



TÉRMINOS DE REFERENCIA

Servicios profesionales

OPORTUNIDAD DE CONSULTORÍA:

Servicios profesionales en diseño y elaboración de una campaña de divulgación en conciliación laboral virtual para el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social de Costa Rica.

EXTENSIÓN DE TIEMPO

Costa Rica Julio, 2024



1. NOMBRE DE LA CONTRATACIÓN:

Diseño y elaboración de una campaña de divulgación en conciliación laboral virtual para el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social de Costa Rica.

2. JUSTIFICACIÓN

La Fundación para la Paz y la Democracia (FUNPADEM) es una organización no gubernamental, sin fines de lucro y no partidista; cuya misión es realizar acciones protagónicas en la construcción conjunta de sociedades más libres, justas y solidarias, sustentadas sólidamente en la paz y la democracia. Tiene como visión fortalecer la paz, la democracia, y el desarrollo con equidad; siendo un referente necesario en el análisis y discusión de estos temas.

La Fundación cuenta con más de 35 años de trayectoria ininterrumpida en la realización de acciones estratégicas para la promoción del desarrollo humano sostenible, todas basadas en los valores de la ética, la calidad y la solidaridad. Desde su creación, ha trabajado diversos proyectos de cooperación para el desarrollo tales como: derechos humanos, comunicación para el desarrollo, gobernanza democrática, adaptación y mitigación al cambio climático, gobernabilidad ambiental, seguridad y prevención de las violencias y el delito, resolución de conflictos, descentralización y desarrollo local, partidos políticos, migración y derechos laborales.

FUNPADEM es considerada una de las ONG más sólidas, prestigiosas y destacadas a nivel centroamericano en materia laboral, paz y democracia, siendo, además reconocida internacionalmente por su capacidad de convocar a diversos interlocutores, tomadores de decisión y sectores, con el objetivo de crear e implementar, de manera colectiva, nuevas e innovadoras estrategias para el abordaje de los diferentes retos que enfrentan nuestras sociedades.

Todas las acciones estratégicas se enmarcan en seis áreas programáticas:

- Justicia y Cumplimiento Laboral.
- Gobernanza Democrática.
- Gobernanza Ambiental.
- Seguridad y Prevención del delito y las violencias.
- Programa de Formación y Educación para el Desarrollo.

Además de ser una organización de la sociedad civil, FUNPADEM es el Centro de Pensamiento No.1 del ranking de Transparencia y Buen Gobierno de Centroamérica según el ÍNDICE GLOBAL GO TO THINK TANK 2022, elaborado por el Programa “Think Tanks y Sociedades Civiles” de la Universidad de Pennsylvania.

El Centro de Pensamiento de FUNPADEM, fue calificado como:



- El 2º en América Latina, el 1º en Centroamérica, y el 54º del mundo en Transparencia y Buen Gobierno.
- Entre los mejores diez centros de pensamiento de Centroamérica, en la categoría "Mejores Centros de Pensamiento en Centroamérica y Sudamérica".
- 2º Centro de Pensamiento en Centroamérica en "Mejores Centros de Pensamiento en Política Social".

Una de las principales contrapartes del proyecto en Costa Rica es el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTSS), quien ha manifestado una necesidad de apoyo en temas de comunicación y divulgación en el marco de la Dirección de Asuntos Laborales (DAL) que será detallada a continuación.

3. PROBLEMÁTICA

- **Antecedentes:**

La Dirección de Asuntos Laborales (DAL), es una de las áreas sustantivas de la estructura del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social y sus funciones están contenidas en Código de Trabajo, la Ley Orgánica del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Ley N° 1860 y sus reformas y la Ley de Reforma Procesal Laboral N° 9343, del 26 de julio de 2017.

Parte de las funciones dadas por Ley son la conciliación individual y colectiva, la cual es atendida por el Departamento de Relaciones de Trabajo, función que permite a las partes llegar a acuerdos y con ello la parte trabajadora obtiene el pago de sus derechos laborales como corresponde o la mejora en su situación laboral cuando la conciliación se da por razones que no son de índole económicas.

Sin embargo, esta competencia que le da la Ley a la Dirección de Asuntos Laborales es de carácter administrativa, por lo cual es potestad de la parte empleadora o trabajadora asistir a la audiencia, por ende no se tiene carácter de obligatoriedad.

