INVITACIÓN A PRESENTAR EXPRESION DE INTERÉS
CONSULTORIA "DISEÑO DE MARCA PAÍS PARAGUAY"

República del Paraguay

Ministerio de Industria y Comercio
Red de Inversiones y **Exportaciones**
Programa de "Promoción de Inversiones", 3131 OC-PR

INVITACIÓN A PRESENTAR EXPRESION DE INTERÉS Nº 01/2016

Programa Nº 3131 OC/PR – BID/MIC

La Red de Inversiones y Exportaciones (REDIEX) del Ministerio de Industria y Comercio mediante el **Programa de Promoción de Inversiones** que cuenta con financiamiento del Banco Interamericano de Desarrollo se encuentra abocada al diseño e implementación de una Marca País para promocionar a Paraguay como destino atractivo para la Inversión Extranjera.

Los servicios que se desean contratar comprenden la: ***Consultoría para el "Desarrollo de la Marca País y posicionamiento a nivel internacional".*** El alcance del servicio solicitado se describe en los Términos de Referencia **preliminares** que se acompaña en el Anexo 2. Estos Términos de Referencia podrán sufrir modificaciones o ajustes (sin apartarse de la naturaleza de la Consultoría), en la Solicitud de Propuesta a ser remitida a los integrantes de la Lista Corta.

El Programa **de Promoción de Inversiones**, invita a las Empresas Consultoras que sean elegibles, a expresar su interés en prestar los servicios solicitados. Los interesados deberán proporcionar información que indique que están cualificados para suministrar los servicios, conforme al siguiente detalle: i) Carta de Presentación de Expresión de Interés; ii) Identificación del Solicitante (Formularios Nº 1 y 2); iii) Empresa de Comunicación y Publicidad con al menos 5 años de experiencia en branding de reconocidas marcas nacionales e internacionales. Con comprobada experiencia en el desarrollo creativo de marca país o marca territorial (Formulario Nº 3); iv) Situación Financiera (Formulario Nº 4); v) Documentos Legales (Formulario Nº 5); vi) Copia simple del Balance General y Estados de Resultados, visados por la autoridad competente del país de la Empresa Consultora, correspondiente al último ejercicio fiscal, y cualquier otro antecedente que el solicitante estime de relevancia para complementar la información presentada.

La selección se realizará conforme a las Políticas para la Selección y Contratación de Consultores financiadas por el Banco Interamericano de Desarrollo (GN-2350-9). Los Consultores serán seleccionados en base al método Selección Basada en Calidad (SBC) descrito en dichas Políticas.

Las empresas interesadas pueden obtener más información en la dirección indicada al final de este documento, durante las horas de oficina: 07:00 a 16:00 hs, de lunes a viernes.

Los Términos de Referencia y Formularios exigidos podrán ser descargados del Portal de Contrataciones Públicas www.contrataciones.gov.py o solicitados al correo electrónico mencina@rediex.gov.py

Las expresiones de interés deberán ser enviadas por escrito acompañadas de la documentación solicitada y en sobre cerrado a la dirección indicada a continuación, a más tardar a las **15:30 hs del día 15 de febrero del 2016.-**

No se admitirán Expresiones de Interés en formato digital.

PROGRAMA PROMOCION DE INVERSIONES
Oficina de la Red de Inversiones y Exportaciones – REDIEX.
Planta Baja del Ministerio de Industria y Comercio
Mariscal López 3333 esq./ Dr. Weiss - Asunción / Paraguay
Teléfono: (595 21) 6163228.-

ANEXO 1 - FORMULARIOS

Carta de Manifestación de Interés

Asunción, _____ de _____de 2016.-

Señores
REDIEX – Ministerio de Industria y Comercio
Programa "Promoción de Inversiones" - Contrato de Préstamo N° 3131/OC-PR
Asunción-Paraguay

De nuestra mayor consideración:

En atención a la publicación de fecha ___ de _____ del 2016, mediante la cual se realiza una invitación a firmas consultoras para presentar antecedentes relacionados a su especialidad y formular por escrito su Expresión de Interés en participar del proceso de conformación de la "Lista Corta" para la posterior presentación de propuestas técnicas y económicas, relacionados con la prestación de una Consultoría para **"Diseño de Marca País Paraguay"** para la Red de Inversiones y Exportaciones, declaramos que:

1. Hemos examinado los formularios del Llamado a Expresión de Interés, y no tenemos reservas en proporcionar los antecedentes y datos solicitados, de acuerdo al formato preestablecido.

2. La veracidad y exactitud de toda la información proporcionada y autorizamos, mediante la presente, que cualquier persona natural o jurídica indicada en los formularios, suministre a requerimiento de la Unidad Coordinadora del Programa, toda la información que considere necesaria para confirmar la veracidad de la misma. En caso de comprobarse cualquier falta a la verdad en la información que presentamos, nos damos por notificados que tienen el derecho de no reconocer nuestra "Expresión de Interés".

