

Dirección Nacional de Estrategias de Prevención y Control para Enfermedades Transmisibles

SUBVENCIÓN ECU-MOH-3141

Financiado por el Fondo Mundial de Lucha contra el Sida,
La Tuberculosis y la Malaria

“PROYECTO DE FORTALECIMIENTO DE LA ESTRATEGIA DE PREVENCIÓN Y CONTROL DEL VIH/SIDA EN EL ECUADOR 2025”

**Términos de referencia para la contratación de servicios
de campaña de comunicación para la oferta de servicios
de prevención combinada con énfasis en la oferta de PrEP**

Junio 2025

Dirección Nacional de Estrategias de Prevención y Control para Enfermedades Transmisibles

TÉRMINOS DE REFERENCIA

TÍTULO DEL PROYECTO / NOMBRE DE LA SUBVENCIÓN:	PROYECTO DE FORTALECIMIENTO DE LA ESTRATEGIA DE PREVENCIÓN Y CONTROL DEL VIH/sida EN EL ECUADOR 2025
TÍTULO DE LA CONTRATACIÓN:	SERVICIOS DE CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PARA LA OFERTA DE SERVICIOS DE PREVENCIÓN COMBINADA CON ÉNFASIS EN LA OFERTA DE PREP

1. ANTECEDENTES

El Ministerio de Salud Pública (MSP), fue creado el 16 de junio de 1967 y su misión expresa: *“El Ministerio de Salud Pública es la Autoridad Sanitaria Nacional que garantiza el derecho a la salud de la población en el territorio ecuatoriano, a través de la gobernanza, promoción de la salud, prevención de enfermedades, vigilancia, calidad, investigación y provisión de servicios de atención integrada e integral”*.

El Fondo Mundial (FM), desde el año 2005 viene financiando al país, en la implementación de proyectos para frenar el avance de la epidemia de VIH/sida en Ecuador, con la finalidad de que, entre gobiernos, la sociedad civil, el sector privado y las personas afectadas por las enfermedades puedan unir esfuerzos para la lucha contra la Malaria, Tuberculosis y el VIH/sida.

El MSP y el FM de Lucha contra el sida, la Tuberculosis y la Malaria suscribieron, el 22 de diciembre de 2022, el Acuerdo de Subvención ECU-MOH-3141, para fortalecer la respuesta nacional frente al VIH/sida durante el periodo 2023 - 2025.

Conforme el Censo Ecuador 2022, del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), 270.970 personas se identifican como parte del grupo de población LGBTIQ+, establecidos de la siguiente manera, según su orientación sexual (mayores de 18 años):

- 55% Lesbianas
- 36,1% Gays
- 7,1% Bisexuales
- 1,8% Otros

El MSP a través de la Subsecretaría de Vigilancia, Prevención y Control de la Salud, la Dirección Nacional de Estrategias de Prevención y Control para Enfermedades Transmisibles y la Estrategia Nacional de Prevención y Control del VIH/sida-ITS, en febrero de 2023, inició con la implementación de la Estrategia de Profilaxis Pre Exposición (PrEP); actualmente el MSP cuenta con 29 establecimientos del MSP, 6 de la RPIS y 2 de sociedad civil, que brindan este servicio a escala nacional.

Dirección Nacional de Estrategias de Prevención y Control para Enfermedades Transmisibles

La estrategia de PrEP está enfocada para prevenir la infección del VIH en personas que se encuentran en riesgo sustancial de adquirir el virus, principalmente en grupos de población clave (GPC): Hombres que tienen sexo con hombres (HSH), mujeres transfemeninas (MTF) y personas que ejercen el trabajo sexual (TS), con la finalidad de evitar los nuevos casos del VIH.

El servicio es gratuito y se encuentra dirigido a la población que se encuentra en riesgo sustancial de adquirir el VIH, a partir de los 15 años y desde los 18 años en personas que ejercen el trabajo sexual.

La PrEP se recomienda como una estrategia efectiva dentro del conjunto de intervenciones de prevención combinada, como la promoción del uso correcto y permanente del condón y lubricante a base de agua, educación integral en salud, diagnóstico y tratamiento de las ITS, entre otros, para lo cual el MSP implementó este servicio de prevención que está establecido en el Plan Estratégico Nacional Multisectorial para la respuesta al VIH/sida e ITS 2023 - 2025 (PENM) y en la Guía de Práctica Clínica del VIH de 2019, así como en el marco de los acuerdos asumidos por el país, en la reunión de Alto Nivel del 2021.

El MSP ha tomado en consideración los datos estadísticos del análisis epidemiológico de la situación actual de la epidemia del VIH en el Ecuador, que es de tipo concentrada en GPC, de acuerdo con el estudio realizado por la Universidad de Cuenca, *“Prevalencia de VIH e ITS en hombres que tienen sexo con hombres (HSH), personas transfemeninas (PTF) y trabajadoras/es sexuales (TS), en seis provincias del Ecuador: Pichincha, Guayas, Azuay, Esmeraldas, El Oro y Manabí - 2021”*; se determina que la prevalencia de VIH en grupos de población clave es la siguiente:

- 18,17 % personas transfemeninas.
- 10,19 % hombres que tienen sexo con hombres.
- 1,04 % trabajadoras/es sexuales.

2. JUSTIFICACIÓN TÉCNICA

La Dirección Nacional de Estrategias para Enfermedades Transmisibles, el Proyecto de Reducción de Enfermedades Crónico-Transmisibles de Mayor Impacto en el Ecuador y conforme al objetivo de la actual subvención con el Fondo Mundial, dentro de sus acciones y actividades contempla la generación de materiales de promoción y prevención enmarcadas en las acciones dirigidas a la población en general, con énfasis en grupos de población clave (GPC); dicha producción de materiales requiere de una apegada coordinación con la Dirección de Comunicación, Imagen y Prensa (DCIP) del MSP y ésta a su vez con la Secretaría General de Comunicación (SEGCOM).

La campaña tendrá una visión integral y comunitaria que contenga temas referentes a la prevención y atención del VIH, como por ejemplo la oferta de las pruebas rápidas de VIH, prevención combinada (hazte la prueba, uso correcto y permanente del condón y lubricante

Dirección Nacional de Estrategias de Prevención y Control para Enfermedades Transmisibles

a base de agua, profilaxis pre exposición -PrEP-, profilaxis post exposición -PEP-), establecimientos de salud a los que se puede acudir para acceder al servicio de PrEP, así como los flujos de atención de VIH, todos estos temas enmarcados en los derechos humanos y en la atención libre de estigma y discriminación en el marco de los servicios inclusivos.