Actualmente la presentación de las partes, específicamente la parte patronal, a las audiencias de conciliación, ha ido bajando considerablemente, por lo que se hace necesario realizar una serie de acciones que permitan aumentar el número de audiencias donde estén presentes ambas partes con el consecuente resultado positivo que esto podría conllevar. Se señala que el porcentaje de acuerdo cuando ambas partes están presentes es muy alto por lo que se hace necesaria la búsqueda de alternativas para atender esta situación.

Actualmente un 50,32% de las audiencias no se puede realizar por falta de presencia de una de las partes, sin embargo, de las audiencias que se logran realizar, un 83,36% logran acuerdos.



COSTA RICA, MTSS: Trámites de conciliación individual atendidos, según resultado obtenido, 2020-2023

Resultado	2020	2021	2022	2023
Total	16 027	18 506	20 811	19 381
Con ausencia de una o ambas partes	9 817	11 012	11 626	9 754
Con presencia de ambas partes	6 210	7 494	9 185	9 627
Con acuerdo	4 950	6 012	7 640	8 026
Sin acuerdo	1 260	1 482	1 545	1 601

Fuente: [Anuario estadístico MTSS 2023](#).

- **Atención de la situación:**

Una de las estrategias a considerar es la virtualización del servicio donde las partes tengan mayor accesibilidad y reduzcan costos de movilización de tal manera que se haga más atractiva la presentación a la misma, donde empleadores y trabajadores puedan llevar a cabo la audiencia desde sus respectivos lugares de residencia o empresa. De esta manera se ahorra tiempo y costos económicos.

En este sentido durante el 2023 se elaboró vía decreto un protocolo para la realización de las audiencias virtuales, mismo que durante el 2024 se tramita a la Dirección de Leyes y decretos para su aprobación y posterior ejecución.

Este protocolo señala la posibilidad de que la audiencia pueda darse de manera mixta, donde una de las partes esté presente en el MTSS y la otra en su respectivo domicilio o empresa, lo anterior en caso de que una de las partes no tenga acceso a equipo o conocimiento para realizarla desde su casa o empresa la audiencia.

La opción sería voluntaria para las partes, ya que siempre podrán optar por la audiencia presencial si así lo prefieren.

Es importante señalar que además de los costos en tiempo y dinero, también se minimiza el tiempo de espera ya que la misma se podría agendar para ser atendida por un conciliador de cualquier parte del país.

La virtualización se dará con el uso de tecnología básica, de manera que no sea una limitación para ninguna de las partes el uso de esta, accesible desde cualquier dispositivo inteligente.

Se definirán canales mediante la web del MTSS, mediante los cuales se hace la solicitud de conciliación virtual siempre que se cumpla con el requisito de contar con firma digital, para dar cumplimiento a la normativa que rige esta materia.

- **Perfil actual de la persona usuaria que solicita los servicios de conciliación:**

1. Más del 83% corresponden a la parte trabajadora.
2. El 58% son hombres.
3. El 91% es de nacionalidad costarricense.
4. Rama de actividad:

Rama de actividad económicas	Porcentaje
Total	100%
Servicios	56,16%
Comercio	23,75%
Construcción	8,06%
Industria	5,30%
Agricultura y Pesca	4,49%
Transporte	2,24%

Fuente: Base de datos Evaluación y Análisis.

5. Escolaridad:

Escolaridad	Porcentaje
Total	100%
Secundaria Completa	29%
Primaria Completa	27%
Universitaria Completa	17%
Secundaria Incompleta	13%
Ninguna	7%
Primaria Incompleta	5%
Universitaria Incompleta	2%
Técnico	1%

Fuente: Base de datos Evaluación y Análisis.

6. Rango de edad:

Rango de edad	Porcentaje
Total	100%
No indica	12,65%
De 15 a 17 años	0,04%
De 18 a 28 años	17,03%
De 29 a 39 años	26,64%
De 40 a 49 años	25,15%
De 50 a 59 años	13,18%
Mayores de 60 años	5,31%



Fuente: Base de datos Evaluación y Análisis.

