

Visión: ser una institución técnica e independiente que desarrolle una gestión eficiente y creíble, basada en la excelencia de sus talentos y reconocida en el ámbito nacional e internacional, orientada a preservar el valor de la moneda y la eficacia, integridad y estabilidad del sistema financiero.



DICTAMEN TÉCNICO EN EL CUAL SE SUSTENTAN LAS ESPECIFICACIONES TÉCNICAS REQUERIDAS EN EL PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN

En cumplimiento del artículo 40 de la Resolución DNCP N° 230/2025, en virtud del cual se solicita la emisión de dictamen técnico en el cual se sustenten las especificaciones técnicas requeridas en el procedimiento de contratación, refrendado por el responsable del área requirente o del técnico que las recomendó; se emite el siguiente dictamen en los siguientes términos:

INFORMACIÓN BÁSICA DE LA CONVOCATORIA (*)

- A. DENOMINACIÓN DE LA CONVOCATORIA:** LPN N° 3PM/2026 - CONTRATACIÓN DE SERVICIO DE AGENCIA PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN DE LA NUEVA FAMILIA DE BILLETES - ID N° 479755.
- B. MONTO TOTAL DEL PAC:** ₡ 4.800.000.000.-
- C. ÁREA TÉCNICA REQUIRENTE DEL PROCESO:** Departamento de Comunicación y Relaciones Internacionales (DCRI).
- D. FUNCIONARIO/S RESPONSABLE/S DESIGNADO/S PARA LA ADMINISTRACION DEL CONTRATO, ENCARGADO/S DE LA CARGA EN EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE CONTRATACIONES PÚBLICAS DE LOS DOCUMENTOS CONTRACTUALES Y DE LOS INDICADORES DE CUMPLIMIENTO:**

TITULAR:

- Nombre y apellido: **Ximena Chaparro**
- Cédula de Identidad: **3.506.763**
- Fecha de nacimiento: **11-01-1993**
- Número telefónico de contacto: **619 2548**
- Cargo en el área requirente: **Directora del Departamento de Comunicación y Relaciones Internacionales**

AUXILIAR:

- Nombre y apellido: **Karen Bernal Rodríguez**
- Cédula de Identidad: **4.817.856**
- Fecha de nacimiento: **16-06-1990**
- Número telefónico de contacto: **619 2272**
- Cargo en el área requirente: **Jefa de la Sección Medios de Comunicación y Contenidos Digitales**

Visión: ser una institución técnica e independiente que desarrolle una gestión eficiente y creíble, basada en la excelencia de sus talentos y reconocida en el ámbito nacional e internacional, orientada a preservar el valor de la moneda y la eficacia, integridad y estabilidad del sistema financiero.



E. MODALIDAD DE LA CONTRATACIÓN

SERVICIO DE AGENCIA PUBLICITARIA

Ítems N° 1 al 3: Contrato Cerrado.

PRODUCCIÓN DE MATERIALES PARA DIFUSIÓN EN MEDIOS Y PLATAFORMAS PARA LA CAMPAÑA PUBLICITARIA NACIONAL

Ítems N° 4 al 24: Contrato Abierto por montos mínimos y máximos.

Monto Máximo: ₡ 4.481.000.000.-

Monto Mínimo: ₡ 1.344.300.000.-

SECCIÓN I - DATOS DE LA CONVOCATORIA

➤ **Idioma de la oferta:**

La oferta deberá ser presentada en idioma castellano o en su defecto acompañado de su traducción oficial, realizada por un traductor público matriculado en la República del Paraguay.

La convocante permitirá con la oferta, la presentación de catálogos, anexos técnicos o folletos en idioma distinto al castellano y sin traducción:

...X... NO APLICA

➤ **Visita al sitio de ejecución del contrato:**

La convocante dispone la realización de una visita al sitio con las siguientes indicaciones:

...X... NO APLICA

➤ **Autorización del Fabricante:**

Los ítems a los cuales se le requerirá Autorización del Fabricante son los indicados a continuación:

...X... NO APLICA

➤ **Muestras:**

Se requerirá la presentación de muestras de los siguientes ítems y en las siguientes condiciones:

...X... NO APLICA

En caso de ser solicitadas, las muestras deberán ser presentadas junto con la oferta, o bien en el momento y plazo fijado por la convocante en este apartado, la cual será considerada requisito indispensable para la evaluación de la oferta. La falta de presentación en la forma y plazo establecido por la convocante será causal de descalificación de la oferta.

➤ **Periodo de validez de la Garantía de los bienes/servicios:**

El periodo de validez de la Garantía de los bienes será el siguiente:

...X... APLICA

Visión: ser una institución técnica e independiente que desarrolle una gestión eficiente y creíble, basada en la excelencia de sus talentos y reconocida en el ámbito nacional e internacional, orientada a preservar el valor de la moneda y la eficacia, integridad y estabilidad del sistema financiero.



- **DETALLE DE LA/S GARANTÍA/S SOLICITADA/S:**

El plazo de validez de la Garantía de los bienes/servicios será el siguiente:

El Proveedor deberá presentar una Garantía de buen servicio y calidad, mediante una Nota en carácter de declaración jurada a nombre del Banco Central del Paraguay, en virtud de la cual manifieste que correrán a su cargo, por cuenta propia y sin costo para el BCP, las reposiciones, sustituciones, reparaciones y/o modificaciones que correspondan, cuando se observasen fallas y/o deficiencias en el servicio realizado y/o en los materiales proveídos, por causas que le fueran imputables, por todo el plazo de vigencia del contrato.

En caso de que dicha Garantía haya sido presentada por el Proveedor al momento de la presentación de su oferta, la misma será válida durante la ejecución contractual, no siendo necesaria la presentación de la misma nuevamente.

SECCIÓN II - REQUISITOS DE PARTICIPACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Fundamentación de los criterios de evaluación establecidos: Esta Convocante ha establecido los criterios de evaluación que se citan en los apartados siguientes, considerando que estos buscan garantizar la correcta ejecución contractual de acuerdo al alcance establecido en el PBC, lo que requiere que la experiencia y capacidad técnica de los posibles oferentes sea respaldada, con la presentación de diferentes tipos de documentaciones que demuestren que los mismos tienen la experiencia y la confiabilidad necesaria para cumplir con los términos del contrato en caso de resultar adjudicados. Los requisitos son de posible y fácil cumplimiento para el rubro de los posibles oferentes de la convocatoria. Se menciona que ningún requerimiento podría limitar la participación de potenciales oferentes. Los requisitos se basan en las necesidades actuales de la Institución, el conocimiento del área técnica, entre otros.

➤ **Experiencia requerida**

Con el objetivo de calificar la experiencia del oferente, se considerarán los siguientes índices:

- a. Demostrar una antigüedad mínima de 5 (cinco) años de existencia legal (inclusive para las firmas unipersonales).
- b. Demostrar experiencia en prestación de servicios de agencia de publicidad y/o promoción a personas jurídicas (públicas y/o privadas), dentro del periodo comprendido desde el año 2021 hasta la fecha de la apertura de ofertas del presente llamado; cuyos montos sumados representen un monto igual o superior al treinta por ciento (30%) del monto máximo establecido para el contrato abierto (ítems 4 al 24) del presente llamado.

El oferente deberá contar con al menos la siguiente experiencia:

Visión: ser una institución técnica e independiente que desarrolle una gestión eficiente y creíble, basada en la excelencia de sus talentos y reconocida en el ámbito nacional e internacional, orientada a preservar el valor de la moneda y la eficacia, integridad y estabilidad del sistema financiero.



- Experiencia en el desarrollo integral de trabajos publicitarios y/o creativos (como por ejemplo: desarrollo de concepto creativo y/o estrategia visual y/o promoción y/o producción en campañas de alcance nacional y/u otros trabajos relacionados; los cuales serán considerados por el área técnica al momento de la evaluación de ofertas).

- Experiencia en servicio integral publicitario (como por ejemplo: elaboración de Plan de Medios y/o campañas de comunicación y/u otros trabajos relacionados; los cuales serán considerados por el área técnica al momento de la evaluación de ofertas).

- Experiencia en elaboración de Plan de Comunicación para campañas de alcance nacional (como por ejemplo: trabajos de mensajes claves y/o público objetivo y/o estrategias comunicacionales y/u otros trabajos relacionados; los cuales serán considerados por el área técnica al momento de la evaluación de ofertas).

- Experiencia en trabajos de producción integral de contenidos publicitarios (como por ejemplo: piezas gráficas publicitarias y/o spots publicitarios para radio y/o tv para uso en campañas publicitarias y/o de marketing y/o de comunicación y/o experiencia en trabajos de servicios de elaboración de materiales publicitarios impresos y/o digitales y/u otros materiales de soporte para campañas publicitarias en general y/o estrategia visual (look and feel) y/u otros trabajos relacionados; los cuales serán considerados por el área técnica al momento de la evaluación de ofertas).

c. Declarar la cartera de los 3 (tres) clientes principales con los que ha operado el oferente en los últimos 5 (cinco) años. El BCP se reserva el derecho de comprobar la veracidad de la información declarada.

d. Haber prestado satisfactoriamente, a como mínimo 3 (tres) clientes finales, servicios de agencia de publicidad y/o promoción, dentro del periodo comprendido desde el año 2021 hasta la fecha de la apertura de ofertas del presente llamado.

En caso de Consorcios, el Socio Gestor/Líder deberá cumplir con los requisitos establecidos en los ítems a), c) y d), así como el 60% del requisito mínimo establecido en el ítem b) del siguiente apartado "Requisitos documentales para la evaluación de la experiencia". Los Socios restantes combinados deben cumplir con el 40% del requisito mínimo establecido en el ítem b) del siguiente apartado "Requisitos documentales para la evaluación de la experiencia".

Requisitos documentales para la evaluación de la experiencia

a. Fotocopia simple de Estatuto de Constitución y/o Constancia de RUC que demuestren una antigüedad mínima de 5 (cinco) años de existencia legal (inclusive para las firmas unipersonales).

b. Fotocopia/s de contrato/s (con las documentaciones acreditantes del monto efectivamente ejecutado), y/o factura/s (contado o crédito con recibo de dinero), y/o recepción/es final/es con indicación del monto ejecutado, y/o conformidad/es con indicación del monto ejecutado, de experiencia en prestación de servicios de agencia de publicidad y/o promoción a personas jurídicas (públicas y/o privadas), dentro del periodo comprendido

Visión: ser una institución técnica e independiente que desarrolle una gestión eficiente y creíble, basada en la excelencia de sus talentos y reconocida en el ámbito nacional e internacional, orientada a preservar el valor de la moneda y la eficacia, integridad y estabilidad del sistema financiero.



desde el año 2021 hasta la fecha de la apertura de ofertas del presente llamado; cuyos montos sumados representen un monto igual o superior al treinta por ciento (30%) del monto máximo establecido para el contrato abierto (ítems 4 al 24) del presente llamado. Podrán presentarse la cantidad de documentaciones indicadas que fueren necesarias para acreditar el monto solicitado, siempre y cuando dichas prestaciones hayan sido realizadas dentro del periodo mencionado. De la documentación solicitada, el oferente deberá presentar al menos lo siguiente:

- 2 (dos) documentaciones que demuestren experiencia en el desarrollo integral de trabajos publicitarios y/o creativos (como por ejemplo: desarrollo de concepto creativo y/o estrategia visual y/o promoción y/o producción en campañas de alcance nacional y/u otros trabajos relacionados; los cuales serán considerados por el área técnica al momento de la evaluación de ofertas).