Se fomentará la participación y movilización comunitaria para la identificación de las poblaciones objetivo, la adecuación de los mensajes y la preparación de materiales de comunicación y educación principalmente para grupos de población clave HSH, mujeres transfemeninas y trabajadoras sexuales, incluyendo la elaboración y la difusión de mensajes sobre prevención en redes sociales institucionales, teniendo en cuenta la promoción pagada segmentada, impresión de afiches sobre PrEP para ser distribuidos en los establecimientos de salud, acordeones informativos para ser entregados a las organizaciones sociales y en lugares de encuentro de poblaciones clave, manilla impresa sobre la PrEP y difusión en medios tradicionales como radio, televisión y vallas publicitarias.

Es importante señalar que, la información temprana, clara y concreta con datos actualizados y transmitidos de forma inclusiva y atrayente permite exponer, posicionar, promover y difundir un mensaje de prevención y atención. Esta información puede ser sintetizada por medio de diferentes materiales gráficos y audiovisuales.

Es necesario buscar las plataformas o alternativas específicas para llegar a cada una de las poblaciones de manera adecuada, para lo cual, se debe tener en cuenta también los lineamientos institucionales en cuanto a imagen del MSP, con el apoyo de la DCIP y la imagen gubernamental conforme los lineamientos de la SEGCOM. En vista del alcance y acceso que tienen diferentes públicos en las redes sociales, estas plataformas digitales resultan en una de las alternativas más viables de difusión eficaz de información a ser implementadas, sin dejar de lado los medios tradicionales como la radio y televisión.

Dentro de los productos establecidos, se debe disponer de material impreso para la entrega a la población durante las estrategias de comunicación y educomunicación realizadas; dichos insumos permitirán fortalecer los conocimientos en la población. Por otro lado, es indispensable exponer el discurso de prevención y atención en VIH, con énfasis en el servicio de PrEP, como parte de la campaña.

Por lo antes expuesto, se considera de gran importancia el diseño e implementación de estrategias de comunicación a través de productos comunicacionales, que, al ser difundidos en medios digitales y físicos, permitan fortalecer los conocimientos sobre prevención y atención en VIH, así como el acceso a la PrEP.

Para la difusión del material comunicacional y educomunicacional a través de redes sociales gubernamentales se deben realizar versiones adaptadas según cada plataforma digital, como son: YouTube, X, Facebook, Instagram, TikTok, Reels, Shorts, WhatsApp, Grindr; por

Dirección Nacional de Estrategias de Prevención y Control para Enfermedades Transmisibles

otra parte, se debe contar con versiones adaptadas para pantallas en establecimientos de salud (infochannels), así como formatos televisivos.

3. OBJETIVOS

GENERAL:

Fortalecer la respuesta comunitaria frente al VIH mediante la creación e implementación de una campaña comunicacional y educomunicacional enfocada en la promoción del servicio de PrEP que sea difundida en medios físicos y digitales para que contribuya a la estrategia de atención a grupos de población clave.

ESPECÍFICOS:

- Definir la mejor estrategia que sea innovadora a través de productos comunicacionales que permitan incrementar el acceso a la información sobre la prevención y atención en VIH, con enfoque primario en la promoción del servicio de PrEP a la población en general con énfasis en grupos de población clave: HSH, mujeres transfemeninas (MTF) y trabajadoras sexuales (TS) a escala nacional.
- Diseñar y producir productos comunicacionales y educomunicacionales que promuevan prevención y atención en VIH, con productos físicos y digitales en diferentes formatos que causen impacto positivo en la población clave para acceso a la PrEP.
- Difundir los materiales comunicacionales a través de las redes sociales institucionales, así como radio, televisión y vallas publicitarias a escala nacional.

4. PÚBLICO OBJETIVO

- **Demográfico:** Población a escala nacional.
- **Edad:** 15 años en adelante.
- **Primario:** HSH, personas transfemeninas, trabajadoras sexuales y personas que viven con VIH.
- **Secundario:** Población en general.
- **Sexo:** Hombre, mujer e intersex.
- **Niveles Socio Económicos:** Todos.

5. ALCANCE

A escala nacional, con enfoque al público objetivo primario. Lo cual, se podrá verificar a través de las métricas que arrojan las plataformas digitales con análisis de edad por género y los resultados de la difusión en medios tradicionales.

Dirección Nacional de Estrategias de Prevención y Control para Enfermedades Transmisibles

Tabla Nro. 1: Grupos de población clave identificadas

Población	Definición	Estadísticas
HSH	Este término describe a los hombres que tienen relaciones sexuales con hombres, independientemente de si tienen o no relaciones sexuales con mujeres o de si, a nivel particular o social, tienen una identidad gay o bisexual. Este concepto es útil porque también incluye a los hombres que se autodefinen como heterosexuales, pero que tienen relaciones sexuales ocasionales con hombres. ¹	De acuerdo con los datos del MSP se calcula que a nivel nacional el 2% de hombres de 18 a 49 años son HSH, lo que representa 96.965 personas.
Trabajadoras sexuales	El término “trabajador o trabajadora sexual” procura no juzgar a las personas que designa y se centra en las condiciones de trabajo en las que se venden servicios sexuales. Este término engloba a hombres, mujeres y transexuales, adultos y jóvenes mayores de 18 años, que consienten recibir dinero o bienes a cambio de servicios sexuales, ya sea de forma periódica o esporádica. Los niños menores de 18 años que venden relaciones sexuales se consideran víctimas de la explotación sexual, ya que por trabajo sexual se entiende la venta de servicios sexuales consentida entre adultos. ²	De acuerdo con los datos del MSP se calcula que a nivel nacional el 1,30% de mujeres de 18 a 49 años son trabajadoras sexuales, lo que representa 56.623 personas.
Personas Transgénero	Transgénero es un término genérico que se utiliza para describir a las personas cuya identidad y expresión de género no se corresponde con las normas y expectativas tradicionalmente asociadas con su sexo biológico. Los transgéneros pueden ser personas que se han sometido a una operación quirúrgica de cambio de género; personas que han recibido otro tipo de tratamiento médico relacionado con el género, sin pasar por quirófano (por ejemplo, tratamiento hormonal); y personas que	De acuerdo con los datos del MSP se calcula que a nivel nacional el 0,29% de personas de 18 a 49 años son mujeres transfemeninas, lo que representa 14.060 personas

¹ Programa Conjunto de las Naciones Unidas sobre el VIH/sida (ONUSIDA). Orientaciones Terminológicas de ONUSIDA. Pág. 30. Suiza. 2015.

