD realizadas en los medios de comunicación particulares y masivos; así como los consensos con las instituciones públicas, privadas, gremiales y otras involucradas en los conflictos puntuales que pudieran surgir durante la ejecución del Programa.

A fin de facilitar el seguimiento de los Servicios y la evaluación del cumplimiento de los objetivos, la firma consultora deberá presentar los documentos siguientes:

Producto P-1: a entregarse dentro de los cuarenta y cinco (45) días calendario contados a partir de la firma del contrato, y que contendrá:

i. Diagnóstico comunicacional del programa
ii. Protocolo General de manejo de crisis.
iii. Mapeo de públicos, con énfasis en generadores de opinión, medios de comunicación y grupos de poder, Debe incluir sus contactos.
iv. Programa de actividades de capacitación para el personal de la UCP.
v. Revisión, reestructuración y desarrollo del Plan de Comunicación.

Producto P-2: a entregarse dentro de los sesenta días (60) días a calendario contados a partir de la firma del contrato, y que contendrá:

PRELIMINARES

i. Diseño de la identidad institucional y manual de identidad institucional del Programa.
ii. Diseño de la página web del Programa.
iii. Diseño de campaña publicitaria para sensibilización acerca del Programa, que incluya elementos visuales para utilizar en redes sociales y exposiciones temporales de interés.
iv. Diseño y producción de cinco audiovisuales sobre el Programa, sus objetivos, alcances y avances.

Producto P-3: Informes mensuales sobre el desarrollo de los trabajos realizados, que incluirá:

i. Descripción de estrategia
ii. Acciones implementadas
iii. Objetivos alcanzados
iv. Plan de acción programado
v. Dosier con los documentos justificativos de las acciones implementadas
vi. Artículos e informaciones relevantes publicadas en diferentes medios acerca del Programa o temas de su interés.
vii. Cualquier otra información que se considere pertinente (reporte de medios, visitas realizadas, entrevistas, fotografías, etc.).

Producto P-4: Informe Final, a ser presentado dentro de los setenta y cinco (75) días calendario contados a partir de la firma del contrato, que contendrá una síntesis sobre el

proceso completo de desarrollo e implementación del plan de comunicaciones, que incluirá lecciones aprendidas y recomendaciones.

Producto P-6: Informes especiales sobre situaciones puntuales, racionalmente requeridos por la UCP, cuyo contenido dependerá de la naturaleza de cada caso. A modo indicativo, estos informes podrán incluir los antecedentes de la situación, análisis de contexto e involucrados, impacto sobre el Programa y sus objetivos, recomendaciones, observaciones, entre otros.

V. FORMATO PARA PRESENTACIÓN DE INFORMES

Los formatos de presentación de la documentación cumplirán con las siguientes características:

INFORMACIÓN IMPRESA:

1. Papel tamaño carta (8 1/2" x 11"), firmados y sellados en la portada y última hoja, e inicializados en las demás. De requerirse la inclusión de documentación adicional en formatos de mayor dimensión, deberán escogerse los que después de doblados queden en 8 ½" x 11".
2. La información gráfica se entregará en función de la naturaleza de su contenido, todos los informes en un formato que garantice su fácil visualización. Los catálogos o galerías de imágenes deberán ser impresos en full color.
3. Todas las páginas de los informes deberán estar firmadas por el ~~Consultor.~~

PRELIMINARES

INFORMACIÓN DIGITAL:

1. Copia fiel escaneada del informe impreso (que contenga la firma del representante de la firma consultora)
2. Textos: Adobe PDF y en el formato original del programa en el que fue creado, compatible con Microsoft.
3. Hojas de cálculos (Base de datos, análisis, etc.): Microsoft Excel.
4. Cronogramas: MS Project o similar compatible.
5. Material fotográfico: formatos PDF, JPG o GIF, en alta resolución.
6. Material gráfico, audiovisual y otros: en alta resolución, en formatos PDF, JPG o GIF, y también en editable en su formato nativo en el que fue generado.
7. Planos: vector, DWG, DXF, AutoCAD o afines.