- 2 (dos) documentaciones que demuestren experiencia en servicio integral publicitario (como por ejemplo: elaboración de Plan de Medios y/o campañas de comunicación y/u otros trabajos relacionados; los cuales serán considerados por el área técnica al momento de la evaluación de ofertas).

- 2 (dos) documentaciones que demuestren experiencia en elaboración de Plan de Comunicación para campañas de alcance nacional (como por ejemplo: trabajos de mensajes claves y/o público objetivo y/o estrategias comunicacionales y/u otros trabajos relacionados; los cuales serán considerados por el área técnica al momento de la evaluación de ofertas).

- 2 (dos) documentaciones que demuestren experiencia en trabajos de producción integral de contenidos publicitarios (como por ejemplo: piezas gráficas publicitarias y/o spots publicitarios para radio y/o tv para uso en campañas publicitarias y/o de marketing y/o de comunicación y/o experiencia en trabajos de servicios de elaboración de materiales publicitarios impresos y/o digitales y/u otros materiales de soporte para campañas publicitarias en general y/o estrategia visual (look and feel) y/u otros trabajos relacionados; los cuales serán considerados por el área técnica al momento de la evaluación de ofertas).

Podrán presentarse la cantidad de documentaciones indicadas que fueren necesarias para acreditar el monto y la experiencia solicitados, siempre y cuando dichas prestaciones hayan sido realizadas dentro del periodo mencionado.

c. Nota en carácter de Declaración Jurada mediante la cual el oferente liste la cartera de sus 3 (tres) clientes principales con los cuales ha operado en los últimos 5 (cinco) años. El BCP se reserva el derecho de comprobar la veracidad de la información declarada.

d. Fotocopia simple de referencias satisfactorias de clientes finales, como mínimo 3 (tres), formalizadas por documentos que contengan la debida identificación y suscripción del emisor, de haber prestado servicios de agencia de publicidad y/o promoción, dentro del periodo comprendido desde el año 2021 hasta la fecha de la apertura de ofertas del presente llamado, expedidas por personas jurídicas (públicas y/o privadas) con quienes mantiene y/o mantuvo relaciones comerciales.

Visión: ser una institución técnica e independiente que desarrolle una gestión eficiente y creíble, basada en la excelencia de sus talentos y reconocida en el ámbito nacional e internacional, orientada a preservar el valor de la moneda y la eficacia, integridad y estabilidad del sistema financiero.



➤ **Capacidad Técnica**

El oferente deberá proporcionar evidencia documentada que demuestre su cumplimiento con los siguientes requisitos de capacidad técnica:

1. Para el desarrollo y cumplimiento de los servicios, el plantel técnico requerido exclusivamente para la campaña deberá estar compuesto mínimamente por:

- **1 (un) Director General.** Deberá acreditar experiencia profesional en las áreas de: Marketing o Comunicación o Publicidad o Diseño gráfico o Bellas artes o Administración o Contabilidad. Este perfil no requiere portafolio digital de trabajo.
- **1 (un) Director de Cuentas.** Deberá acreditar experiencia profesional en las áreas de: Marketing o Comunicación o Publicidad o Diseño gráfico o Bellas artes o Administración o Contabilidad. Este perfil no requiere portafolio digital de trabajo.
- **1 (un) Director de Medios.** Deberá acreditar experiencia profesional en las áreas de: Marketing o Comunicación o Publicidad o Diseño gráfico o Bellas artes. Este perfil no requiere portafolio digital de trabajo.
- **1 (un) Director Creativo.** Deberá acreditar experiencia profesional en las áreas de: Marketing o Comunicación o Publicidad o Diseño gráfico o Bellas artes. Este perfil no requiere portafolio digital de trabajo.
- **1 (un) Director de Producción.** Deberá acreditar experiencia profesional en las áreas de: Marketing o Comunicación o Publicidad o Diseño gráfico o Bellas artes. Este perfil no requiere portafolio digital de trabajo.
- **2 (dos) Diseñadores Gráficos Senior.** Deberán acreditar experiencia profesional en el área de Diseño Gráfico. Este perfil requiere portafolio digital de trabajo.
- **2 (dos) Editores Audiovisualistas.** Deberán acreditar experiencia profesional en las áreas de: Comunicación Audiovisual o Diseño Gráfico o Bellas Artes. Este perfil requiere portafolio digital de trabajo.
- **1 (un) Ejecutivo de Cuentas Senior.** Deberá acreditar experiencia profesional en las áreas de: Marketing o Comunicación o Publicidad o Diseño gráfico o Bellas artes. Este perfil no requiere portafolio digital de trabajo.
- **1 (un) Redactor Creativo.** Deberá acreditar experiencia profesional en las áreas de: Marketing o Comunicación o Publicidad o Diseño gráfico o Bellas artes. Este perfil no requiere portafolio digital de trabajo.
- **1 (un) Planner de Medios.** Deberá acreditar experiencia profesional en las áreas de: Marketing o Comunicación o Publicidad o Diseño gráfico o Bellas artes. Este perfil no requiere portafolio digital de trabajo.
- **1 (un) Productor de campo Senior.** Deberá acreditar experiencia profesional en las áreas de: Marketing o Comunicación o Publicidad o Diseño gráfico o Bellas artes. Este perfil no requiere portafolio digital de trabajo.
- **1 (un) Planner de medios digitales.** Deberá acreditar experiencia profesional en las áreas de: Marketing o Comunicación o Publicidad o Diseño gráfico o Bellas artes. Este perfil no requiere portafolio digital de trabajo.

Visión: ser una institución técnica e independiente que desarrolle una gestión eficiente y creíble, basada en la excelencia de sus talentos y reconocida en el ámbito nacional e internacional, orientada a preservar el valor de la moneda y la eficacia, integridad y estabilidad del sistema financiero.



- **1 (un) Animador gráfico.** Deberá acreditar experiencia profesional en las áreas de: Marketing o Comunicación o Publicidad o Diseño gráfico o Bellas artes. Este perfil requiere portafolio digital de trabajo.
- 2. Contar con la infraestructura necesaria para garantizar el cumplimiento y entrega de los servicios solicitados. La convocante se reserva el derecho de hacer visitas in situ para corroborar que la empresa se dedica al rubro.
- 3. Contar con evidencia multimedia de al menos 3 (tres) campañas publicitarias realizadas (por ejemplo: fotografías, videos, publicaciones, enlaces). El formato de presentación podrá ser en pendrive u otro medio que permita la verificación de la evidencia solicitada.
- 4. Garantizar el Buen Servicio y Calidad por todo el plazo de vigencia del contrato.

▪ **Requisitos documentales para la evaluación de la capacidad técnica**

1. Nota en carácter de declaración jurada en la cual se listen los datos de cada profesional propuesto para cada perfil requerido, adjuntando al efecto el curriculum vitae debidamente firmado por el profesional propuesto, el cual deberá incluir mínimamente: nombre y apellido, identificación del perfil al cual es propuesto, listado de experiencia profesional en el área requerida, una dirección de enlace a un portafolio digital con al menos 2 (dos) trabajos previos realizados por el profesional, en los perfiles en los que se requiera. Así también deberá adjuntar: fotocopia de cédula de identidad de cada profesional propuesto y documentos respaldatorios que acrediten la experiencia declarada en el CV. El BCP se reserva el derecho de comprobar la veracidad de la información declarada en el CV.
2. Declaración Jurada en la cual el oferente manifieste que cuenta con la infraestructura necesaria para garantizar el cumplimiento y entrega de los servicios solicitados. La convocante se reserva el derecho de hacer visitas in situ para corroborar que la empresa se dedica al rubro.
3. Evidencia multimedia de al menos 3 (tres) campañas publicitarias realizadas por el oferente (como por ejemplo: fotografías, videos, publicaciones, enlaces). El formato de presentación podrá ser en pendrive u otro medio que permita la verificación de la evidencia solicitada.
4. Garantía de buen servicio y calidad, mediante una Nota en carácter de declaración jurada a nombre del Banco Central del Paraguay, en virtud de la cual el Oferente manifieste que correrán a su cargo, por cuenta propia y sin costo para el BCP, las reposiciones, sustituciones, reparaciones y/o modificaciones que correspondan,

Visión: ser una institución técnica e independiente que desarrolle una gestión eficiente y creíble, basada en la excelencia de sus talentos y reconocida en el ámbito nacional e internacional, orientada a preservar el valor de la moneda y la eficacia, integridad y estabilidad del sistema financiero.



cuando se observasen fallas y/o deficiencias en el servicio realizado y/o en los materiales proveídos, por causas que le fueran imputables, por todo el plazo de vigencia del contrato.

➤ **Otros criterios que la convocante requiera:**

- a. La convocante se reserva el derecho a requerir la información y/o documentación adicional que estime pertinente a fin de acreditar la veracidad de la información contenida en la documentación presentada por el oferente referente a los requisitos documentales para la evaluación citados más arriba.

SECCIÓN III- SUMINISTROS REQUERIDOS – ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

➤ **Identificación de la unidad solicitante y justificaciones (*)**

- Identificar el nombre, cargo y la dependencia de la Institución de quien solicita el llamado a ser publicado:

El presente llamado a ser publicado ha sido solicitado por el Departamento de Comunicación y Relaciones Internacionales del Banco Central del Paraguay, de acuerdo a las necesidades de la Institución y con aprobación de la máxima autoridad. Los funcionarios responsables del área requirente según Dictamen Técnico son: Ximena Chaparro, Directora del Departamento de Comunicación y Relaciones Internacionales; y Karen Bernal, Jefa de la Sección Medios de Comunicación y Contenidos Digitales.

- Justificar la necesidad que se pretende satisfacer mediante la contratación a ser realizada:

Dada la atribución constitucional y legal exclusiva del Banco Central del Paraguay de emitir billetes y monedas nacionales y determinar sus características, dándoles publicidad, el BCP resolvió la modificación de la serie actual de billetes, ante la necesidad de modernización de los mismos, considerando los significativos avances tecnológicos en la manufactura de los billetes, con modernas y novedosas medidas de seguridad. Fundamentalmente, para presentarla en un nuevo diseño con un formato homogéneo entre todas las denominaciones, conjugando las medidas de seguridad, con los personajes, naturaleza, fauna, flora y motivos que transmiten la identidad nacional.