- **Implementación:**

Para la implementación de este proceso de conciliación virtual se hace necesario el desarrollo de acciones logísticas como:

- La capacitación a personas conciliadoras y árbitros ya que si bien el personal tiene basta experiencia en la atención de conciliaciones, el proceso virtualizado requiere el aprendizaje de una serie de normas y comportamientos a nivel virtual que permitan un servicio de calidad a la hora de atender el proceso de conciliación.
- Divulgación del nuevo servicio a nivel nacional dirigido a trabajadores y empleadores.

Sin embargo, actualmente el Ministerio de Trabajo no cuenta con recursos financieros para hacer frente a estas dos acciones que son cruciales para el logro de los resultados esperados en este proyecto. Por esta razón se presentan los siguientes términos de referencia a fin de que a través de la cooperación externa se puedan llevar a cabo ambas acciones.

- **Capacitación:**

Actualmente el Departamento de Relaciones de Trabajo cuenta con 45 conciliadores y 12 árbitros distribuidos de la siguiente manera:

Unidades RAC MTSS	Oficina	Puesto		Suma total
		Árbitro(a)	Conciliador(a)	
URAC Alajuela	Alajuela	1	4	5
	Grecia		2	2
	San Carlos		2	2
URAC Cartago	Cartago		2	2
URAC Heredia	Heredia	1	2	3
URAC Liberia	Nicoya		1	1
	Santa Cruz		2	2
	Cañas		1	1
	Liberia	2	2	4
URAC Limón	Guápiles		1	1
	Limón	2	1	3
	Siquirres		1	1



	Turrialba		1	1
URAC Pérez Zeledón	Ciudad Neilly		1	1
	Pérez Zeledón	2	2	4
URAC Puntarenas	Orotina		1	1
	Puntarenas	2	4	6
	Quepos		1	1
	San Ramón		1	1
URAC San José	San José	2	13	15
Suma total		12	45	57

Fuente: Registros administrativos Relaciones de Trabajo.

Considerando que la mayoría de las oficinas son unipersonales y a fin de no afectar los servicios que se prestan en las mismas, se hace necesario pensar en una capacitación en línea en temas de comportamiento en servicios virtuales.

Se propone para esta capacitación, sea como mínimo de 12 horas y sea a través de videos, material de lectura o charla gravada que pueda ser llevada por cada persona funcionaria de acuerdo con su tiempo.

El material debe entregarse a la Dirección de Asuntos Laborales y quedar para uso de inducciones o capacitaciones posteriores.

4. OBJETIVO DE LA CONTRATACIÓN

Promover el servicio de conciliación individual virtual entre empleadores y trabajadores, mediante la difusión de sus beneficios y facilidades, con el fin de aumentar la participación en las audiencias de conciliación y mejorar la eficiencia y accesibilidad del proceso conciliatorio.

5. RESULTADO

Actividad	Descripción	Resultados Esperados
1. Planificación	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones iniciales para definir objetivos específicos, alcance y cronograma de la campaña. 	Documento con objetivos claros, alcance y cronograma detallado.

2. Estrategia de Comunicación	Crear un mensaje central claro y consistente que resuene con el público objetivo. Selección de medios y canales adecuados para llegar al público objetivo (ej. redes sociales, prensa, eventos, etc.)	Mensaje clave aprobado y estrategia de comunicación definida.
3. Planificación de la campaña	Elaboración del plan de acción con cronograma detallado y asignación de recursos (humanos, técnicos, financieros). Elaboración de una grilla detallada del material, fechas, formato y plataforma de lanzamiento del contenido.	Plan de acción aprobado y cronograma con asignación de recursos detallada.
4. Creación de Contenidos	Desarrollo de todos los materiales necesarios para la campaña (videos, infografías, folletos, posts para redes sociales, etc.) Revisión y prueba de los materiales creados para asegurar calidad y claridad del mensaje.	Materiales listos para su difusión cumpliendo con los estándares de calidad. Materiales revisados y aprobados para lanzamiento.

6. ACTIVIDADES POR REALIZAR

Este proceso deberá contemplar:

1. **Planificación:**
 - Reuniones iniciales para definir objetivos específicos, alcance y cronograma de la campaña.
2. **Estrategia de Comunicación:**
 - Crear un mensaje central claro y consistente que resuene con el público objetivo.
 - Selección de medios y canales adecuados para llegar al público objetivo (ej. redes sociales, prensa, eventos, etc.)
3. **Planificación de la Campaña:**
 - Elaboración del plan de acción con cronograma detallado y asignación de recursos (humanos, técnicos, financieros).