CANTIDAD DE COPIAS:

Todo informe elaborado como parte de la consultoría deberá ser presentado en medio digital y, cuando así se requiera también en formato impreso. La cantidad de informes impresos será la indicada a continuación:

- Un (1) original y copia digital: para reposar en el expediente correspondiente en el archivo general del Programa.
- Un (1) original y copia digital: para la solicitud de pago y reposar en el archivo del Área Financiera. Este original solo se entregará cuando el informe constituya el soporte para la realización de un pago al Consultor o un tercero (consultores o contratistas de obras).
- Una (1) copia impresa y digital: para consulta o uso cotidiano (esta copia solo se entregará cuando el informe contenga elementos para su implementación).

VI. REPORTE Y COORDINACIÓN

La firma consultora trabajará en consonancia con el Especialista de Comunicación de la UCP y será supervisado por la Coordinación General de la UCP a través del Coordinador de Proyectos Museográficos y Comunicación Visual. Con el objetivo de hacer más eficiente la prestación de los Servicios, se definirá un plan de trabajo que permita alcanzar los objetivos propuestos con prontitud y acorde a la planificación general.

Conforme a la metodología de trabajo, se definirán los procedimientos que se seguirán para garantizar un flujo de información y una retroalimentación que permita alcanzar el logro de los objetivos del Sistema de Calidad y del Programa, en tiempos oportunos, conforme a la planificación oficial.

PRELIMINARES

VII. ÁMBITO DE EJECUCIÓN

La firma consultora prestará los Servicios en sus oficinas habituales, con domicilio conocido y accesible, teniendo como referencia geográfica y punto de apoyo para las labores del Plan de Comunicaciones, las oficinas de la UCP ubicadas la Sede del MITUR, Ave. Luperón esq. Cayetano Germosén, en las oficinas del Programa ubicadas en el Edificio Saviñón, en la Ciudad Colonial; o en cualquier lugar ubicado dentro de la ciudad de Santo Domingo de Guzmán al cual pudieran trasladarse las oficinas técnicas del Programa y/o el MITUR. La UCP proveerá información oportuna para el correcto desarrollo de sus funciones. Como parte de sus funciones, la Agencia deberá trasladarse, tantas veces sea requerido de acuerdo con la metodología aprobada, así como a otros lugares donde se realicen actividades concernientes a sus responsabilidades.

VIII. PLAZO DE EJECUCIÓN

Los servicios serán requeridos por un período de treinta y seis meses (36) meses, mediante contratos anuales renovables en función del desempeño de la firma consultora. No obstante, el período vigente para cada contratación será exclusivamente el estipulado en el contrato suscrito al efecto con la firma consultora.

La duración total de los Servicios se divide en dos (2) etapas:

Fase	Descripción	Duración prevista
I	Diagnóstico comunicacional, desarrollo de manual de crisis, y de la identidad visual institucional.	2 meses
II	Acompañamiento a la UCP en la implementación del plan de comunicación, en crisis comunicacionales y apoyo en la gestión de la página web del Programa.	12 meses

X. CONDICIONES ESPECIALES

1. Derechos de Propiedad:

Todos los documentos, informes, recursos audiovisuales, planes y otros similares; elaborados y/o producidos por la firma consultora dentro del alcance de los servicios, serán propiedad del MITUR, en su calidad de organismo ejecutor del Programa. De igual modo, todos los borradores y materiales obtenidos durante los servicios deberán ser entregados a la UCP al concluir la misma. No podrá publicar o hacer otro uso de tales materiales sin la aprobación previa por escrito del MITUR.

PRELIMINARES

Los derechos patrimoniales y de explotación de todas y cualquier obra creada en el marco de la presente consultoría, quedan cedidos de forma exclusiva al MITUR en tanto obra por encargo, sin perjuicio de los derechos morales establecidos en el artículo 17 de la Ley No. 65-00 sobre Derechos de Autor, según estos apliquen dependiendo de la naturaleza de los productos; y sin que medie remuneración adicional a estos fines.