² Programa Conjunto de las Naciones Unidas sobre el VIH/sida (ONUSIDA). Orientaciones Terminológicas de ONUSIDA. Pág. 45, 46. Suiza. 2015.

Dirección Nacional de Estrategias de Prevención y Control para Enfermedades Transmisibles

	<p>consideran que carecen de una identidad de género, que tienen varias identidades o una identidad de género alternativa. Las personas transgénero pueden identificarse a sí mismas como transgénero, mujer, hombre, transexual, mujer trans, hombre trans, hijra, kathoey, waria o cualquier otra identidad de transgénero. Asimismo, estas personas pueden expresar su identidad de género de forma masculina, femenina o andrógina. Debido a esta diversidad, es importante utilizar términos positivos locales al hacer referencia a los transgéneros, con el fin de evitar el uso de términos peyorativos.³</p>	
--	--	--

6. PRODUCTOS ESPERADOS

Tabla Nro. 2: Productos Esperados

<p>Producto 1: Estrategia creativa y de difusión para la campaña comunicacional y educomunicacional referente a la prevención y atención del VIH, con énfasis en la PrEP</p>	
<p>CANTIDAD</p>	<p>3 documentos</p>
<p>DESCRIPCIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Concepto creativo de la campaña comunicacional. - Presentar la propuesta diseñada de aplicación técnica, económica, creativa y metodológica, optimizando recursos y tiempo, ajustada al público y alineada a los objetivos según cada producto. - Construcción de la línea gráfica ajustada a la imagen institucional del MSP y a la imagen gubernamental. - Creación de logotipo, slogan y hashtag. - Estrategia y planificación en torno a las campañas anteriores con el lema “Solo tienes una vida: Ámate, Cuídate y Actúa”, así también, conforme las especificaciones de los productos 2, 3 y 4. - Estrategia de difusión en medios ATL y digital, considerando el plazo de duración del contrato. - Alcance multimedios. - Plan de medios, detallando el número total de derechos, inversión por medio. - Se debe tener en cuenta las provincias priorizadas: Esmeraldas, Guayas, Pichincha y Manabí.

³ Programa Conjunto de las Naciones Unidas sobre el VIH/sida (ONUSIDA). Orientaciones Terminológicas de ONUSIDA. Pág. 11. Suiza. 2015.

Dirección Nacional de Estrategias de Prevención y Control para Enfermedades Transmisibles

ENTREGABLES	<p>1) Estrategia creativa 2) Estrategia de difusión: plan de medios 3) Plan de trabajo para el desarrollo de la campaña comunicacional para la oferta de servicios de prevención combinada con énfasis en la oferta de PrEP. Estos documentos se presentarán en PDF con firmas de responsabilidad, en formato editable y en formato de presentación de diapositivas.</p>
Producto 2:	
Diseño gráfico y producción audiovisual para medios tradicionales y digitales sobre prevención y atención del VIH, con énfasis en la PrEP	
Spot promocional televisivo	
CANTIDAD	1 spot televisivo (explicativo y de acceso a la PrEP)
DESCRIPCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - Spot promocional de 30 segundos. - Formato televisivo. - Preproducción, producción y postproducción del spot. - Locución masculina y/o femenina en español. - El número de locaciones, así como la cantidad de talentos, dependerá del plan creativo aprobado. - Se podrá solicitar hasta tres adaptaciones del spot. - Pautaje: 30 días calendario. - 1 canal con alcance nacional, spot de 30 segundos, 1 repetición diaria en horario matinal. - Adicionalmente 1 canal con alcance local, en las provincias priorizadas (Esmeraldas, Guayas, Pichincha y Manabí), spot de 30 segundos, 1 repetición diaria en horario matinal y vespertino.
ENTREGABLES	<ul style="list-style-type: none"> - Guion - Formato editable de adobe (premiere). - Formato televisivo (.mxf) - Todas las tomas independientes. - Video de alta resolución (mínimo full HD) para reproducción en medios digitales en formato MP4, códec H.264. - Cierre institucional (se debe aplicar lo recomendado por SEGCOM). - Respaldo digital de las fotos producidas durante el rodaje. - Certificado derechos de difusión indefinidos. - Cesión de derechos de autor, imagen y difusión. - Reporte de transmisión de pauta del medio: período de difusión, número de derechos, alcance promedio.
Cuñas radiales	
CANTIDAD	1 cuña radial
DESCRIPCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - Cuña radial de 30 a 40 segundos. - Formato radial.

Dirección Nacional de Estrategias de Prevención y Control para Enfermedades Transmisibles

	<ul style="list-style-type: none"> - Estudio de audio, argumento y guion, personal técnico, locución 2 a 3 voces, musicalización, efectos, masterización. - Locución masculina y/o femenina en español. - Traducción de cuñas a Quichua de la Sierra, Kichwa de la Amazonía, Shuar y Wao. - Cierre institucional (se debe aplicar lo recomendado por SEGCOM). - Pautaje: 30 días calendario. Transmisión en 2 radios con alcance nacional (español), 3 repeticiones diarias en horario matutino, vespertino y nocturno. - Transmisión en 5 radios regionales de la Sierra (Quichua de la Sierra), 3 repeticiones diarias en horario rotativo. - Transmisión en 5 radios regionales de la Amazonía (Kichwa de la Amazonía), 3 repeticiones diarias en horario rotativo. - Transmisión en 10 radios comunitarias a escala nacional (español, Quichua de la Sierra, Kichwa de la Amazonía, Shuar y Wao), 5 repeticiones diarias en horario rotativo.
ENTREGABLES	<ul style="list-style-type: none"> - Guiones (español y traducciones) - Editables adobe (audition). - Todos los audios, efectos y transiciones “en bruto” y sin editar. - Certificado derechos de difusión indefinidos. - Cesión de derechos de autor, voces y difusión. - Reportes de transmisión de pauta de cada medio: período de difusión, número de derechos, alcance promedio. Para el caso de radios regionales/locales y comunitarias se podrá contratar a CORAPE y este a su vez realizar la certificación de transmisión de pauta.
Valla Publicitaria	
CANTIDAD	3 diseños de valla publicitaria
DESCRIPCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - Valla publicitaria de gran formato con diseño no convencional (fuera del marco rectangular). - Tamaño de 8m de ancho por 4m de alto. - Pautaje: 30 días calendario. - Ubicación en vía pública principal, 1 por cada ciudad (Quito, Guayaquil y Puyo). - Estructura con iluminación nocturna. - Incluye logos de Gobierno (se debe aplicar lo dispuesto por SEGCOM).
ENTREGABLES	<ul style="list-style-type: none"> - Editables adobe (illustrator). - Certificado derechos de difusión indefinidos. - Cesión de derechos de autor, imagen y difusión. - Reporte de pauta.