Teniendo en cuenta el impacto significativo del cambio de los billetes en las actividades económicas de las personas y empresas, resulta fundamental la correcta divulgación del proceso, tanto desde el aspecto de reconocimiento de los nuevos diseños que entrarán en circulación como las medidas de seguridad en cada denominación de todo el cono monetario, para lo cual se requiere el servicio a ser contratado.

Visión: ser una institución técnica e independiente que desarrolle una gestión eficiente y creíble, basada en la excelencia de sus talentos y reconocida en el ámbito nacional e internacional, orientada a preservar el valor de la moneda y la eficacia, integridad y estabilidad del sistema financiero.



- Justificar la planificación:
Con relación a la planificación, se indica que se trata de un llamado nuevo, que responde a una necesidad actual y temporal.
- Justificar las especificaciones técnicas establecidas:
Las especificaciones técnicas establecidas se justifican en las necesidades actuales de la Institución para llevar adelante la campaña nacional de difusión de la nueva familia de billetes.

➤ **Especificaciones técnicas**

• **CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN**

El personal del Proveedor deberá firmar un Compromiso de Confidencialidad de la Información en los términos del Formulario incluido en la Sección Formularios del PBC.

SERVICIO DE AGENCIA PUBLICITARIA

Con el fin de promover eficazmente los objetivos establecidos, es necesario contratar los servicios de una agencia especializada. Dicho Proveedor deberá encargarse de diseñar la campaña publicitaria (concepto, slogan e imagen), el concepto creativo, desarrollo estratégico y contenido diferenciado de la misma para el desarrollo de las piezas publicitarias que comprenderá la producción y elementos que se utilizarán en la referida campaña, teniendo en cuenta los ejes establecidos, así como la creación de contenido estratégico, interactivo, en línea con los ejes establecidos para la campaña, y todas las piezas publicitarias deben mostrar experiencias en la utilización de billetes.

De igual manera, deberá encargarse del diseño del Plan de Comunicación que acompañará a la campaña publicitaria.

El Proveedor será responsable conceptualizar la comunicación de las seis denominaciones de billetes de la nueva familia y ofrecer asesoría en formatos de comunicación tradicionales y digitales. Debe contar con un equipo multidisciplinario para atender todos los requerimientos de la contratante.

Para el cumplimiento de los servicios, el plantel técnico requerido exclusivamente para la campaña deberá estar compuesto mínimamente por:

- 1 (un) Director General
- 1 (un) Director de Cuentas
- 1 (un) Director de Medios
- 1 (un) Director Creativo
- 1 (un) Director de Producción
- 2 (dos) Diseñadores Gráficos Senior

Visión: ser una institución técnica e independiente que desarrolle una gestión eficiente y creíble, basada en la excelencia de sus talentos y reconocida en el ámbito nacional e internacional, orientada a preservar el valor de la moneda y la eficacia, integridad y estabilidad del sistema financiero.



- 2 (dos) Editores Audiovisualistas
- 1 (un) Ejecutivo de Cuentas Senior
- 1 (un) Redactor Creativo
- 1 (un) Planner de Medios
- 1 (un) Productor de campo Senior
- 1 (un) Planner de medios digitales
- 1 (un) Animador gráfico

En el marco de la ejecución contractual, en el caso de cambio del personal propuesto en la oferta, el mismo también deberá cumplir con los requisitos exigidos para el perfil en cuestión, y quedará a consideración del área administradora del contrato, la cual deberá aprobar el cambio.

Con respecto al trabajo de coordinación con el BCP, el Proveedor deberá:

- Asignar un/a ejecutivo/a de Cuentas Senior. Se deberá designar por escrito un responsable de seguimiento quien será el nexo a través del cual se realizarán los pedidos, como así un suplente en caso de ausencia del primero. El/la ejecutiva/o de cuentas deberá tener disponibilidad completa para los trabajos a realizar con el Banco Central del Paraguay.
- Prestar servicio de atención de cuenta de manera operativa, diaria.
- Realizar el seguimiento y procesamiento interno y externo de pendientes acordados con la convocante.
- Asistir a reuniones presenciales y/o virtuales cuando estas fuesen solicitadas.

El cronograma de trabajo para toda la campaña deberá ser elaborado conjuntamente entre el Proveedor y la Contratante, considerando los plazos vinculados con la emisión de las diferentes denominaciones y de acuerdo a las fases siguientes:

ÍTEM 1 AL 3 – CONTRATO CERRADO

ÍTEM 1: DESARROLLO DEL CONCEPTO CREATIVO DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA NACIONAL PARA EL LANZAMIENTO DE LA NUEVA FAMILIA DE BILLETES

La introducción de una nueva familia de billetes representa un cambio significativo en la economía y vida cotidiana de los ciudadanos, ya que estos constituyen uno de los principales medios de pago en circulación. Ante ello, se hace imprescindible llevar a cabo una campaña publicitaria nacional que informe, eduque y genere confianza en la población respecto a los nuevos billetes, asegurar su uso correcto y prevenir situaciones de fraude o confusión, contribuyendo así al adecuado funcionamiento del sistema monetario y financiero nacional, al igual que con los sistemas de pagos existentes en la economía nacional.

Visión: ser una institución técnica e independiente que desarrolle una gestión eficiente y creíble, basada en la excelencia de sus talentos y reconocida en el ámbito nacional e internacional, orientada a preservar el valor de la moneda y la eficacia, integridad y estabilidad del sistema financiero.



Esta labor requiere de una estrategia profesional, integral y de alcance nacional que contemple distintos medios (televisión, radio, prensa, medios digitales y redes sociales, eventos presenciales, formatos (audiovisuales, impresos, digitales) y públicos objetivo (población general: niños, jóvenes y adultos; comerciantes, adultos mayores, personas con discapacidad visual, estudiantes, etc.).

La contratación de un servicio especializado en elaboración y ejecución de campañas publicitarias permitirá asegurar la eficacia y alcance del mensaje, utilizando recursos técnicos y creativos apropiados.

Objetivo general

Informar, educar y generar confianza en la población del territorio nacional respecto a la nueva familia de billetes emitida por el Banco Central del Paraguay (BCP), promoviendo su correcta identificación, uso, aceptación y sentido de pertenencia, resaltando su valor cultural, histórico y simbólico.

Objetivos específicos

- Informar a la ciudadanía sobre la vigencia de la nueva familia de billetes, su fecha de entrada en circulación y la coexistencia con los billetes anteriores.
- Educar a la población sobre las medidas de seguridad, elementos gráficos, colores y tamaños de los nuevos billetes, para facilitar su reconocimiento y uso adecuado.
- Promover la identificación de la ciudadanía con los nuevos billetes, resaltando los elementos históricos, naturales, culturales y patrimoniales representados en su diseño, fortaleciendo así el sentido de pertenencia y orgullo nacional.
- Generar confianza en la población respecto a los nuevos billetes, destacando el respaldo institucional del BCP y asegurando su aceptación y circulación en todo el territorio nacional.

Público objetivo

Amplio y diverso, segmentado en función de factores demográficos, socioeconómicos, culturales y geográficos.

- Ciudadanía en general: adultos de entre 18 y 60 años de todo el territorio nacional;
- Adultos mayores;
- Personas con discapacidad visual y motora;
- Comerciantes, transportistas, cajeros;

Visión: ser una institución técnica e independiente que desarrolle una gestión eficiente y creíble, basada en la excelencia de sus talentos y reconocida en el ámbito nacional e internacional, orientada a preservar el valor de la moneda y la eficacia, integridad y estabilidad del sistema financiero.



- Estudiantes y jóvenes;
- Personas sin acceso a internet;
- Personas de escasos recursos y sin educación financiera.

Aspecto creativo

Deberá llevar a cabo una campaña publicitaria nacional que informe, eduque y genere confianza en la población respecto a los nuevos billetes, asegurar su uso correcto y prevenir situaciones de fraude o confusión, contribuyendo así al adecuado funcionamiento del sistema monetario y financiero nacional, al igual que con los sistemas de pagos existentes en la economía nacional.

La campaña debe conectar emocionalmente con la población y la debe movilizar hacia la aceptación activa de los nuevos billetes. Debe ser clara, inclusiva, accesible y culturalmente relevante, considerando la diversidad del territorio nacional.

Deberá basarse en conceptos que permitan desarrollar campañas innovadoras, tanto en imagen como en las formas de llegar al público, que garanticen que la ciudadanía esté debidamente informada sobre las características de seguridad de los nuevos billetes, la fecha de entrada en circulación, la coexistencia con los billetes anteriores y muestre un alto nivel de aceptación y circulación de los nuevos billetes.

Deberá utilizarse creatividad específica basada en experiencias y considerar en su diseño la alta relevancia del conocimiento y sentido de pertenencia que se debe generar en el público. Deberá estar diseñada estratégicamente para garantizar impacto, comprensión, confianza y cobertura nacional.

La campaña deberá estar segmentada y geolocalizada de acuerdo con las audiencias, considerando las particularidades en sectores como zonas alejadas en el interior del país, personas con discapacidad visual y motora, adultos mayores y otros públicos donde el efectivo registra un alto nivel de penetración.

La campaña podrá integrar medios tradicionales, redes sociales, plataformas digitales, publicidad en vía pública, acciones con influencers y actividades presenciales en todo el territorio nacional.

En el aspecto creativo, las estrategias y propuestas de diseño deberán considerar la aplicación en diversas plataformas y formatos, abarcando:

- ATL (above the line): acciones en medios masivos de comunicación, como televisión, radio, prensa y otros canales tradicionales.
- BTL (below the line): acciones directas y experienciales, como activaciones, publicidad exterior e interior, promociones en puntos de contacto, marketing digital y contenidos

Visión: ser una institución técnica e independiente que desarrolle una gestión eficiente y creíble, basada en la excelencia de sus talentos y reconocida en el ámbito nacional e internacional, orientada a preservar el valor de la moneda y la eficacia, integridad y estabilidad del sistema financiero.



en línea.

- TTL (through the line): la integración estratégica de ambas modalidades (ATL y BTL) para garantizar una comunicación coherente, consistente y de alto impacto en todos los canales.

El proveedor deberá llevar a cabo un *focus group* para identificar aspectos claves de los *insights* de la población con respecto al dinero y a los billetes nacionales.