Adicionalmente, la firma consultora no podrá explotar, ni divulgar, o de ninguna otra forma utilizar los documentos, contenidos e imágenes, constituyan estos productos finales o parciales, sin la aprobación previa por escrito del MITUR. En consecuencia, queda prohibido a la firma consultora las siguientes actividades: i) utilizar o proporcionar a terceros textos, documentos, dibujos, audiovisuales, locuciones, fotografías, imágenes o cualquier otro elemento producido en ocasión de los servicios contratados, ii) publicar total o parcialmente el contenido de los documentos previamente enunciados.

En todo caso, la firma consultora será responsable de los daños y perjuicios que deriven del incumplimiento de estas obligaciones. Dicho incumplimiento será considerado como falta grave y podrá conllevar a la rescisión de cualquier contrato de servicios mediante el cual se documente la contratación de los servicios descritos aquí. La UCP y el MITUR se reservan el derecho de emprender acciones legales en caso de incumplimiento del Consultor, en función de la falta cometida y la legislación aplicable.

2. Confidencialidad

Durante la vigencia de este Contrato y dentro de los dos (2) años siguientes a su término, el la firma consultora y su personal no podrán revelar ninguna información confidencial o de propiedad del Programa, el MITUR, el BID y/o las instituciones involucradas con el Programa, a la cual tenga acceso de manera expresa o incidental, relacionada con los servicios o las actividades u operaciones de las instituciones previamente mencionadas, salvo aquellas que le fueran requeridas mediante los procesos judiciales o extrajudiciales correspondientes conforme las leyes de la República Dominicana.

La firma consultora no podrá compartir información relativa al Programa con sus otras oficinas de la red internacional.

3. Participación en otras Actividades

La firma consultora se compromete, durante la prestación de los servicios y durante un periodo de doce (12) meses inmediatamente posteriores a la terminación de estos, a representar el Programa, y a solicitud de la Coordinación General, en las actividades de carácter público y privado en las cuales se requiera su participación para tratar aspectos de carácter técnico relacionados con los servicios contratados, incluyendo la participación (como ponente o público) en charlas, conferencias, debates, actividades académicas, así como declaraciones de prensa radial, escrita y televisiva, cuando le fuera delegado por la Coordinación General.

PRELIMINARES

XI. PERFIL DEL EQUIPO PROFESIONAL REQUERIDO

1. Perfil de la Empresa

i. Elegibilidad acorde a las políticas del BID GN-2350-15
ii. Contar con un equipo multidisciplinario de profesionales, con conocimientos en diversas áreas como derecho, comunicación, mercadeo, publicidad, periodismo, relaciones industriales e internacionales.

iii. Acreditar la experiencia siguiente:

a) Al menos diez (10) años de especialización en áreas de comunicación corporativa o institucional y relaciones públicas.
b) Al menos cinco (5) proyectos de diseño de planes de comunicación corporativa o institucional, relaciones públicas, comunicación estratégica y focalizada.
c) Al menos tres (3) proyectos de diseño e implementación de manejo de crisis, cuyas resoluciones se consideren exitosas para el cliente.
d) Al menos tres (3) diseños e implementaciones de planes de sensibilización en programas o proyectos con impacto social.
e) Al menos dos (2) proyectos de diseño y programación de páginas web.

La firma consultora deberá presentar documentos probatorios (carta de referencia, certificado de buen cumplimiento, o documentos similares) que avalen las experiencias en los proyectos indicados previamente.

2. Profesional Clave

La firma consultora incluirá en su propuesta el personal profesional y técnico con las cualificaciones adecuadas para la correcta prestación de los Servicios. Deberá incluir en su plan de trabajo la estructura del equipo y sus responsabilidades.