Dirección Nacional de Estrategias de Prevención y Control para Enfermedades Transmisibles

Videos para redes sociales	
CANTIDAD	4 videos para redes sociales
DESCRIPCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - Video digital de 30 segundos. - Formato adaptado a cada red social (Facebook, Instagram, X, TikTok, Reels, Shorts, YouTube, WhatsApp, Grindr). - Preproducción, producción y postproducción de los videos. - Promoción pagada en redes sociales (Facebook, Instagram, X, TikTok, Reels, Shorts, YouTube, WhatsApp, Grindr). - Pautaje: 30 días calendario (paquete de publicidad en cada red social).
ENTREGABLES	<ul style="list-style-type: none"> - Formato editable de adobe (premiere). - Todas las tomas independientes. - Video de alta resolución para reproducción en medios digitales en formato MP4, códec H.264. - Video en tamaños adaptados a cada red social. - Certificado derechos de difusión indefinidos. - Cesión de derechos de autor, imagen y difusión. - Reporte de pauta de cada red: período de difusión, alcance y métricas.
Batería de mensajes	
CANTIDAD	4 baterías de mensajes y gráficas
DESCRIPCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño de 12 artes digitales por cada batería, los cuales deben ser diferentes para cada red social (serán validados por la DCIP y SEGCOM). Se deben adaptar a los siguientes tamaños: Facebook: 1350px de alto por 1080 de ancho (4 gráficas). X: 1920px de ancho por 1080 de alto (4 gráficas). IG: 1350px de alto por 1080 de alto (4 gráficas). Total: 48 gráficas. - Generación de contenidos, copys, mensajes clave, hashtag (se debe incluir también el hashtag #EINuevoEcuador en todas las publicaciones). - Copy para cada publicación (280 caracteres incluidos espacios). - Promoción pagada en redes sociales (Facebook, Instagram, X, TikTok, Reels, Shorts, YouTube, WhatsApp, Grindr). - Pautaje: 30 días calendario (paquete de publicidad en cada red social).
ENTREGABLES	<ul style="list-style-type: none"> - Editables adobe (illustrator), PNG, Word y PDF. - Adaptaciones conforme los tamaños de cada red social. - Certificado derechos de difusión indefinidos. - Cesión de derechos de autor, imagen y difusión. - Reporte de pauta de cada red: período de difusión, alcance y métricas.

Dirección Nacional de Estrategias de Prevención y Control para Enfermedades Transmisibles

Producto 3: Diseño gráfico de materiales para impresión sobre la prevención y atención del VIH, con énfasis en la PrEP	
Roll Ups	
CANTIDAD	5 diseños/100 unidades impresas
DESCRIPCIÓN	<p>Diseño e impresión de ROLL UPS: promocionales auto enrollables.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dimensión: 80 x 200 cm. - Tiraje: 100 unidades. - Material: Lona. - Impresión: Tiro. - Color: Full color. - Acabados: con estructura y maleta. - Certificado derechos de difusión indefinidos. - Cesión de derechos de autor, imagen y difusión.
Afiches	
CANTIDAD	1 diseño/4.500 unidades impresas.
DESCRIPCIÓN	<p>Diseño e impresión de AFICHES:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dimensión: A3 (42x29,7cm) horizontal y vertical. - Tiraje: 4.500 - Material: Papel couché de 250 g/m2. - Impresión: Tiro. - Color: Full color. - Observación: Por paquetes de 100 unidades. - Certificado derechos de difusión indefinidos. - Cesión de derechos, imagen y difusión.
Bolso promocional	
CANTIDAD	1 diseño/1.000 unidades
DESCRIPCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - Dimensión: 40cm de alto x 30cm de ancho (fuelle de 9cm). - Tiraje: 1.000 - Material: Cambrella termosellado, con acabado simétrico texturizado, tirantes sellados al calor. - Bolso de color azul oscuro. - Incluye estampado o sublimado de 1 logotipo a color. <p>Observación: Por paquetes de 100 unidades.</p>
Pulsera promocional	
CANTIDAD	1 diseño/1.000 unidades impresas
DESCRIPCIÓN	<p>Diseño e impresión de PULSERAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pulsera promocional de goma o silicona - Dimensión: 1.5 cm x 30 cm. - Observación: Impresión hasta 6 colores. - Tiraje: 1.000 unidades. - Observación: Empaque individual.

Dirección Nacional de Estrategias de Prevención y Control para Enfermedades Transmisibles

	<ul style="list-style-type: none"> - Certificado derechos de difusión indefinidos. - Cesión de derechos, imagen y difusión.
Acordeón informativo	
CANTIDAD	1 diseño/9.000 unidades impresas
DESCRIPCIÓN	<p>Diseño e impresión de ACORDEÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dimensión: 8,5cm de alto por 5,5cm de alto (cerrado) A4 29,7cm de ancho x 21cm de alto (abierto). - Tiraje: 9.000 unidades. - Material: Interior: Papel couché de 150 g/m2. - Impresión: Tiro y retiro. - Portada y contraportada: Cartulina de 250g/m2, con terminado brillo. - Dimensión: 8,5cm de alto por 5,5 cm de alto. - Color: Full color. - Observaciones: doblado, en paquetes de 100 unidades y cajas de 1000 unidades. - Certificado derechos de difusión indefinidos. - Cesión de derechos, imagen y difusión.
Rotafolios	
CANTIDAD	1 diseño/200 unidades impresas
DESCRIPCIÓN	<p>Diseño e impresión de ROTAFOLIOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Portada y contraportada: 2 páginas <ul style="list-style-type: none"> o Impresión: tiro y retiro. o Material: Papel couché mate 300g/m2. o Color: Full color. o Formato: 43x30,7 cm horizontal. - Páginas internas: 20 páginas <ul style="list-style-type: none"> o Formato: A3 42x29,7 cm. Horizontal. o Impresión: tiro. o Material: papel couché mate de 200 g/m2. o Color: Full color. - Encuadernación <ul style="list-style-type: none"> o Pasta dura, anillo metálico doble en la parte superior, con base triangular para soporte. o Debe sobresalir 1 cm por cada lado sin contar el lado del anillado. - Tiraje: 200 unidades.
Producto 4: Informe de ejecución de la campaña	
CANTIDAD	1 documento
ENTREGABLES	Informe consolidado de la ejecución de la contratación.