Lineamientos estratégicos

- Accesibilidad e inclusión
 - Garantizar que todos los sectores de la población, sin distinción, comprendan y utilicen correctamente los nuevos billetes.
 - Promover una campaña inclusiva.
 - Adaptar los contenidos al idioma guaraní, portugués e inglés y a formatos accesibles.
- Transición y convivencia monetaria
 - Informar de manera clara y oportuna sobre el proceso de incorporación de la nueva familia de billetes y su convivencia con las series anteriores.
 - Comunicar las fechas clave de emisión y entrada en circulación.
 - Brindar orientaciones específicas para comercios, entidades financieras y usuarios en general.
- Reconocimiento y familiarización
 - Lograr que la ciudadanía identifique y reconozca fácilmente cada una de las denominaciones.
 - Priorizar recursos visuales de alta calidad, comparativos y explicativos.
 - Utilizar materiales adaptados para personas con discapacidad visual.
- Educación en elementos de seguridad
 - Informar de manera clara y didáctica sobre los elementos y mecanismos de seguridad incorporados para prevenir falsificaciones.
 - Desarrollar contenidos audiovisuales, tutoriales interactivos y demostraciones prácticas que enseñen a verificar la autenticidad de los billetes.
- Confianza institucional y respaldo económico
 - Reforzar la confianza de la ciudadanía en el sistema monetario nacional y en el respaldo institucional.
 - Presentar al BCP como garante de la estabilidad económica y promotor de la modernización del sistema monetario.

Visión: ser una institución técnica e independiente que desarrolle una gestión eficiente y creíble, basada en la excelencia de sus talentos y reconocida en el ámbito nacional e internacional, orientada a preservar el valor de la moneda y la eficacia, integridad y estabilidad del sistema financiero.



- Enfatizar contexto económico favorable para el cambio.
- Identidad nacional y valor cultural
 - Promover el orgullo nacional y el conocimiento de los valores culturales, históricos y naturales representados.
 - Conectar emocionalmente con la ciudadanía.
 - Presentar a los billetes no solo como instrumentos de pago, sino como portadores de la memoria colectiva, la riqueza y diversidad cultural del Paraguay.

Ejes de la campaña

Ejes de la campaña	Relevancia
Identidad y orgullo nacional	La incorporación de elementos culturales, simbólicos y naturales reflejan la diversidad y riqueza cultural del país.
	Los nuevos componentes en la familia de billetes fortalecen la identidad y el sentido de pertenencia.
	Los nuevos diseños resaltan nuestra identidad y patrimonio como paraguayos ante el mundo e invitan al mundo a conocer y enamorarse de nuestra cultura.
Confianza institucional y respaldo económico del BCP	El contexto económico es favorable para un proceso de emisión de una nueva familia de billetes homogénea y que cuenta nuestra historia de forma cronológica, tejiendo aspectos históricos con patrimonio natural y cultural.
	Una inflación controlada nos permite iniciar este proceso de transformación con el respaldo de una institución técnica, independiente y transparente como es el BCP.
	Paraguay cuenta con reservas internacionales sólidas gracias a la gestión eficiente y bajo los mejores estándares internacionales, a cargo del BCP.
	Esta emisión se desarrolla en el marco de una política monetaria prudente y responsable, que vela por la estabilidad del valor de la moneda tanto desde el ámbito económico como desde su función de representar el patrimonio cultural del Paraguay ante sus ciudadanos y ante el mundo.

Visión: ser una institución técnica e independiente que desarrolle una gestión eficiente y creíble, basada en la excelencia de sus talentos y reconocida en el ámbito nacional e internacional, orientada a preservar el valor de la moneda y la eficacia, integridad y estabilidad del sistema financiero.



Accesibilidad e inclusión	La accesibilidad permite a todo el público participar de la economía sin distinción de edad, discapacidad o condición social.
	Los nuevos billetes incorporan elementos que permitirán la fácil identificación para personas con discapacidad visual y motora.
	Mejora la experiencia del usuario y facilita la autenticidad.
Seguridad e innovación	Las medidas de seguridad son las de última generación que existen en el mercado.
	La incorporación de elementos de seguridad avanzados y tecnologías de autenticidad reduce el riesgo de falsificación.
	Aumentan la confianza del público en los billetes y en el sistema financiero.
	Permite utilizar los billetes de manera segura y efectiva.
Curso legal y coexistencia	La coexistencia de ambas familias de billetes asegura la aceptación y adaptación de la ciudadanía al cambio.
	La comunicación clara y efectiva sobre el curso legal y convivencia de los billetes ayuda a mantener la confianza.

Requisitos para la campaña

1. Claridad del mensaje y enfoque informativo: el contenido debe ser claro, sencillo y comprensible para toda la población, sin tecnicismos innecesarios, con información detallada. Debe explicar de forma didáctica y creativa sobre:
 - a. Los nuevos elementos y los porqués de su elección en las seis denominaciones.
 - b. Los elementos de seguridad.
 - c. Cómo reconocer un billete auténtico.
 - d. La fecha de circulación y la coexistencia.
2. Cobertura nacional y enfoque multicanal: la campaña debe tener un alcance territorial amplio, incluyendo zonas urbanas, rurales y de difícil acceso. Debe utilizar una estrategia multicanal:
 - a. Televisión y radio
 - b. Prensa escrita
 - c. Redes sociales y medios digitales
 - d. Publicidad exterior (vallas, transporte público, etc.)
 - e. Canales institucionales
 - f. Actividades presenciales

Visión: ser una institución técnica e independiente que desarrolle una gestión eficiente y creíble, basada en la excelencia de sus talentos y reconocida en el ámbito nacional e internacional, orientada a preservar el valor de la moneda y la eficacia, integridad y estabilidad del sistema financiero.



3. Segmentación de públicos: dirigida a distintos grupos poblacionales y adaptar el mensaje según el lenguaje, formato y medio, de acuerdo con cada segmento, considerando:
 - a. Adultos mayores
 - b. Personas con discapacidad visual y motora
 - c. Comerciantes, transportistas, cajeros
 - d. Estudiantes y jóvenes
 - e. Personas sin acceso a internet
 - f. Personas de escasos recursos y sin educación financiera
4. Enfoque educativo y preventivo: No solo debe informar, sino también educar a la población sobre:
 - a. Uso correcto del billete
 - b. Detección de falsificaciones
 - c. Convivencia con billetes actuales
 - d. Incluir materiales gráficos, animaciones y demostraciones prácticas
5. Identidad visual coherente: La campaña debe tener una identidad gráfica unificada, basada en el diseño de los nuevos billetes: colores, elementos visuales y tipografías que refuercen el reconocimiento. Uso de ejemplos reales (imágenes o videos de los billetes).
6. Inclusión y accesibilidad: adaptar los contenidos para personas con discapacidad motora, visual o auditiva (uso de braille, subtítulos, interpretación en lengua de señas), así como traducción o interpretación en el idioma guaraní e inglés (considerar idioma portugués en los casos que amerite).

Considerar el acceso a información en zonas rurales o remotas, de escasos recursos o falta de educación financiera mediante estrategias de medios apropiadas.
7. Credibilidad institucional: la campaña debe ser consistente en su mensaje e implementación, debe ser transparente en su comunicación y estar respaldada explícitamente por el Banco Central del Paraguay para transmitir seguridad y confianza. Incluir voceros institucionales o expertos que expliquen el proceso.
8. Evaluación e impacto medible: incluir indicadores de desempeño para evaluar:
 - a. Nivel de conocimiento público antes, durante y después de la campaña
 - b. Alcance en medios y redes
 - c. Percepción ciudadana sobre los nuevos billetes
 - d. Disminución en reportes de billetes falsos
 - e. Nivel de efectividad y aceptación
 - f. Oportunidad de realizar ajustes en la campaña

Visión: ser una institución técnica e independiente que desarrolle una gestión eficiente y creíble, basada en la excelencia de sus talentos y reconocida en el ámbito nacional e internacional, orientada a preservar el valor de la moneda y la eficacia, integridad y estabilidad del sistema financiero.



9. Educación e información ciudadana: alto nivel de conocimiento de la población sobre las nuevas denominaciones, sus características visuales y de seguridad.
Reconocimiento generalizado de los billetes por parte de comerciantes, trabajadores del sistema financiero y ciudadanía en general.

Reducción en la confusión o errores durante transacciones por desconocimiento del nuevo diseño o valor.
10. Prevención del fraude y falsificación: disminución en la circulación de billetes falsos, al capacitar a la población sobre los elementos de seguridad.
Mayor capacidad del público para detectar billetes falsos o alterados, gracias a una comunicación clara sobre cómo verificar autenticidad.
11. Confianza institucional: refuerzo de la imagen y credibilidad del Banco Central del Paraguay, institución responsable y transparente.
Aumento de la percepción positiva hacia las acciones implementadas por el BCP.
12. Transición fluida y aceptación pública: alta aceptación de las nuevas denominaciones por parte del público.
13. Adaptación eficiente de comercios, cajeros automáticos y otros equipos al nuevo billete: reducción de quejas o incidentes relacionados con el rechazo de los nuevos billetes.
14. Impacto mediático y alcance nacional: cobertura amplia y significativa en medios tradicionales y digitales llegando a todas las regiones del país, con métricas como:
 - a. Número de impresiones o visualizaciones en redes sociales.
 - b. Alcance en medios televisivos y radiales.
 - c. Participación activa del público (comentarios, compartidos, interacción).
 - d. Participación en eventos y activaciones.

Concepto rector de la campaña

El pilar del relato será el núcleo conceptual y emocional sobre el cual se construye toda la historia de los billetes. Será la esencia narrativa que conecta el diseño, los símbolos, los personajes y los valores que representa cada denominación.

Tono comunicacional

Mediante un tono de comunicación adecuado la campaña deberá generar confianza en la ciudadanía, resaltar su valor patrimonial, fomentar el uso responsable de los billetes, promover el desarrollo económico e innovación en los sistemas de pago.

Visión: ser una institución técnica e independiente que desarrolle una gestión eficiente y creíble, basada en la excelencia de sus talentos y reconocida en el ámbito nacional e internacional, orientada a preservar el valor de la moneda y la eficacia, integridad y estabilidad del sistema financiero.



- Debe estar alineado con los objetivos comunicacionales de la campaña.
- Debe conectar con los diferentes públicos objetivos.
- Debe ser coherente y consistente en todos los canales de comunicación.
- Debe ser adaptable a diferentes públicos y contextos sociales.
- Debe ser profesional y seguro.
- Debe generar confianza y credibilidad en el mensaje.

Elementos claves del tono comunicacional

- Confianza: transmitir seguridad y credibilidad sobre la autenticidad y valor de los billetes.
- Información clara y concisa: explicar de manera sencilla y directa los detalles relevantes sobre los billetes, como sus características de seguridad, su uso en transacciones y su valor en la economía.
- Cercanía: utilizar un lenguaje accesible para toda la población, evitando tecnicismos y jerga especializada.
- Relevancia: transmitir la importancia de los billetes en la vida diaria de las personas y para el funcionamiento de la economía del país.
- Respeto: mostrar respeto por el público y sus necesidades, utilizando un tono profesional.
- Positividad: enfatizar los aspectos positivos del uso de los billetes, como la autenticidad, la seguridad y coexistencia con los billetes actuales.