- Elaboración de una grilla detallada del material, fechas, formato y plataforma de lanzamiento del contenido.
4. **Creación de Contenidos:**
- Desarrollo de todos los materiales necesarios para la campaña (videos, infografías, folletos, posts para redes sociales, etc.)
 - Revisión y prueba de los materiales creados para asegurar calidad y claridad del mensaje.
5. **Proceso Creativo, Pre-producción, Producción y Pos-producción:**
- El proceso creativo, pre-producción, producción y pos-producción de materiales para el desarrollo de la campaña.
6. **Conceptualización de la Campaña:**
- Conceptualización de la campaña, incluyendo la creación de los mensajes clave de la campaña.
 - Conceptualización gráfica de la campaña.
7. **Plan de Comunicación:**
- Plan de comunicación de la campaña.
8. **Definición de Canales y Medios de Difusión:**
- Definición de los canales y medios de difusión.
9. **Plan de Medios:**
- Plan de medios que garantice la mayor cobertura y alcance de la población a la que va dirigida, así como la mayor eficiencia y eficacia en la utilización de los recursos, considerando no solo el presupuesto asignado por la cooperación, sino la capacidad instalada del MTSS de manera que cualquier producción pueda ser utilizada en las plataformas del MTSS.
10. **Coordinación con el Departamento de Relaciones de Trabajo:**
- Es necesario que la persona jurídica que vaya a desarrollar el diseño e insumos de implementación de la campaña tenga una coordinación con el Departamento de Relaciones de Trabajo de la Dirección de Asuntos Laborales a fin de que el lenguaje técnico que se utilice en la campaña cuente con el respaldo jurídico vigente, así como con la Unidad de Prensa del MTSS para garantizar los lineamientos del libro de marca y otros aspectos en el ámbito de la comunicación institucional.



7. ENTREGABLES

A continuación, se detalla los productos esperados de la consultoría:

Producto	Descripción	Fecha de entrega
1. Informe de sesión de consultas para la priorización de temas, aclaración de dudas y expectativas de las partes	Al menos 1 <u>reunión</u> con el equipo de FUNPADEM, de la DAL y del Unidad de Prensa para priorizar los temas, contenidos y metodologías de la consultoría. La sesión será convocada por FUNPADEM en coordinación con el MTSS y consultando la disponibilidad de la parte contratada.	Dos semanas después de la firma de contrato.
2. Plan de Trabajo y Cronograma de Implementación	Incluye el detalle metodológico para cada uno de los productos y entregables, así como el cronograma de trabajo e implementación de la consultoría	Tres días hábiles luego realizada la sesión de consulta.
3. Estrategia de comunicación	Mensaje clave y selección de canales de comunicación.	Siete días hábiles luego de la aprobación del producto anterior.
4. Plan de acción y asignación de recursos	Plan de acción detallado y cronograma con asignación de recursos necesarios.	Cinco días hábiles después de la aprobación de la estrategia de comunicación.
5. Materiales de la campaña	Todos los materiales necesarios para la campaña (videos, infografías, folletos, posts para redes sociales, etc.)	Veinte días hábiles después de la aprobación del plan de acción.
6. Informe de Pruebas y Revisiones	Revisión y prueba de los materiales para asegurar calidad y claridad del mensaje.	Tres días hábiles después de la aprobación de los materiales de campaña.

Cada producto por entregar deberá ser revisado en un lapso máximo de 10 días hábiles por el equipo designado por parte de FUNPADEM. La persona consultora está en la



obligación de integrar todas las observaciones realizadas por el equipo y presentar una nueva versión del documento.

Nota 1: Cada producto por entregar deberá contar con el visto bueno por el equipo designado por parte de FUNPADEM y de la DAL. La parte contratada está en la obligación de integrar todas las observaciones realizadas por el equipo y presentar una nueva versión del producto.

Nota 2: Para los artes, aplican un máximo de 3 rondas de cambios para cada uno. El oferente deberá de entregar las versiones finales de todo arte en formato editable mismos que serán propiedad del proyecto y del beneficiario, a saber, el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social de Costa Rica.

Nota 3: Si es el caso de que se elaboren cuñas/jingle y videos, se espera como mínimo el desarrollo de guiones y, cuando aplique, storyreel y storyboard, y el número de las personas que se necesiten.

8. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

VIDEOS
<ul style="list-style-type: none">- Diseño sonoro, guión técnico, storyboard y storyreel, animación preliminar.- Duración aproximada de 3 minutos c/u.- Cuando aplique, animación 2D - motion graphics, combinando perspectivas tridimensionales (2.5D).- En formato MP4, códec h264 y 20mbps. Audio en formato .wav sin compresión para que pueda ser difundido en redes sociales en línea.- En formato quicktime (.mov), códec h264 y 50mbps; y el audio en formato .wav sin compresión para ser distribuido en dispositivos móviles.- En formato MP4, códec h264 y 1 Mbps, audio en formato mp3 o aac (para distribución en WhastApp).
CUÑAS / JINGLE
<ul style="list-style-type: none">- Diseño sonoro, guión técnico, storyboard y storyreel.- Duración aproximada de entre 30segundos – 45 segundos c/u.- Formatos propios para la difusión de las cuñas en canales varios (redes sociales, emisoras radiales, perifoneo, etc).

POSTEOS PARA REDES SOCIALES

Plataformas disponibles:

Instagram:

- **Imagen:**

- Formato: JPG o PNG.
- Tamaño: 1080 x 1080 píxeles (cuadrado) o 1080 x 1920 píxeles (historias).
- Relación de aspecto: 1:1 (cuadrado) o 9:16 (historias).
- Tamaño máximo del archivo: 30 MB.

- **Video:**

- Formato: MP4.
- Tamaño: 1080 x 1080 píxeles (cuadrado) o 1080 x 1920 píxeles (historias).
- Relación de aspecto: 1:1 (cuadrado) o 9:16 (historias).
- Duración: Hasta 60 segundos (post) o hasta 15 segundos (historias).
- Códec: H.264.
- Audio: AAC.

Facebook:

- **Imagen:**

- Formato: JPG o PNG.
- Tamaño: 1200 x 630 píxeles (compartir enlace) o 1080 x 1080 píxeles (cuadrado).
- Relación de aspecto: 1.91:1 (compartir enlace) o 1:1 (cuadrado).
- Tamaño máximo del archivo: 30 MB.

- **Video:**

- Formato: MP4 o MOV.
- Tamaño: 1280 x 720 píxeles (mínimo).
- Relación de aspecto: 16:9.
- Duración: Hasta 240 minutos.

- Códec: H.264.
- Audio: AAC.

LinkedIn:

- **Imagen:**

- Formato: JPG o PNG.
- Tamaño: 1200 x 627 píxeles.
- Relación de aspecto: 1.91:1.
- Tamaño máximo del archivo: 5 MB.

- **Video:**

- Formato: MP4.
- Tamaño: 256 x 144 píxeles (mínimo) a 4096 x 2304 píxeles (máximo).
- Relación de aspecto: 16:9 o 1:1.
- Duración: De 3 segundos a 10 minutos.
- Códec: H.264.
- Audio: AAC.

Youtube:

- **Imagen (miniatura):**

- Formato: JPG, GIF, BMP o PNG.
- Tamaño: 1280 x 720 píxeles.
- Relación de aspecto: 16:9.
- Tamaño máximo del archivo: 2 MB.

- **Video:**

- Formato: MP4, MOV, AVI, WMV, FLV, 3GP, MPEGPS, WebM.
- Tamaño: 1920 x 1080 píxeles (HD) o superior.
- Relación de aspecto: 16:9.
- Duración: Hasta 12 horas.
- Códec: H.264.
- Audio: AAC.

X:

- **Imagen:**

- Formato: JPG, PNG.
- Tamaño: 1200 x 675 píxeles.
- Relación de aspecto: 16:9.
- Tamaño máximo del archivo: 5 MB (fotos) y 15 MB (GIFs animados).

- **Video:**

- Formato: MP4 o MOV.
- Tamaño: 1280 x 720 píxeles (mínimo).
- Relación de aspecto: 16:9.
- Duración: Hasta 140 segundos.
- Códec: H.264.
- Audio: AAC.

Estas especificaciones garantizan que el contenido se optimice correctamente para cada plataforma, asegurando la mejor calidad y compatibilidad.

9. DURACIÓN DE LA CONSULTORÍA

El periodo de consultoría será de tres meses, iniciando 16 de setiembre del 2024.