Dirección Nacional de Estrategias de Prevención y Control para Enfermedades Transmisibles

Notas generales:

- Todos los productos tendrán un proceso de revisión y ajuste, conforme los lineamientos de la Estrategia Nacional de Prevención y Control del VIH (ENVIH), la DCIP del MSP y la SEGCOM. Una vez aprobados se entregarán 3 respaldos físicos y en versión digital acorde a lo establecido en estos términos de referencia.
- Todos los artes finales aprobados por el MSP deberán ser entregados, así como el material completo “en bruto” en un respaldo de almacenamiento digital (disco duro externo) y en archivos editables de Adobe.
- Cesión de derechos de autor, uso de imagen y difusión, indefinidos.

7. METODOLOGÍA

Para cumplir con el objeto de la contratación se observará la siguiente metodología:

- El MSP designará a un Administrador del Contrato, con quien se coordinará cualquier tema referente a la ejecución contractual.
- El contratista designará de manera oficial un ejecutivo de cuenta, quien coordinará con el Administrador del Contrato todos los requerimientos del contratante. La persona designada por el contratista deberá atender todas las solicitudes de la institución, en horarios laborales, de 08h30 a 16h30 y por el tiempo de duración del plazo contractual. En caso de ausencia temporal del director de cuentas el contratista deberá asignar un ejecutivo de cuenta suplente que cumpla con el mismo perfil y obligaciones.

Producto 1

Estrategia creativa para la campaña comunicacional y educomunicacional referente a la prevención y atención del VIH, con énfasis en la PrEP.

Reuniones de trabajo: El contratista designará de manera oficial un ejecutivo de cuentas, quien coordinará con el Administrador del Contrato todos los requerimientos de la institución y compartirán criterios, lineamientos para definir el cronograma de trabajo, la estrategia y demás aspectos.

Construcción del concepto creativo: El MSP entregará el brief, expondrá la problemática y acciones implementadas, que serán recogidas en una serie de ideas para la creación por parte del contratista de la estrategia creativa que será la base de la campaña. El contratista materializará el mensaje (qué vamos a contar) y el contenido estratégico (cómo vamos a hacerlo) y realizará los ajustes correspondientes en función del cumplimiento de cada producto, público objetivo (segmentación), estrategia de difusión y pauta en medios tradicionales y digitales; presentará la propuesta técnica, metodológica y financiera optimizando recursos y maximizando los resultados de la difusión.

Palabras Clave y Hashtag: Sintetizará los conceptos para representar y viralizar.

Dirección Nacional de Estrategias de Prevención y Control para Enfermedades Transmisibles

Diseño Logotipo: El proveedor plasmará gráficamente el símbolo, basado en las palabras claves, lo hará de forma sencilla, impactante y efectiva. Será complementado con el mensaje del slogan. Y cumplirá los siguientes criterios:

- **Enfoque:** Describirá, ilustrará y transmitirá el propósito de la campaña con pocos elementos.
- **Escalabilidad:** Visible y claro en cualquier tamaño y recordado con un vistazo rápido.
- **Color:** Al ser usado en diversos soportes de comunicación, tendrá que visualizarse correctamente todos los colores, sin perder sus características. Al mismo tiempo los colores deberán estar relacionados con conceptos de los objetivos de la propuesta.

Diseño del Slogan: Basado en el mensaje a transmitir (prevención combinada con énfasis en la oferta de la PrEP) y concepción gráfica del símbolo.

- **Tipografía:** Reflejará la personalidad y será altamente legible. Debe integrarse armónicamente con el símbolo y buscará comunicar el concepto de la propuesta de la campaña.
- **Cromática:** Los colores manifestarán un mensaje claro en cuanto al objetivo para la campaña.

Diseño línea gráfica: Asentado en el desarrollo conceptual del símbolo, partiendo del colorido, formas propuestas en el concepto creativo, elementos identitarios, adaptado a la coyuntura actual y en función de lo que queremos alcanzar.

- **Ilustración:** Estética amigable e inclusiva que transmita contenido emocional e informativo sobre las temáticas a tratar: prevención combinada con énfasis en la oferta de la PrEP.

Posicionamiento:

- Estrategia para propuesta creativa, económica, metodológica y de difusión para el posicionamiento: diagramación e ilustración del concepto promocional de la campaña en medios digitales y tradicionales, optimizando los recursos y maximizando la difusión.
- Diseño del logotipo, hashtag y slogan, ilustraciones, diseños de artes digitales y productos audiovisuales, conceptualización de la línea gráfica.
- En el caso de que el Administrador del Contrato solicite cambios, el contratista deberá realizarlos en un lapso no mayor a 24 horas, una vez recibido el lineamiento.
- El Administrador del Contrato comunicará al Contratista vía correo electrónico, la aprobación de cada producto, una vez que pase por la validación de la DCIP del MSP y la SEGCOM.

A partir de la suscripción del Contrato, el proveedor tomará en cuenta los plazos establecidos en cada producto comunicacional: cronogramas, días de producción, difusión, fechas de entrega y reportes con su debido respaldo.

Se deberá construir la línea gráfica ajustada a la imagen institucional del MSP, conforme los lineamientos de la DCIP y a la imagen Gubernamental, conforme los lineamientos de la SEGCOM.

Dirección Nacional de Estrategias de Prevención y Control para Enfermedades Transmisibles

Producto 2

Diseño gráfico y producción audiovisual para medios tradicionales y digitales sobre prevención y atención del VIH, con énfasis en la PrEP.

Revisión de preproducción entre proveedor y Administrador de contrato para determinar y concretar diseños, guiones, especificaciones técnicas y condiciones de los productos y servicios solicitados. Dentro de la preproducción se solicitarán pruebas o muestras según correspondan para aprobación previo a la producción. Se solicitarán modificaciones de ser el caso.