Concepto visual

- Alineado con los objetivos generales de la campaña.
- Enfocado en obtener la atención y motivación de la ciudadanía en general.
- Coherente y atractivo de manera que logre transmitir los objetivos comunicacionales propuestos.
- Conectar emocionalmente con los diferentes públicos objetivos.
- Encontrar el insight que genere empatía, vínculo y sentido de pertenencia con el público.
- Acorde a las tendencias del mercado que se ajusten a los diferentes públicos para lograr el alcance y viralidad deseada.

Elementos claves

- Público objetivo: adaptar el mensaje y los canales de comunicación al público objetivo para llegar a éste de manera efectiva.
- Imagen central: seleccionar una imagen clave, memorable, que capture la esencia de la campaña y conecte con el público.

Visión: ser una institución técnica e independiente que desarrolle una gestión eficiente y creíble, basada en la excelencia de sus talentos y reconocida en el ámbito nacional e internacional, orientada a preservar el valor de la moneda y la eficacia, integridad y estabilidad del sistema financiero.



- Mensaje central: comunicar el mensaje principal de la campaña de manera clara y concisa.
- Canales de comunicación: utilizar múltiples canales de comunicación como medios de comunicación tradicionales (televisión, radio, prensa), medios digitales (redes sociales, sitio web), eventos y actividades presenciales.
- Imágenes, fotografías, ilustraciones, videos y otros elementos visuales: deben ser de alta calidad, originalidad, representar las características esenciales de cada billete y orientadas a cada público.
- Tipografías: reflejar la personalidad de la campaña, mantener simplicidad, armonía y legibilidad en los diferentes soportes y formatos a ser utilizados.
- Colores: elegir una paleta de colores que vaya en armonía con las tonalidades de los billetes y que transmita las emociones asociadas a la campaña y a los mensajes claves. Debe ser aplicable de manera uniforme en todo el sistema de diseño de la campaña estableciendo variaciones dentro de un rango de tolerancia aceptable.
- Estilo visual: debe ser coherente en todos los materiales y formatos de la campaña.
- Narrativa visual: siguiendo la narrativa de diseño de los billetes, se debe crear una historia o mensaje que conecte emocionalmente con el público a través de todos los materiales visuales a ser creados.
- Conexión con el público: se debe elegir un concepto visual atractivo y memorable que genere interés, conecte y logre transmitir el objetivo de comunicación deseado.
- Comunicación efectiva: transmitir el mensaje de manera clara y concisa utilizando video e imágenes de alta calidad y elementos visuales para complementar el texto.
- Diferenciación: la elección de un concepto visual único, distintivo y alineado a los mensajes claves debe ayudar a destacar la campaña, generar impacto y recordación en la mente del público.
- Simplicidad: concepto visual simple y concreto para que sea fácil de comprender y recordar.

Resultados esperados:

1. Educación e información ciudadana

- Alto nivel de conocimiento de la población sobre las nuevas denominaciones, sus características visuales y de seguridad.
- Reconocimiento generalizado de los billetes por parte de comerciantes, trabajadores del sistema financiero y ciudadanía en general.
- Reducción en la confusión o errores durante transacciones por desconocimiento del nuevo diseño o valor.

2. Prevención del fraude y falsificación

- Disminución en la circulación de billetes falsos, al capacitar a la población sobre

Visión: ser una institución técnica e independiente que desarrolle una gestión eficiente y creíble, basada en la excelencia de sus talentos y reconocida en el ámbito nacional e internacional, orientada a preservar el valor de la moneda y la eficacia, integridad y estabilidad del sistema financiero.



los elementos de seguridad.

- Mayor capacidad del público para detectar billetes falsos o alterados, gracias a una comunicación clara sobre cómo verificar autenticidad.

3. Confianza institucional

- Refuerzo de la imagen y credibilidad del Banco Central del Paraguay, institución responsable y transparente.
- Aumento de la percepción positiva hacia las acciones implementadas por el BCP.

4. Transición fluida y aceptación pública

- Alta aceptación de las nuevas denominaciones por parte del público.
- Adaptación eficiente de comercios, cajeros automáticos y otros equipos al nuevo billete.
- Reducción de quejas o incidentes relacionados con el rechazo de los nuevos billetes.

5. Inclusión y accesibilidad

- Inclusión de públicos vulnerables (como personas con discapacidad visual) en la comprensión y uso adecuado de los nuevos billetes, gracias a materiales adaptados.
- Mejora en el acceso a información en zonas rurales o de difícil acceso mediante estrategias de medios apropiadas.

6. Impacto mediático y alcance nacional

- Cobertura amplia en medios tradicionales y digitales, con métricas como:
 - Número de impresiones o visualizaciones en redes sociales.
 - Alcance en medios televisivos y radiales.
 - Participación activa del público (comentarios, compartidos, interacción).

Diseño y Comunicación

Todos los materiales correspondientes al diseño creativo de la campaña deberán ser entregados en archivos editables y/o alta original en JPG - PNG - AI PSD., según corresponda:

- Key Visual layout gráfico principal (Estilo de comunicación visual a utilizar).
- Diseño de Key Visual (layouts generales) que fuesen requeridos para implementar la campaña para su eventual visualización y ejecución en medios y diferentes formatos (Observación: incluye animación y edición de materiales gráficos que fuesen necesarios de acuerdo con el espacio disponible).
- Layout gráfico para materiales de medios tradicionales.
- Layout gráfico para materiales digitales en general.
- Renders y presentación de propuestas de stands y/u otros cuando fuesen

Visión: ser una institución técnica e independiente que desarrolle una gestión eficiente y creíble, basada en la excelencia de sus talentos y reconocida en el ámbito nacional e internacional, orientada a preservar el valor de la moneda y la eficacia, integridad y estabilidad del sistema financiero.



requeridos.

- Redacción de mensajes varios, titulares, copies y call to actions que son parte de la campaña.
- Redacción de Guion Audiovisual.
- Redacción de Guion Radial.
- Redacción de Menciones a Viva Voz./ PNTs.
- Diseño de banners display, flyer, layouts, horizontales y verticales que serán realizados por la agencia publicitaria (empresa adjudicada) y deberán presentar al BCP para su aprobación y/o ajustes, en resolución 700 a 1440 dpi., según CONCEPTO APROBADO sobre los ejes a desarrollar en castellano y guaraní (pudiéndose requerir en inglés o portugués).
- Creación de contenidos para redes sociales y plataformas digitales según CONCEPTO APROBADO sobre los ejes a desarrollar en castellano y guaraní (pudiéndose requerir en inglés o portugués). Todas las traducciones deberán ser realizadas por traductores matriculados, para garantizar la calidad de las traducciones a todos los idiomas solicitados.
- Diseño digital de juegos interactivos para redes sociales, página web y tótems digitales.
- Redibujar logotipos.
- Diagramación según información provista.
- Zócalos con animación.
- Zócalos sin animación.
- Avisos de prensa (Simples y Complejas)
- Volante 10 x 21 (1 faz y doble faz) Flyer.
- Díptico 20 x 21 (doble faz).
- Tríptico 30 x 21 (doble faz).
- Desplegable (sup.a 3 hojas doble faz).
- Brochure tapa.
- Afiche (adaptación a medida).
- Tabletens.
- Carpeta de comunicación - Gift Pack.
- Calendario.
- Insert (x pág.).
- Calcomanía.
- Carpetas A4.
- Carpetas Oficio Americano.
- Sobre Oficio Americano.
- Sobre Carta.

Visión: ser una institución técnica e independiente que desarrolle una gestión eficiente y creíble, basada en la excelencia de sus talentos y reconocida en el ámbito nacional e internacional, orientada a preservar el valor de la moneda y la eficacia, integridad y estabilidad del sistema financiero.



- Sobre tabloide.
- Retoque de fotografías.
- Plotter para muebles.
- Banner, Banderolas, Banderines.
- Back pódium.
- Microperforado.
- Diseño de merchandising.
- Pórtico para acceso.
- Desarrollo de stand.
- Diseño de espacios instagramables.
- Espacio temático 360°
- Señalética.

OBS.: Listado enunciativo no limitativo, pudiendo el BCP solicitar otros materiales.

El concepto creativo deberá contener como mínimo:

- Brief creativo
- Concepto rector
- Mensajes clave
- Línea gráfica
- Manual de identidad/línea gráfica
- Piezas madre
- Mockups de referencia
- Informe de la realización y evaluación de: focus group y pruebas de concepto

La ejecución del ítem se iniciará a partir de la solicitud escrita de inicio del servicio por parte del BCP y tendrá como plazo 45 días corridos. Tendrá las siguientes etapas, en todas las cuales el proveedor deberá contar con la conformidad de la convocante:

1. Elaboración y validación del brief creativo, con base en el brief a entregar por parte de la convocante;
2. Investigación exploratoria en focus group;
3. Elaboración del concepto creativo;
4. Pruebas de concepto, validación;
5. Desarrollo de la idea creativa y la línea gráfica;
6. Elaboración del manual de campaña/línea gráfica (lineamientos gráficos y aplicaciones básicas);
7. Revisión y ajustes finales;
8. Presentación de la propuesta e informe final por escrito.

***Visión:** ser una institución técnica e independiente que desarrolle una gestión eficiente y creíble, basada en la excelencia de sus talentos y reconocida en el ámbito nacional e internacional, orientada a preservar el valor de la moneda y la eficacia, integridad y estabilidad del sistema financiero.*



El cronograma de trabajo durante todo el ítem será acordado con la convocante, se realizarán reuniones semanales, quincenales o mensuales, según se requiera para la presentación, ajustes y aprobación. Los trabajos deberán desarrollarse dentro del plazo establecido para la implementación del presente ítem.

ÍTEM 2: ELABORACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN PARA LA DIFUSIÓN DE LA NUEVA FAMILIA DE BILLETES

El proveedor deberá elaborar, implementar y evaluar el Plan de Comunicación que deberá desarrollarse y ejecutarse de manera eficiente, estructurada, con una mirada 360° considerando como mínimo los mensajes claves, los públicos objetivo, los canales y los voceros idóneos y preparados; una gestión del relacionamiento con los medios de comunicación fluida y permanente; medición y evaluación de los resultados, así como preparación para comunicación de crisis en el contexto y estar disponibles para enfrentarlas.

El proveedor deberá realizar los trabajos, siempre en coordinación y con la aprobación del Departamento de Comunicación y Relaciones Internacionales del BCP.

La elaboración e implementación del Plan de Comunicación deberá abarcar toda la campaña desde la fase previa al anuncio y circulación del primer billete hasta la culminación de la última emisión y actividad de cierre.