10. PERFIL DE LA PERSONA OFERENTE

Se pretende contratar a una persona jurídica con experiencia demostrable en producción, desarrollo y elaboración de campañas de comunicación y divulgación para instituciones con los siguientes requisitos de admisibilidad; la persona líder del equipo debe de tener:

- a) Experiencia en campañas de comunicación y divulgación pública.
- b) Conocimiento en producción audiovisual y estrategias de medios.



- c) Capacidad para trabajar con equipos multidisciplinarios y cumplir con los plazos establecidos.
- d) Inscrito y al día en el Colegio Profesional respectivo.
- e) Contar con un equipo interdisciplinario con formación profesional en carreras como comunicación colectiva, diseño gráfico y producción audiovisual. Demostrando experiencia en la producción de audiovisuales basados en educación popular.

11. HONORARIOS

El monto total de la contratación será el aprobado en la oferta económica presentada por el oferente, pagaderos según la siguiente distribución:

Producto	Paso asociado*
1. Informe de sesión de consultas para la priorización de temas, aclaración de dudas y expectativas de las partes	SIN PAGO ASOCIADO
2. Plan de Trabajo y Cronograma de Implementación	10 %
3. Estrategia de comunicación	20%
4. Plan de acción y asignación de recursos	20%
5. Materiales de campaña	40 %
6. Informe de pruebas y revisiones	10 %
Total	100%

Nota 1: El monto límite para la campaña será de 6500 USD.

El pago de los honorarios correspondientes se realizará dentro de los 15 días hábiles posteriores a la emisión de la factura; esta última podrá ser emitida hasta que el producto correspondiente cuenta con aprobación final. El monto de la factura debe de incluir los impuestos correspondientes (estos deben ser incluidos también en la oferta económica presentada); además, la factura debe ser enviada al correo facturacion@funpadem.org con cc a asistenciatecnica@funpadem.org y caragon@funpadem.org



Cada uno de los pagos se realizará contra la presentación del informe/producto respectivo y su correspondiente factura timbrada. Todos los montos de esta Consultoría incluyen los impuestos correspondientes.

***FUNPADEM no está exenta del Impuesto al Valor Agregado (I.V.A.), corresponde a la parte contratada asumir el I.V.A. de manera tal que la oferta económica presenta debe de contemplar el IVA en cada producto.**

12. INCUMPLIMIENTO DEL PLAZO IMPUTABLE AL PROFESIONAL

En caso de identificarse cualquier atraso en la entrega de los productos según el cronograma establecido en estos mismos TdR, el consultor deberá informar por vía correo electrónico, con al menos 5 días hábiles de anticipación de la entrega del producto, a la persona asignada por FUNPADEM. En el correo deberá adjuntar las evidencias necesarias por las que existe el atraso en la entrega, esta evidencia será analizada por el equipo de FUNPADEM, quien verificará la evidencia.

Se tomará como admisible, aquella evidencia que se genere por:

1. Problema de salud (certificación médica)
2. Defunción de algún familiar cercano (certificación de defunción)
3. Atrasos en entrega de insumos y/o revisiones por parte de la contraparte.

En caso de que no se siga este procedimiento o que el equipo de FUNPADEM declare no admisible la evidencia, se procederá con las siguientes sanciones:

- 1 a 5 días de atraso: 10% del total del contrato.
- 6 a 10 días: 25% del total del contrato.
- 11 días o más y/ o la reiteración de la entrega tardía: Finalización del contrato de manera unilateral.

13. REQUISITOS DE ADMISIBILIDAD DE OFERTAS

Serán admisibles a concurso las ofertas que cumplan con las condiciones generales, específicas, legales y técnicas solicitadas en este cartel.

A efectos de considerarse una oferta válida, el o la oferente debe de presentar:

1. Hoja de vida la persona consultora, el cual deberá incluir los atestados, antecedentes, títulos y certificados de culminación de estudios de grado, postgrado, maestría y/o cursos de especialización que demuestren que cumple



con las características estipuladas en la sección “09. Perfil de la persona oferente” de este documento.