El proveedor elaborará los guiones para posterior revisión del equipo del MSP y considerando los lineamientos gráficos de la imagen institucional conforme las recomendaciones de la DCIP y de la imagen Gubernamental a través de la SEGCOM, por lo cual editará y efectuará la preproducción, producción y postproducción de todos los materiales, hasta conseguir la aprobación de todas las instancias involucradas. El Contratista entregará cada producto acorde a los tiempos de ejecución conforme el calendario propuesto al Administrador de contrato quién validará la calidad conforme las especificaciones y parámetros aceptados en cada una de las fases.

Para la elaboración de las baterías de mensajes el Administrador de Contrato emitirá las ayudas memoria sobre el tema, contenido, texto o sugerencias necesarias, el proveedor revisará las ayudas memoria, creará los contenidos, diseñará los artes, elaborará los copy de cada gráfica y presentará para aprobación del Administrador de Contrato quien validará, solicitará las modificaciones de ser el caso y aprobará la batería de mensajes para pautaaje acorde a cronograma propuesto.

Producto 3

Diseño gráfico de materiales para impresión sobre la prevención y atención del VIH, con énfasis en la PrEP.

El contratista se reunirá con el Administrador del Contrato para coordinar la línea gráfica que se utilizarán en los productos gráficos conforme a las especificaciones técnicas.

Dentro del diseño se solicitarán pruebas o muestras según correspondan para su posterior aprobación.

Posterior a cada reunión, el Contratista remitirá un acta de reunión con el registro de asistencia de los participantes.

Para la presentación de la propuesta de campaña se deberán realizar las siguientes acciones:

Previo: El contratista se reunirá con el Administrador del Contrato y las instancias involucradas para coordinar los contenidos de las gráficas, diseño y cronograma de publicación.

Dirección Nacional de Estrategias de Prevención y Control para Enfermedades Transmisibles

Durante: Programar la exposición de los productos comunicacionales que hacen parte de la campaña. El Administrador del Contrato comunicará al Contratista vía correo electrónico, la aprobación de todos los materiales y cronogramas de difusión. Se deberá contar con todos los respaldos fotográficos en todas las fases de la campaña.

Notas adicionales:

Para todos los productos, la comunicación entre el MSP y el proveedor será mediante reuniones presenciales, así como a través de videollamadas, videoconferencias, correos electrónicos o por vía telefónica, con el fin de solventar dudas, requerimientos o inconvenientes que se puedan generar.

Asimismo, se coordinarán de manera conjunta entre el administrador del contrato y el contratista los aspectos operativos y administrativos para la definición, desarrollo, producción y difusión de los productos requeridos en los presentes términos. Cada una de las actividades propuestas en la metodología se revisará conjuntamente entre el contratista y el administrador de contrato quien aprobará los productos cuando estén a entera satisfacción.

Producto 4
Informe de ejecución de la campaña

Informe consolidado de la ejecución de la contratación conforme las recomendaciones de la ENVIH, DCIP del MSP y SEGCOM, el cual deberá contener evidenciables de los productos contratados. Adicionalmente se deberá presentar un informe de redes sociales, que incluya el número de impresiones desglosadas y totales, así como demográfico del alcance por cada publicación en cada red social.

8. PERSONAL TÉCNICO

PERSONAL TÉCNICO MÍNIMO:

El oferente deberá contar con el personal que cumpla con los siguientes requisitos y presentará las hojas de vida en la oferta en donde se indique lo siguiente:

Tabla Nro. 3: Personal Técnico Mínimo requerido

1	Ejecutivo/a de Cuentas	1	Tercer Nivel	Comunicador/a Social, Comunicador/a Audiovisual o afines	Hoja de vida, el título se verificará en la página de la SENESCYT
2	Diseñador gráfico	1	Tercer Nivel	Diseñador/a Gráfico/a o afines	Hoja de vida, el título se verificará en la página de la SENESCYT

Dirección Nacional de Estrategias de Prevención y Control para Enfermedades Transmisibles

3	Director/a Creativo	1	Tercer Nivel	Comunicador/a Social, Comunicador/a Visual, Publicista o afines	Hoja de vida, el título se verificará en la página de la SENESCYT
4	Planner de medios ATL y digital	1	Tercer Nivel	Comunicación Social, Comunicación Digital, Marketing o afines	Hoja de vida, el título se verificará en la página de la SENESCYT
5	Productor audiovisual	1	Tercer Nivel	Comunicador Audiovisual o afines	Hoja de vida, el título se verificará en la página de la SENESCYT

EXPERIENCIA MÍNIMA DEL PERSONAL TÉCNICO

Tabla Nro. 4: Experiencia del personal técnico requerido

1	Ejecutivo/a de cuentas	Coordinación, supervisión de actividades y servicios relacionados con campañas publicitarias.	2 años	Certificados laborales que avalen la experiencia requerida en instituciones públicas o privadas los mismos que deberán contener fecha de emisión, cargo y la temporalidad.
2	Diseñador	Diseño y diagramación de productos comunicacionales	2 años	Certificados laborales que avalen la experiencia requerida en instituciones públicas o privadas los mismos que deberán contener fecha de emisión, cargo y la temporalidad.
3	Director/a Creativo	Diseño, creación, coordinación y supervisión creativa en campaña. Producción de piezas audiovisuales.	2 años	Certificados laborales que avalen la experiencia requerida en instituciones públicas o privadas los mismos que deberán contener fecha de emisión, cargo y la temporalidad.
4	Planner de medios ATL y digital	Pautaje en medios tradicionales y digitales	2 años	Certificados laborales que avalen la experiencia requerida en instituciones públicas o privadas los mismos que deberán contener fecha de emisión,

Dirección Nacional de Estrategias de Prevención y Control para Enfermedades Transmisibles

				cargo y la temporalidad.
5	Productor Audiovisual	Supervisar la ejecución en las fases de preproducción, producción y postproducción de las piezas audiovisuales	2 años	Certificados laborales que avalen la experiencia requerida en instituciones públicas o privadas los mismos que deberán contener fecha de emisión, cargo y la temporalidad.

9. PLAZO DEL CONTRATO, FORMA DE PAGO Y PLAZO PARA LA ENTREGA DE PRODUCTOS:

PLAZO: El plazo de ejecución será de 108 días, contados a partir de la suscripción del contrato.