La comunicación deberá basarse en mensajes claves simples, claros, difundidos a través de los canales apropiados, por los voceros idóneos y preparados para el efecto, además de la creación de contenido (texto, imágenes, audiovisuales) para la web y redes sociales. Asimismo, deberá estar en línea con el concepto creativo de la campaña publicitaria.

Además, deberá dar estructura y seguimiento operativo permanente a este trabajo, con propuestas de mensajes, preparación de vocerías y organización de los eventos de difusión.

Dicho Plan deberá contener como mínimo:

- Análisis FODA
- Mapa de públicos
- Canales
- Ejes
- Mensajes claves
- Acciones y cronograma de difusión
- Indicadores y mecanismos de evaluación
- Estrategia de comunicación de crisis
- Bocetos del kit de prensa

Visión: ser una institución técnica e independiente que desarrolle una gestión eficiente y creíble, basada en la excelencia de sus talentos y reconocida en el ámbito nacional e internacional, orientada a preservar el valor de la moneda y la eficacia, integridad y estabilidad del sistema financiero.



La ejecución del ítem se iniciará a partir de la solicitud escrita de inicio del servicio por parte del BCP y tendrá como plazo 20 días corridos. Tendrá las siguientes etapas, en todas las cuales el proveedor deberá contar con la conformidad de la convocante:

1. Elaboración del análisis FODA, matriz de públicos y canales.
2. Elaboración de los ejes del plan, mensajes claves, acciones, cronograma de difusión, indicadores y mecanismos de evaluación.
3. Estrategias de comunicación de crisis
4. Bocetos de kits de prensa
5. Revisión y ajustes finales
6. Presentación de la propuesta e informe final por escrito

El cronograma de trabajo durante todo el ítem será acordado con la convocante, se realizarán reuniones semanales, quincenales o mensuales, según se requiera para la presentación, ajustes y aprobación. Los trabajos deberán desarrollarse dentro del plazo establecido para la implementación del presente ítem.

ÍTEM 3: ELABORACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS IMPRESOS, RADIO, TELEVISIÓN Y PLATAFORMAS DIGITALES

El ítem contempla la elaboración, de un Plan de Medios integral, que incluya medios tradicionales (radio, televisión, prensa escrita) y plataformas digitales (redes sociales, sitios web, medios digitales y/o influencers), en el marco de la campaña nacional de difusión de la nueva familia de billetes del Banco Central del Paraguay (BCP).

El proveedor deberá:

- Diseñar una estrategia de medios con cobertura nacional, que contemple la segmentación geográfica y demográfica de los públicos objetivos.
- Elaborar un diagnóstico y planificación estratégica de medios, incluyendo análisis de audiencias, cobertura, costos y efectividad.
- Diseñar el Plan con cronograma detallado de inserciones por canal, medio y formato, justificación técnica de la selección de medios y estimación de alcance.

La ejecución del ítem se iniciará a partir de la solicitud escrita de inicio del servicio por parte del BCP y tendrá como plazo 20 días corridos. Tendrá las siguientes etapas, en todas las cuales el proveedor deberá contar con la conformidad de la convocante:

1. Elaboración de las estrategias ATL
2. Elaboración del Presupuesto estimado
3. Establecer KPIs objetivo de alcance y difusión, interacción y participación
4. Calendario preliminar de pauta digital

Visión: ser una institución técnica e independiente que desarrolle una gestión eficiente y creíble, basada en la excelencia de sus talentos y reconocida en el ámbito nacional e internacional, orientada a preservar el valor de la moneda y la eficacia, integridad y estabilidad del sistema financiero.



El cronograma de trabajo durante todo el ítem será acordado con la convocante, se realizarán reuniones semanales, quincenales o mensuales, según se requiera para la presentación, ajustes y aprobación. Los trabajos deberán desarrollarse dentro del plazo establecido para la implementación del presente ítem.

PRODUCCIÓN DE MATERIALES PARA DIFUSIÓN EN MEDIOS Y PLATAFORMAS PARA LA CAMPAÑA PUBLICITARIA NACIONAL

ÍTEMS 4 al 24 – CONTRATO ABIERTO

ÍTEM 4: MUSICALIZACIÓN: CREACIÓN DE BANDA SONORA PUBLICITARIA CON SUS DERECHOS DE USO PARA CAMPAÑAS EN SU VERSIÓN EXTENDIDA Y REDUCCIONES, POR UNIDAD

Creación de una banda sonora publicitaria con sus derechos de uso para la campaña en su versión extendida de 3 (tres) minutos máximo y reducciones (varios tonos, instrumental, estrofas destacadas) para uso en materiales audiovisuales, previa aprobación del BCP.

El Proveedor deberá incluir en sus costos la compra de la música y letra para los spots.

ÍTEM 5: VIDEOCLIP ARTÍSTICO: PREPRODUCCIÓN, GRABACIÓN Y POSPRODUCCIÓN DE VIDEOCLIP ARTÍSTICO/PROMOCIONAL - DURACIÓN MÍNIMA DE 90 SEGUNDOS, POR UNIDAD

La realización del videoclip promocional de la nueva familia de billetes incluye jornadas de grabación, dirección, producción, posproducción, viático, hospedaje y traslado para el equipo técnico y artistas (considerar artistas nacionales destacados).

Las locaciones a ser grabadas y artistas como mínimo 6 (seis) que participarán serán definidos por el BCP en una reunión previa creativa, según los ejes a desarrollar de la campaña y áreas geográficas relacionadas con la campaña, conforme a los criterios de la convocante.

OBSERVACIONES:

El videoclip tendrá diferentes usos, ya sea en TV, redes sociales, entre otros, con sus diferentes formatos: vertical, horizontal, panorámico, etc.

Guion:

El proveedor deberá realizar el guion, la edición y posproducción para redes sociales y otros medios como televisión o canales digitales, los ejes a desarrollar de la campaña, previa confección de los guiones creativos con la aprobación del BCP.

La producción deberá incluir mínimamente la vestimenta adecuada al tema del videoclip,

Visión: ser una institución técnica e independiente que desarrolle una gestión eficiente y creíble, basada en la excelencia de sus talentos y reconocida en el ámbito nacional e internacional, orientada a preservar el valor de la moneda y la eficacia, integridad y estabilidad del sistema financiero.



alquiler de elementos de utilería que sean requeridos conforme a lo requerido según el concepto general aprobado e incluir además tomas aéreas (utilizando drones), entre otros.

ÍTEMS 6 Y 7: PRODUCCIÓN Y EDICIÓN DE MATERIAL AUDIOVISUAL PUBLICITARIO DE ENTRE 2 A 3 MINUTOS, CON AUDIO, MÚSICA Y SUBTÍTULO, SEGÚN CONCEPTO APROBADO SOBRE LOS EJES A DESARROLLAR EN CASTELLANO Y GUARANÍ, POR UNIDAD; Y, POSPRODUCCIÓN DE MATERIAL AUDIOVISUAL (REDUCCIONES) DE HASTA 60 SEGUNDOS CON AUDIO, MÚSICA Y SUBTÍTULO Y PLATAFORMAS DEFINIDOS, SEGÚN CONCEPTO APROBADO SOBRE LOS EJES A DESARROLLAR EN CASTELLANO Y GUARANÍ, POR UNIDAD

El proveedor deberá realizar la producción íntegra del material audiovisual, donde se incluya la elaboración del guion y la filmación de las imágenes según el concepto aprobado para la campaña (tomas desde tierra y tomas aéreas utilizando drones), las cuales estarán vinculadas con los personajes, ecorregiones y otros aspectos que el BCP considere, con o sin modelos, con música, subtítulos, voz en off y lenguaje de señas (para material inclusivo), con contenido escrito a definir por el BCP, contratando personas/modelos (con autorización de utilización de imagen), según se requiera para el concepto aprobado de la campaña, así como los y elementos a utilizar en las filmaciones.

Producción y edición de MATERIAL AUDIOVISUAL publicitario de entre 2 a 3 minutos, con y sin audio, y producción de layouts, formato horizontal y vertical, en resolución 2K y 4K en adelante, y traducido en los idiomas castellano y guaraní, según CONCEPTO APROBADO sobre los ejes a desarrollar de la campaña.

La posproducción de material audiovisual contempla las reducciones de hasta 60 segundos con audio, música y subtítulo y plataformas definidos, según concepto aprobado sobre los ejes a desarrollar.

OBSERVACIONES:

Los spots podrán tener diferentes usos, ya sea en TV, pantalla en cines, redes sociales, entre otros, con sus diferentes formatos: vertical, horizontal, panorámico, etc.

La cantidad de modelos en cada caso será determinada por las necesidades de la producción.

Importante:

Se establece el tiempo de uso de los productos/imagen/videos con modelos será de cinco años, sin que ello implique nuevos pagos.

Los productos/imagen/videos sin modelos será propiedad del BCP sin límite de tiempo de uso.

Los materiales en bruto se deberán remitir en dispositivo de almacenamiento masivo de alta capacidad según el volumen de trabajo a entregar.

Visión: ser una institución técnica e independiente que desarrolle una gestión eficiente y creíble, basada en la excelencia de sus talentos y reconocida en el ámbito nacional e internacional, orientada a preservar el valor de la moneda y la eficacia, integridad y estabilidad del sistema financiero.



Guion:

El proveedor deberá realizar los guiones, la edición y posproducción para redes sociales y otros medios como televisión o canales digitales, cartelería digital, según los ejes a desarrollar de la campaña, aprobados por el BCP, previa confección de los guiones creativos para cada video. La propuesta deberá ser presentada al BCP para su aprobación.

Las locaciones serán definidas por el BCP, según los ejes a desarrollar de la campaña y áreas geográficas de los productos, y lugares tentativos conforme a criterios de la convocante:

El presupuesto de las producciones deberá incluir la vestimenta adecuada al tema de los spots, alquiler de elementos de utilería requeridos según concepto aprobado, según sean las necesidades para lograr la realización de videos competitivos.

La producción de los videos deberá incluir: filmaciones de los distintos escenarios (a definir por el BCP), estudio de grabación sonora, posproducción de audio, edición y posproducción de videos, creación de la música y letra, posproducción (gráficas, títulos, zócalos y demás elementos visuales, etc.), contratación de personas/modelos y/o personajes con vestuario adecuado y relacionado para cada eje temático, provisión de elementos para cada actividad, montaje para filmar ferias y congresos en sedes correspondientes, vestuario adecuado según cada eje temático, etc., según CONCEPTO APROBADO a desarrollar en castellano y guaraní.

ÍTEM 8: PRODUCCIÓN Y POSPRODUCCIÓN DE CÁPSULA AUDIOVISUAL SEGÚN REQUERIMIENTOS DE LA CONVOCANTE, POR UNIDAD

La producción y posproducción de cápsula audiovisual deberá considerar combinar elementos de video y audio para comunicar el mensaje propuesto, contar una historia o proporcionar información de manera efectiva y atractiva.