2. Carta de aceptación de los honorarios propuestos.

14. CONDICIONES DE LA CONTRATACIÓN

- a. Todos los instrumentos, propuestas metodológicas planteadas, productos intermedios y finales serán sometidos a aprobación por parte de FUNPADEM y el socio implementador del proyecto, bajo las personas que estos designen.
- b. La persona física contratada está obligada en realizar las modificaciones que se le indiquen según el tiempo asignado.
- c. Cuando aplique, todos los materiales utilizados deberán presentarse en el formato del proyecto.
- d. En el momento requerido, se realizarán las reuniones entre las partes técnicas responsables de FUNPADEM, el socio implementador y la contraparte contratada para la revisión de instrumentos, plan de trabajo, cronograma y avance de productos, etc.
- e. Cuando aplique, la persona contratada deberá brindar las listas de asistencia de las actividades que se realicen, así como una galería fotográfica de todo el proceso.
- f. Cuando aplique, la persona contratada deberá cubrir, cuando corresponda y previo aviso, los gastos de alimentación, para todas las personas que participen en las diferentes actividades que se realicen en el marco de la consultoría (los tiempos de alimentación serán de acuerdo con la cantidad de horas de las actividades a realizar).
- g. Los gastos de transporte corren por cuenta de las personas (s) contratadas.
- h. Cuando aplique, las convocatorias a las diferentes actividades o citas de entrevista deberán ser realizadas por el contratista en estrecha coordinación con el contratante, adecuándose a las necesidades, requerimientos u horarios de las personas participantes.
- i. FUNPADEM no se comprometen a brindar espacio físico al contratista, ni se hará responsable por daños a la propiedad o terceras personas.
- j. FUNPADEM no está exenta de ningún impuesto, por lo que las ofertas económicas deben de incluir todos los rubros. El Impuesto al Valor Agregado (IVA) debe ser considerado y presentado en el monto de la propuesta económica; de lo contrario, podría descartarse la propuesta.



- k. La contratación se formalizará mediante Contrato de Prestación de Servicios Profesionales con FUNPADEM. Se cancelarán honorarios tras el cumplimiento y recibo a satisfacción de los productos señalados y contra la presentación de la factura electrónica según las disposiciones del Ministerio de Hacienda de la República de Costa Rica.
- l. Esta iniciativa se desarrolla en el marco del proyecto “Implementando una Cultura de Cumplimiento Laboral en el Sector Agroexportador de Costa Rica y Honduras” financiado por el Departamento de Trabajo de los Estados Unidos. Por lo que la autoría de cualquier documento desarrollado en el marco de esta consultoría será del donante en cuestión.

15. CUADRO DE EVALUACIÓN

A continuación, se presenta los criterios y puntajes de evaluación que serán utilizados para evaluar cada oferta recibida:

CRITERIO DE EVALUACIÓN	INDICADOR	VALORACIÓN	VALORACIÓN MÁXIMA
1. Grado Profesional de la persona líder del equipo	Otros títulos y/o certificaciones atinentes al cartel (hasta +3 en total) Por ejemplo: carné de locución, etc.	+1 c/u máximo de +3	Hasta un total de 8 puntos
	Posgrado en alguna materia atinente a la contratación	5	
	Licenciatura en carreras atinentes	3	
2. Experiencia profesional de la persona líder del equipo	15 o más años de experiencia	7	Hasta un total de 7 puntos
	5 a 7 años de experiencia	2	
	Al menos 5 años de experiencia	1	
3. Experiencias comprobadas en el diseño y ejecución de campañas publicitarias en temas relacionados a los expuestos en este cartel	Otras experiencias comprobadas y atinentes al cartel (hasta 10 experiencias extra en total)	+1 c/u máxima de +10 pts.	Hasta 20 puntos
	Al menos 5 experiencias	10	



CRITERIO DE EVALUACIÓN	INDICADOR	VALORACIÓN	VALORACIÓN MÁXIMA
4. Propuesta técnica	Propuesta técnica que mejor responde a las necesidades del cartel	20	Hasta 20 puntos
	Segunda mejor propuesta	10	
	El resto de las propuestas	5	
5. Propuesta económica Monto límite de la campaña es 6500 USD.	Propuesta económica con mejor precio	40	Hasta 40 puntos
	Segunda propuesta con mejor precio	20	
	Tercera propuesta con mejor precio	10	
	Propuestas económicas restantes	5	
PUNTOS TOTALES		82 puntos base + 13 puntos extra	Máximo de 95 puntos disponibles