La forma de pago estipulado y la fecha determinada para la entrega de cada uno de los productos es como se detalla a continuación:

Tabla Nro. 5: Forma, condiciones y plazo para la entrega de productos

PRODUCTO	% DE PAGO	FECHA DE ENTREGA
PRODUCTO 1: Estrategia creativa para la campaña comunicacional y educomunicacional referente a la prevención y atención del VIH, con énfasis en la PrEP	30%	17 días posterior a la suscripción del contrato (01 de agosto 2025)
PRODUCTO 2: Diseño gráfico y producción audiovisual para medios tradicionales y digitales sobre la prevención y atención del VIH, con énfasis en la PrEP	40%	59 días posterior a la suscripción del contrato (12 de septiembre 2025)
PRODUCTO 3: Diseño gráfico de materiales para impresión sobre la prevención y atención del VIH, con énfasis en la PrEP	20%	94 días posterior a la suscripción del contrato (17 de octubre 2025)
PRODUCTO 4: Informe consolidado de la ejecución de la contratación	10%	108 días posterior a la suscripción del contrato (31 de octubre 2025)

Dirección Nacional de Estrategias de Prevención y Control para Enfermedades Transmisibles

10. MODALIDAD DE COMPRA APLICADA

Conforme al Manual de Gestión Administrativa y Financiera de Corporación Kimirina, Sección Modalidad de Compras, se aplicará para la presente adquisición la MODALIDAD DE COMPRA DE BIENES Y/O CONTRATACIÓN DE SERVICIOS superior a los 20 salarios básicos unificados y con aplicación a Concurso de Ofertas (convocatoria mediante cartas de invitación y publicación).

11. FUENTE DE FINANCIAMIENTO:

La presente contratación será cubierta con los recursos disponibles de las siguientes líneas presupuestarias:

Tabla Nro. 6: Partida presupuestaria Asignada

Partida presupuestaria n.º	Módulo	Intervención	Descripción de la actividad	Categoría de Gastos
141	Prevención	PrEP	Contratación de servicios de campaña de comunicación para la oferta de servicios de prevención combinada con énfasis en la oferta de PrEP	10.2 Programas y espacios publicitarios en radio y televisión

12. CUSTODIO DEL CONTRATO, SEGUIMIENTO Y CONTROL DE AVANCES

El custodio del presente contrato será la Dirección Nacional de Estrategias de Prevención y Control para enfermedades transmisibles del MSP, quien será el encargado de realizar el seguimiento al proceso y ejecución de la campaña.

Los productos deberán ser entregados a entera satisfacción del MSP, siempre y cuando estos se encuentren alineados al objeto del contrato, actividades claves a ser desarrolladas y al cumplimiento de plazos, pagos y condiciones de pago estipulados en el contrato de prestación de servicios técnicos.

El lugar de reuniones para validación de los avances será en la oficina 103, del Proyecto de Reducción de las Enfermedades Crónico-Transmisibles de Mayor Impacto en el Ecuador: VIH/sida, ITS, Tuberculosis y Hepatitis Viral B y C, del Ministerio de Salud Pública, ubicada en el primer piso de la Plataforma Gubernamental de Desarrollo Social, Av. Quitumbe Ñan y Amaru Ñan, al sur de la ciudad de Quito.

13. RESPONSABILIDADES DE LAS PARTES:

DEL CONTRATISTA

- Entregar los productos en el tiempo estipulado.

Dirección Nacional de Estrategias de Prevención y Control para Enfermedades Transmisibles

- Acoger las observaciones técnicas, gráficas y audiovisuales del MSP.
- Asistir a todas las reuniones o talleres que el MSP y el Contratante convoque con la debida antelación (mínimo 24 horas) para revisar avances de los productos a entregar.
- Garantizar la calidad del producto, en todos los procesos estipulados.
- Presentar el plan final de acuerdo a la normativa técnica del MSP, en concordancia con los lineamientos de la ENVIH, DCIP y SEGCOM.
- Si los informes técnicos de avance y productos finales no son aceptables o no son totalmente satisfactorios debido a deficiencias en el trabajo o porque no cumple con los requisitos indicados en estos Términos de Referencia, el Contratista lo resolverá a través de una empresa que cumpla con los requisitos completos, quién realizará el trabajo adicional necesario sin costo adicional para la entidad contratante; adicionalmente el incumplimiento de cualquier punto estipulado en los términos de referencia, será sujeto a multa y/o penalidad.
- Todos los documentos y productos derivados de este proceso serán considerados como propiedad intelectual del MSP.

DE CORPORACION KIMIRINA:

- Garantizar el pago de los valores correspondientes a los servicios prestados siempre y cuando, éste cuente con los avales del MSP.
- Garantizar la logística adecuada para el desarrollo de reuniones, posterior a aprobación del Ministerio de Salud Pública.

DEL MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA DEL ECUADOR:

- Facilitar información disponible requerida por el contratista para el desarrollo de los productos estipulados.
- Aprobar las metodologías y herramientas propuestas por el contratista para la elaboración de los productos en los tiempos oportunos para el cumplimiento del plazo establecido.
- Revisar, analizar e inspeccionar los productos intermedios y finales, para cuyo fin podrá nombrar personas naturales o jurídicas que efectúen estas labores, incluyendo la revisión de los medios de verificación y los controles de calidad correspondientes.

14. PROCESO DE SELECCIÓN

El proceso se llevará a cabo a través Concurso de Ofertas, del cual resultará un ganador seleccionado por el Comité de Selección presidido por el MSP.

Envío de Convocatorias:

La convocatoria será pública en redes sociales institucionales, adicionalmente será

Dirección Nacional de Estrategias de Prevención y Control para Enfermedades Transmisibles

remitida al listado de proveedores aprobados por el MSP y los proveedores calificados de Corporación Kimirina.

Conformación del Comité Técnico de Selección

El comité de selección estará integrado por 5 (cinco) miembros, los cuales contarán con los conocimientos necesarios para validar los contenidos y aspectos comunicacionales, los cuales se detallan a continuación:

1. Subsecretario/a Nacional de Vigilancia de la Salud Pública o su delegado.
2. Director/a de Estrategias de Prevención y Control o su delegado.
3. Director/a de Comunicación, Imagen y Prensa o su delegado.
4. Gerente del Proyecto de Prevención y Control del VIH/sida-ITS o su delegado.
5. Representante de Corporación Kimirina/Gestor administrativo.