Características de las cápsulas audiovisuales

Duración:

Deberán ser de una duración que podría variar entre unos pocos segundos hasta varios minutos. La duración exacta depende del objetivo que se pretende y del medio en el que se van a difundir.

Contenido:

Visual: Incluirá imágenes, gráficos, y video. La producción visual podrá incluir animaciones, escenas filmadas, o una combinación de ambos.

Auditivo: Incluirá música, diálogos, efectos de sonido y narración. El audio deberá complementar y reforzar el mensaje visual.

Objetivos del BCP con la producción del material (capsulas audiovisuales):

***Visión:** ser una institución técnica e independiente que desarrolle una gestión eficiente y creíble, basada en la excelencia de sus talentos y reconocida en el ámbito nacional e internacional, orientada a preservar el valor de la moneda y la eficacia, integridad y estabilidad del sistema financiero.*



Captar la atención de la audiencia en plataformas, redes sociales, televisión, o sitios web, para promover la información sobre la familia de billetes según los ejes de la campaña establecidos (eventos o mensajes institucionales).

Podrán formar parte de programas de televisión, reportajes o noticias, proporcionando información concisa y visualmente atractiva.

Los tipos de cápsulas que podrán ser solicitados:

- Promocionales
- Tutoriales
- Tráilers de eventos
- Mensajes institucionales

Adaptación a la Audiencia: El contenido deberá estar adaptado al perfil y preferencias del público objetivo.

Formato y Distribución: Los formatos deberán ser para redes sociales, plataformas digitales, sitios web o medios tradicionales, de acuerdo con el canal de difusión.

ÍTEM 9: PRODUCCIÓN Y EDICIÓN DE SPOT PARA RADIO DE 30 SEGUNDOS Y SUS REDUCCIONES, SEGÚN CONCEPTO APROBADO SOBRE LOS EJES A DESARROLLAR EN CASTELLANO Y GUARANÍ, POR UNIDAD

El proveedor deberá realizar los guiones, la grabación, edición y posproducción.

ÍTEMS 10 Y 11: PRODUCCIÓN Y EDICIÓN DE IMÁGENES FOTOGRÁFICAS SIN Y CON MODELOS, SEGÚN CONCEPTO APROBADO SOBRE LOS EJES A DESARROLLAR, POR SESIÓN

El ítem se refiere a la toma de fotos digitales que podrán ser utilizadas en la campaña y para otros fines que la convocante considere. Se requiere trabajos de preproducción, producción y contratación de modelos.

En todos los casos, los modelos necesarios para las producciones fotográficas deberán ser propuestos y seleccionados de acuerdo a las características de las regiones, ciudades y temas que deberán ser incluidos en el paquete del contrato. Deberán contemplarse familias, gente de edades diversas incluyendo niños, jóvenes, adolescentes y personas adultas.

FORMATO: Verticales - Horizontales - Cuadradas Panorámicas. Deberán ser tomadas en tierra como también aéreas, con drones de alta resolución 4000px.

La cantidad de modelos en cada caso será determinada por las necesidades de la producción. En todas las fotos se debe prever fotos con gente y también sin gente.

***Visión:** ser una institución técnica e independiente que desarrolle una gestión eficiente y creíble, basada en la excelencia de sus talentos y reconocida en el ámbito nacional e internacional, orientada a preservar el valor de la moneda y la eficacia, integridad y estabilidad del sistema financiero.*



Se establece el tiempo de uso de los productos/imagen/videos con modelos será de cinco años, sin que ello implique nuevos pagos.

Los productos/imagen/videos sin modelos será propiedad del BCP sin límite de tiempo de uso.

Observación: Las locaciones serán definidas por el BCP, según los ejes a desarrollar de la campaña y áreas geográficas de los productos, y lugares tentativos conforme a criterios de la convocante en todo el territorio nacional.

Estilo fotográfico: El BCP definirá el estilo de fotografía a realizar según cada tema, lugar definido, experiencia, actores, elementos a utilizar en los montajes o por parte de los modelos.

Formato: .raw y .JPG en alta resolución, a partir de 300 DPI, para impresión en tamaños a gran escala (de entre 6 a 4 mts de base, y 3 a 4 mts de altura), más de 4.000 pixeles en su lado más pequeño, en bruto en dispositivo de almacenamiento masivo de alta capacidad según el volumen de trabajo a entregar.

Las fotografías deben ser originales, creativas y estar alineadas con el concepto de la campaña.

La cantidad mínima de fotografías digitales realizadas por sesión será de 100, de las cuales serán seleccionadas para edición un mínimo de 20 y un máximo de 50.

Con relación a los derechos de autor de las imágenes, el BCP será la propietaria de todo el banco de imágenes producidas. Las mismas podrán ser utilizadas en la campaña de la nueva familia de billetes y para cualquier otro uso que el BCP considere a futuro, incluyendo la optimización de contenidos para plataformas digitales, stand en ferias nacionales, cartelería, pantallas digitales, ferias, artículos en revistas nacionales e internacionales, etc. Se deberá contemplar imágenes vinculadas con la fauna, flora, ecorregiones, locaciones que el BCP considere e historia vinculada con las seis denominaciones de la nueva familia de billetes.

ÍTEM 12: DISEÑO Y EDICIÓN DE FLYER PARA REDES SOCIALES Y SUS ADAPTACIONES A DIVERSAS PROPORCIONES, POR UNIDAD.

Incluye el diseño gráfico y la edición de pieza gráfica tipo flyer destinada a publicaciones orgánicas en redes sociales. Incluye la creación de propuesta visual alineada a la campaña, selección de tipografías, paleta de colores, tratamiento de imágenes y jerarquización de la información.

Contempla además la adaptación del diseño a distintos formatos y proporciones requeridos por las plataformas digitales (por ejemplo, cuadrado, vertical e historias), garantizando legibilidad y coherencia visual en cada versión.

El diseño final deberá ser ajustado a pedido de la contratante hasta contar con la aprobación correspondiente.

Visión: ser una institución técnica e independiente que desarrolle una gestión eficiente y creíble, basada en la excelencia de sus talentos y reconocida en el ámbito nacional e internacional, orientada a preservar el valor de la moneda y la eficacia, integridad y estabilidad del sistema financiero.



En caso de que el material requiera ajustes, la contratante podrá solicitar modificaciones hasta en 5 (cinco) ocasiones por cada diseño, además de los ajustes menores de estilo y formato que podrán ser hasta 3 (tres).

ÍTEM 13: DISEÑO Y EDICIÓN DE FLYER PARA PAUTA EN REDES SOCIALES Y SUS ADAPTACIONES A DIVERSAS PROPORCIONES, POR UNIDAD

Incluye el desarrollo de pieza gráfica optimizada específicamente para campañas publicitarias pagadas en redes sociales. Considera criterios de alto impacto visual, claridad del mensaje y cumplimiento de buenas prácticas publicitarias digitales.

Contempla además la adaptación a múltiples proporciones y formatos exigidos por las plataformas, así como la optimización del contenido para maximizar rendimiento (CTR, alcance, interacción).

El diseño final deberá ser ajustado a pedido de la contratante hasta contar con la aprobación correspondiente.

En caso de que el material requiera ajustes, la contratante podrá solicitar modificaciones hasta en 5 (cinco) ocasiones por cada diseño, además de los ajustes menores de estilo y formato que podrán ser hasta 3 (tres).

ÍTEM 14: DISEÑO Y EDICIÓN DE PIEZA GRÁFICA ESTÁTICA PARA PUBLICIDAD EN LA VÍA PÚBLICA Y SUS ADAPTACIONES A DIVERSAS PROPORCIONES, POR UNIDAD

Incluye el diseño de pieza gráfica estática destinada a soportes de vía pública (carteles, vallas, gigantografías, buses, refugios (parada de buses), entre otros). Incluye composición visual de alto impacto, uso adecuado de tipografías y escalas, y preparación de archivos en alta resolución para impresión.

Se contemplan las adaptaciones necesarias a distintos tamaños y proporciones, asegurando correcta visualización a distancia.

El diseño final deberá ser ajustado a pedido de la contratante hasta contar con la aprobación correspondiente.

En caso de que el material requiera ajustes, la contratante podrá solicitar modificaciones hasta en 5 (cinco) ocasiones por cada diseño, además de los ajustes menores de estilo y formato que podrán ser hasta 3 (tres).

ÍTEM 15: DISEÑO Y EDICIÓN DE PIEZA GRÁFICA PARA USO EN PANTALLA DIGITAL PUBLICITARIA OUTDOORS Y SUS ADAPTACIONES A DIVERSAS PROPORCIONES, POR UNIDAD

Visión: ser una institución técnica e independiente que desarrolle una gestión eficiente y creíble, basada en la excelencia de sus talentos y reconocida en el ámbito nacional e internacional, orientada a preservar el valor de la moneda y la eficacia, integridad y estabilidad del sistema financiero.



Incluye la creación de pieza gráfica estática destinada a pantallas digitales ubicadas en exteriores. Incluye diseño optimizado para condiciones de alta luminosidad, contraste y visibilidad a larga distancia. Se consideran las especificaciones técnicas de cada soporte (resolución, formato, brillo) y la adaptación a diversas proporciones de pantalla.

El diseño final deberá ser ajustado a pedido de la contratante hasta contar con la aprobación correspondiente.

En caso de que el material requiera ajustes, la contratante podrá solicitar modificaciones hasta en 5 (cinco) ocasiones por cada diseño, además de los ajustes menores de estilo y formato que podrán ser hasta 3 (tres).

ÍTEM 16: DISEÑO Y EDICIÓN DE PIEZA GRÁFICA PARA USO EN PANTALLA DIGITAL PUBLICITARIA INDOORS Y SUS ADAPTACIONES A DIVERSAS PROPORCIONES, POR UNIDAD

Incluye el diseño de pieza gráfica estática para pantallas digitales en espacios interiores. Se prioriza la calidad visual, legibilidad a distancias cortas y armonía con el entorno. Contempla la adaptación a diferentes formatos de pantalla, respetando los requerimientos técnicos.

El diseño final deberá ser ajustado a pedido de la contratante hasta contar con la aprobación correspondiente.

En caso de que el material requiera ajustes, la contratante podrá solicitar modificaciones hasta en 5 (cinco) ocasiones por cada diseño, además de los ajustes menores de estilo y formato que podrán ser hasta 3 (tres).

ÍTEM 17: DISEÑO Y EDICIÓN DE ANIMACIÓN DE CONTENIDO VISUAL O AUDIOVISUAL PARA USO EN REDES SOCIALES Y SUS ADAPTACIONES A DIVERSAS PROPORCIONES, POR UNIDAD

Incluye el diseño y animación de contenido visual o audiovisual destinado a publicaciones en redes sociales. Incluye desarrollo de storyboard, animación de elementos gráficos, edición de video, incorporación de efectos y ajuste de tiempos para reproducción continua o en loop. Contempla además la adaptación a múltiples proporciones y formatos exigidos por las plataformas, así como la optimización del contenido para maximizar rendimiento (CTR, alcance, interacción).