Todo el personal profesional y técnico del contratista deberá satisfacer los requisitos de elegibilidad contemplados en las Políticas para Selección de Consultores Financiados por el Banco Interamericano de Desarrollo, GN-2350-15. De igual modo, deberán presentar las acreditaciones de los gremios o colegios profesionales correspondientes, cuando aplique.
El equipo de profesionales deberá estar integrado por al menos el siguiente personal clave:

11.2.1. Coordinador de Proyecto (Personal Clave B.1)

PRELIMINARES

Desarrollará las labores de dirección del equipo técnico, enlace entre el Consultor y la UCP. Deberá poseer el perfil siguiente:

a. **Formación profesional:** título universitario con grado de licenciatura en Comunicación Social, Periodismo o áreas afines, preferiblemente con especialización en comunicación estratégica.
b. **Experiencia profesional general en áreas de comunicación:** al menos diez (10) años, contados desde la obtención del primer título académico.
c. **Experiencia profesional específica:**
    i. Coordinador de al menos dos (2) proyectos de diseño e implementación de planes de comunicación para proyectos turísticos y de impacto social, preferiblemente ejecutados en contextos urbanos.
    ii. Al menos tres (3) proyectos de diseño e implementación de planes de comunicación estratégica.

11.2.2 Especialista en planes de sensibilización (Personal Clave B.2)

a. **Formación profesional:** título universitario con grado de licenciatura en Comunicación, Sicología, Sociología, Gestión turística, Publicidad o carreras afines al tema.
b. **Experiencia profesional general:** al menos cinco años (5) años, contados desde la obtención del primer título académico.

c. **Experiencia profesional específica:** acreditar experiencia profesional específica de al menos tres (3) diseños e implementación de planes de sensibilización de proyectos con impacto social.

11.2.3 Especialista en relaciones públicas y manejo de crisis (Personal Clave B.3)

a. **Formación profesional:** título universitario con grado de licenciatura en comunicación, sociología, psicología o carreras afines al tema. Preferiblemente con especialización es relaciones públicas corporativas y manejo de crisis.
b. **Experiencia profesional general:** al menos cinco años (5) años, contados desde la obtención del primer título académico.
c. **Experiencia profesional específica:** acreditar experiencia profesional específica de al menos tres (3) proyectos de Relaciones Públicas, difusión de información, construcción de mensaje y promesa de comunicación, Manejo de Crisis y asuntos públicos, preferiblemente en proyectos de impacto social en contextos urbanos.

11.2.4 Especialista en desarrollo de identidad visual y corporativa (Personal Clave B.4)

PRELIMINARES

a. **Formación profesional:** Profesional con título de licenciatura en comunicación, publicidad y disciplinas afines.
b. **Experiencia profesional general:** al menos cuatro (4) años, contados desde la obtención del primer título académico.
c. **Experiencia profesional específica:**
   i. (3) diseños de identidad institucional y/o marcas comerciales.
   ii. (3) proyectos de elaboración de contenidos escritos y audiovisuales para entornos digitales.
   iii. manejo de redes sociales de instituciones gubernamentales, ONG o cuentas corporativas/institucionales privadas, otras afines.

11.2.5 Especialista en diseño y programación de páginas web (Personal Clave B.5)

a. **Formación profesional:** título académico con grado de licenciatura en Sistemas y Tecnología, o carreras afines al tema. Preferiblemente con especialización en desarrollo de página web y entornos digitales.
b. **Experiencia profesional:** al menos cuatro (4) años, contados desde la obtención del primer título académico.
c. **Experiencia profesional específica:** al menos cinco (5) proyectos de diseño y programación de páginas web.

3. Personal profesional complementario y de apoyo técnico

la firma consultora debe contar además con personal técnico y administrativo de apoyo, con capacidad y experiencia acorde a la naturaleza y magnitud de los Servicios, y que garanticen el desarrollo exitoso de cada una de las actividades asignadas.

El Consultor no podrá delegar en el personal complementario y de apoyo las funciones y responsabilidades del personal clave descrito en la sección 11.2.

PRELIMINARES