Presentación de consultas al proceso de selección del contratista:

Las consultas se efectuarán únicamente vía correo electrónico con el asunto: *servicios de campaña de comunicación para la oferta de servicios de prevención combinada con énfasis en la oferta de PrEP*, a las siguientes direcciones electrónicas: ana.sanchez@msp.gob.ec, rodrigo.tobar@msp.gob.ec, mayra.granja@msp.gob.ec, ivan4dario@hotmail.com e ivan4dario@gmail.com, las cuales se recibirán desde las **00h00 del 02 de julio de 2025 hasta las 23H59 del 02 de julio de 2025**, tal como se establece en el cronograma del proceso de contratación.

La entidad requirente será la responsable de dar respuesta a las consultas presentadas; las consultas y las aclaraciones serán remitidas a los oferentes vía correo electrónico, según el cronograma del proceso de selección.

No se solventarán consultas que se presenten fuera del tiempo establecido.

15. LUGAR Y FORMA DE ENTREGA/RECEPCIÓN DE OFERTAS:

La propuesta técnica y económica, junto con la documentación de soporte solicitada, se receptorá en sobre cerrado identificado con el título de **"CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PARA LA OFERTA DE SERVICIOS DE PREVENCIÓN COMBINADA CON ÉNFASIS EN LA OFERTA DE PREP"**.

Se requerirá que toda la documentación solicitada sea entregada en formato físico y en sobre sellado en la siguiente dirección:

Av. Quitumbe Ñan y Amaru Ñan, Plataforma Gubernamental de Desarrollo Social – Sur, Quitumbe, Oficina 101, Dirección Nacional de Estrategias de Prevención y Control, Piso 1, en la ciudad de Quito, de lunes a viernes, **hasta las 16:00 del 09 de julio de 2025**, tal como se establece en el cronograma del proceso del concurso.

Dirección Nacional de Estrategias de Prevención y Control para Enfermedades Transmisibles

Los sobres de las ofertas deberán ser entregados en la oficina antes descrita a nombre de la doctora Ana Sánchez / Directora Nacional de Estrategias de Prevención y Control para Enfermedades Transmisibles (encargada), **no entregar los sobres en secretaría o recepción.**

El proceso se llevará a cabo a través de Concurso de Ofertas, del cual, resultará un ganador seleccionado por el Comité de Selección presidido por el MSP.

16. PROPIEDAD INTELECTUAL:

La propiedad intelectual de toda la información que se obtenga durante el desarrollo de la campaña le corresponderá al MSP.

Cabe indicar que los derechos son totalmente del MSP con el fin de poder editarlos y usar la gráfica según la necesidad, así como los proyectos editables de cada material (y también “en masa” o “en bruto”) para poder modificar la línea gubernamental de cada gobierno.

17. PARÁMETROS DE EVALUACIÓN Y SELECCIÓN DE PROPUESTAS

Tabla Nro. 7: Parámetros de evaluación y selección de propuestas

Ítem	Descripción	Fuente o medio de verificación
1	Experiencia personal técnico	La información será validada en el Curriculum Vitae adjunto en la propuesta, por cada uno de los profesionales del equipo técnico requerido.
2	Experiencia específica	La información será validada por medio de certificados, contratos o actas entrega recepción; cualquiera de estos documentos acompañados de la factura correspondiente.
3	Calidad de la propuesta	Información completa sobre la propuesta, misma que debe contener lo mencionado en el numeral 3, 4, 5, 6 y 7
4	Obligaciones tributarias y propuesta económica	<ul style="list-style-type: none"> a. Copia del RUC con el detalle de actividades comerciales que acrediten su experiencia de campañas comunicacionales. b. Certificado emitido por el SRI donde indica que se encuentra al día en sus obligaciones. c. Descripción de la propuesta económica

Dirección Nacional de Estrategias de Prevención y Control para Enfermedades Transmisibles

El método de calificación será establecido de la siguiente manera:

Tabla Nro. 8: Método de calificación

Área de evaluación	Calificación	Fuente
Experiencia personal técnico	40	
Ejecutivo/a de cuentas	1 - 8	Curriculum vitae
Diseñador	1 - 8	Curriculum vitae
Director/a Creativo	1 - 8	Curriculum vitae
Planner de medios ATL y digitales	1 - 8	Curriculum vitae
Productor Audiovisual	1 - 8	Curriculum vitae
Experiencia específica	30	
Realización de campañas de comunicación	1 - 10	Propuesta técnica
Servicios de producción audiovisual, impresión de material POP	1 - 10	Propuesta técnica
Difusión en medios	1 - 10	Propuesta técnica
Calidad de la propuesta	10	
Metodología y descripción	1 - 10	Propuesta técnica
Obligaciones tributarias y propuesta económica	20	
RUC y certificado de cumplimiento de obligaciones tributarias	1 - 5	Propuesta
Monto ofertado - presupuesto	1 - 15	Propuesta económica (a menor costo mayor puntaje)
Puntaje total	100	

18. MULTAS APLICADAS

Kimirina señalará en el contrato respectivo que se reserva el derecho de descontar el 1% del valor total del contrato por cada día de retraso en la entrega de cada uno de los productos, siempre y cuando el CONTRATISTA no entregue una justificación por escrito, razonable con al menos 72 horas de anticipación y previo a la aprobación del administrador del contrato.

La deducción del precio será hasta un máximo del diez por ciento (10%) del precio del valor de la compra correspondiente, y una vez alcanzado este máximo, se podrá considerar la disolución del contrato.

Dirección Nacional de Estrategias de Prevención y Control para Enfermedades Transmisibles

19. CRONOGRAMA APLICADO AL PROCESO

Tabla Nro. 9: Cronograma aplicado al proceso

DETALLE DE PROCESOS	FECHAS
Aprobación de Términos de Referencia	19 de junio de 2025
Envío de cartas de invitación y términos de referencia:	19 al 23 de junio de 2025
Difusión de los términos de referencia	23 de junio al 01 de julio de 2025
Consultas y aclaraciones a los oferentes:	02 de julio de 2025
Respuesta a consultas y aclaraciones a los oferentes:	03 al 04 de julio de 2025
Recepción de ofertas:	Hasta el 09 de julio de 2025
Evaluación de Ofertas:	10 al 11 de julio de 2025
Notificación de Adjudicación:	14 de julio de 2025
Firma del Contrato:	15 de julio de 2025