El diseño final deberá ser ajustado a pedido de la contratante hasta contar con la aprobación correspondiente.

En caso de que el material requiera ajustes, la contratante podrá solicitar modificaciones hasta en 5 (cinco) ocasiones por cada diseño, además de los ajustes menores de estilo y formato que podrán ser hasta 3 (tres).

Visión: ser una institución técnica e independiente que desarrolle una gestión eficiente y creíble, basada en la excelencia de sus talentos y reconocida en el ámbito nacional e internacional, orientada a preservar el valor de la moneda y la eficacia, integridad y estabilidad del sistema financiero.



ÍTEM 18: DISEÑO Y EDICIÓN DE ANIMACIÓN DE CONTENIDO VISUAL O AUDIOVISUAL PARA USO EN PANTALLA DIGITAL PUBLICITARIA OUTDOORS Y SUS ADAPTACIONES A DIVERSAS PROPORCIONES, POR UNIDAD

Incluye el diseño y animación de contenido visual o audiovisual destinado a pantallas digitales exteriores. Incluye desarrollo de storyboard, animación de elementos gráficos, edición de video, incorporación de efectos y ajuste de tiempos para reproducción continua o en loop. Se contemplan adaptaciones a distintos formatos y resoluciones, optimizando la visibilidad en condiciones de luz exterior.

El diseño final deberá ser ajustado a pedido de la contratante hasta contar con la aprobación correspondiente.

En caso de que el material requiera ajustes, la contratante podrá solicitar modificaciones hasta en 5 (cinco) ocasiones por cada diseño, además de los ajustes menores de estilo y formato que podrán ser hasta 3 (tres).

ÍTEM 19: DISEÑO Y EDICIÓN DE ANIMACIÓN DE CONTENIDO VISUAL O AUDIOVISUAL PARA USO EN PANTALLA DIGITAL PUBLICITARIA INDOORS Y SUS ADAPTACIONES A DIVERSAS PROPORCIONES, POR UNIDAD

Incluye la producción de pieza animada o audiovisual para pantallas digitales en interiores. Incluye storyboard, diseño de escenas, animación, edición y posproducción. Se prioriza la calidad estética, fluidez visual y adecuación al entorno. Incluye adaptación a múltiples formatos y proporciones según requerimientos técnicos.

El diseño final deberá ser ajustado a pedido de la contratante hasta contar con la aprobación correspondiente.

En caso de que el material requiera ajustes, la contratante podrá solicitar modificaciones hasta en 5 (cinco) ocasiones por cada diseño, además de los ajustes menores de estilo y formato que podrán ser hasta 3 (tres).

ÍTEM 20: DISEÑO Y EDICIÓN DE ANIMACIÓN DE CONTENIDO VISUAL O AUDIOVISUAL PARA USO EN TÓTEMES PUBLICITARIOS OUTDOORS Y SUS ADAPTACIONES A DIVERSAS PROPORCIONES, POR UNIDAD

Incluye el desarrollo de pieza animada para tótems digitales ubicados en exteriores, considerando formatos predominantemente verticales. Contempla storyboard, diseño, animación y edición, con especial atención a la legibilidad, impacto visual y condiciones de iluminación externa. Se incluyen las adaptaciones necesarias a diferentes resoluciones y proporciones.

El diseño final deberá ser ajustado a pedido de la contratante hasta contar con la aprobación

Visión: ser una institución técnica e independiente que desarrolle una gestión eficiente y creíble, basada en la excelencia de sus talentos y reconocida en el ámbito nacional e internacional, orientada a preservar el valor de la moneda y la eficacia, integridad y estabilidad del sistema financiero.



correspondiente.

En caso de que el material requiera ajustes, la contratante podrá solicitar modificaciones hasta en 5 (cinco) ocasiones por cada diseño, además de los ajustes menores de estilo y formato que podrán ser hasta 3 (tres).

ÍTEM 21: DISEÑO Y EDICIÓN DE ANIMACIÓN DE CONTENIDO VISUAL O AUDIOVISUAL PARA USO EN TÓTEMES PUBLICITARIOS INDOORS Y SUS ADAPTACIONES A DIVERSAS PROPORCIONES, POR UNIDAD

Incluye la creación de contenido animado o audiovisual para tótems digitales en espacios interiores. Incluye storyboard, diseño, animación y edición final, optimizados para visualización cercana y formatos verticales. Se consideran las adaptaciones necesarias a distintas especificaciones técnicas y proporciones de pantalla.

El diseño final deberá ser ajustado a pedido de la contratante hasta contar con la aprobación correspondiente.

En caso de que el material requiera ajustes, la contratante podrá solicitar modificaciones hasta en 5 (cinco) ocasiones por cada diseño, además de los ajustes menores de estilo y formato que podrán ser hasta 3 (tres).

ÍTEMS 22 AL 24: ASISTENCIA Y ASESORÍA PARA LA PLANIFICACIÓN Y EJECUCIÓN DE EVENTOS INSTITUCIONALES EN EL MARCO DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN DE LA NUEVA FAMILIA DE BILLETES, POR EVENTO

Contempla la prestación de servicios de asistencia operativa y asesoría técnica a la contratante para la planificación y ejecución de eventos institucionales desarrollados en el marco de la campaña de difusión y la puesta en circulación de nuevas denominaciones de billetes.

El proveedor adjudicado deberá asistir y asesorar a la contratante en las siguientes tareas:

- Ideación y conceptualización de los eventos, en concordancia con los objetivos comunicacionales, institucionales y simbólicos definidos por la contratante.
- Propuesta de formatos, dinámicas y mecánicas de los eventos, considerando los distintos públicos objetivo y el contexto de circulación de las nuevas denominaciones.
- Planificación de los eventos, incluyendo definición de alcance, cronograma, requerimientos técnicos y operativos, y necesidades de coordinación interviniente.
- Organización y coordinación operativa previa, durante y posterior a la realización de los eventos, brindando acompañamiento técnico a la contratante en todas sus etapas.
- Asesoría en la selección y adecuación de los espacios donde se desarrollen las actividades, priorizando ámbitos de acceso público o escenarios vinculados a la circulación de

Visión: ser una institución técnica e independiente que desarrolle una gestión eficiente y creíble, basada en la excelencia de sus talentos y reconocida en el ámbito nacional e internacional, orientada a preservar el valor de la moneda y la eficacia, integridad y estabilidad del sistema financiero.



efectivo.

- Asistencia en la convocatoria institucional, gestión de invitados y contacto con personas o equipos involucrados, cuando corresponda.
- Planificación de la cobertura comunicacional y audiovisual de los eventos, contemplando la difusión en medios de comunicación y el registro de las acciones realizadas.

Las acciones o eventos institucionales podrán comprender lanzamientos de nuevas denominaciones, anuncios institucionales, presentaciones públicas y actividades simbólicas vinculadas a la circulación de los billetes, dirigidas tanto al público en general como a audiencias específicas o invitados especiales, de acuerdo con las definiciones de la contratante.

Para los ítems de referencia, la envergadura de los eventos institucionales será considerada en función a la cantidad de personas participantes, según detalle:

- Pequeña envergadura: de 1 a 50 personas.
- Mediana envergadura: de 51 a 250 personas.
- Gran envergadura: de 251 a más personas.
- **Plan de entrega de los bienes: NO APLICA**
- **Plan de entrega de los servicios:**

Ítem	Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Lugar y horario de prestación de los servicios	Plazo de prestación/ ejecución de los servicios	Plazo de vigencia del Contrato
De acuerdo a la Lista de Precios publicada en el SICP.	De acuerdo a la Lista de Precios publicada en el SICP.	De acuerdo a la Lista de Precios publicada en el SICP.	De acuerdo a la Lista de Precios publicada en el SICP.	Los servicios deberán ser prestados y/o presentados en: el Departamento de Comunicación y Relaciones Internacionales, ubicado en el 5.º Piso del Banco Central del Paraguay, sito en la Av. Federación Rusa y Augusto Roa Bastos, en el horario de lunes a viernes de 8:00 a 16:00 hs., o donde	<u>Ítems N° 1 al 3 - Contrato cerrado:</u> Los plazos de ejecución de los servicios para los ítems correspondientes al contrato cerrado (ítems 1 al 3) se encuentran establecidos en las especificaciones técnicas de la Sección Suministros Requeridos – Especificaciones Técnicas.	El plazo de vigencia del contrato será de 36 (treinta y seis) meses , contados a partir de la fecha establecida al efecto en la Orden de Inicio del servicio, que será emitida por el área administradora del contrato, dentro del plazo máximo de 10 (diez) días hábiles a partir de la

Visión: ser una institución técnica e independiente que desarrolle una gestión eficiente y creíble, basada en la excelencia de sus talentos y reconocida en el ámbito nacional e internacional, orientada a preservar el valor de la moneda y la eficacia, integridad y estabilidad del sistema financiero.



				y en el horario que corresponda según el tipo de servicio requerido en el marco del contrato abierto.	<p>Ítems N° 4 al 24: - Contrato abierto:</p> <p>El plazo de ejecución de los ítems correspondientes al contrato abierto (ítems N° 4 al 24) será determinado en cada caso por el área administradora del contrato al momento de la solicitud, de acuerdo a la complejidad de cada servicio.</p>	suscripción del Contrato.
--	--	--	--	---	---	---------------------------

➤ **Otras aclaraciones:**

a) FORMA DE PAGO ESPECÍFICA:

...X... NO APLICA

b) ANTICIPO:

...X... NO APLICA

c) COMPROMISO DE CONFIDENCIALIDAD:

...X... APLICA

➤ **Identificar y justificar de forma expresa si algún requerimiento podría limitar la participación de potenciales oferentes(*)**.

...X...NO APLICA

➤ **Si en las bases licitatorias se indica una marca específica u otro derecho intelectual exclusivo, mencionar la justificación que respalda lo solicitado o que no existe otro modo de identificarlo. Se aclara que, en caso de incluirlos, los mismos tendrán carácter referencial(*)**.

...X...NO APLICA

FIRMA DEL RESPONSABLE DEL ÁREA REQUIRENTE (*):

Visión: ser una institución técnica e independiente que desarrolle una gestión eficiente y creíble, basada en la excelencia de sus talentos y reconocida en el ámbito nacional e internacional, orientada a preservar el valor de la moneda y la eficacia, integridad y estabilidad del sistema financiero.



FIRMA DEL RESPONSABLE DE LA UOC (*):

(*) Datos obligatorios solicitados en Circular DNCP N° 27/24.