3. A efectos de evacuar consultas o brindar las aclaraciones que requiera la Unidad Coordinadora del Programa acerca de la "Manifestación de Interés", se nombra al Sr./Sra. _____ para que en representación de la firma, brinde la información complementaria requerida, con domicilio legal en la calle: _____, Nº: ____, ciudad: _____, país: _____telefax: _____, e-mail: _____

4. Nuestra firma, incluyendo todo el personal asignado a la prestación de los servicios de consultoría, cumple con el requisito de nacionalidad de países elegibles del BID.

5. Nuestra firma, sus afiliadas o subsidiarias, incluyendo cualquier firma o profesional especializada contratada, no está sancionada y/o impedida de ejercer la profesión, y no se encuentra involucrada en demandas judiciales en relación con el ejercicio de la profesión objeto de este contrato.

Con este motivo le saludo/saludamos muy atentamente.

Firmado _____
Nombre _____ En calidad de_____
Debidamente autorizado para firmar la solicitud por y en nombre de:
Nombre legal del Solicitante _____
Dirección _____
El día _____ del mes de _____de 2016

(Este Formulario requiere la firma del Representante Legal)

Formulario 1
Información sobre el Solicitante

Fecha: _____

Nombre legal del Solicitante: *[Incluir el Nombre del Solicitante: Persona Jurídica, Consorcio o Asociación]*
En el caso de ser un Consorcio o Asociación, nombre legal de cada miembro **se debe especificar cuál de los miembros es el representante del Consorcio o Asociación y su nacionalidad:** *[En caso de Consorcio o Asociación Incluir el Nombre de cada miembro y especificar cual miembro es el representante]*
País de constitución actual o previsto del Solicitante: *[Incluir el país de constitución del Solicitante, en caso de Consorcio o Asociación el país previsto para la constitución]*
Año de constitución efectivo o previsto del Solicitante: *[Incluir el año de de constitución del Solicitante, en caso de Consorcio o Asociación el año previsto para la constitución]*
Domicilio legal del Solicitante en el país de constitución: *[Incluir la dirección, ciudad y país del domicilio del solicitante]*
Información sobre el representante autorizado (persona física) del Solicitante Nombre: *[Incluir nombre del representante del solicitante]* Dirección: *[Incluir la dirección, ciudad y país del domicilio del representante del solicitante]* Números de teléfono y de fax: *[Incluir número de teléfono del representante del solicitante]* Dirección de correo electrónico: *[Incluir dirección de correo electrónico del representante del solicitante]*

Adjuntar copia de los documentos relativos a la constitución o condición jurídica del Solicitante, en caso de Consorcio o Asociación adjuntar la Carta de Intención en donde se exprese las condiciones del Consorcio o Asociación (integrantes, responsabilidad mancomunada, porcentajes de participación y la designación de la firma representante de la misma).

La nacionalidad del APCA debe ser la nacionalidad de la firma que se designe como representante de la asociación en participación.

Formulario 2
Información sobre el Solicitante para cada Miembro de un Consorcio o Asociación (solo para el caso de APCAs)

Fecha: _____

Nombre legal del Solicitante: *[Incluir el Nombre del Solicitante: Consorcio o Asociación]*
Nombre legal del miembro integrante del Consorcio o Asociación : *[Incluir el Nombre del integrante del Consorcio o Asociación]*
País de constitución del miembro del Consorcio o Asociación: *[Identificar el país de constitución del integrante del Consorcio o Asociación]*
Año de constitución del miembro del Consorcio o Asociación: *[incluir el año de constitución del integrante del Consorcio o Asociación]*
Domicilio legal del miembro del Consorcio en el país de constitución o Asociación : *[incluir dirección, ciudad y país sede del integrante del Consorcio o Asociación]*
Información sobre el representante autorizado del miembro del Consorcio o Asociación : Nombre: *[Incluir nombre del representante del representante del Integrante del Consorcio o Asociación]* Dirección: *[Incluir la dirección, ciudad y país del domicilio del representante del integrante del Consorcio o Asociación]* Números de teléfono y de fax: *[Incluir número de teléfono del representante del integrante del Consorcio o Asociación]* Dirección de correo electrónico: *[Incluir dirección de correo electrónico del representante del integrante del Consorcio o Asociación*

Adjuntar copia de los documentos relativos a la constitución o condición jurídica de cada miembro del Consorcio o Asociación

Formulario 3
Detalle de Experiencia en Servicios Similares

Nombre legal del Solicitante: _____ Fecha: _____
Nombre legal del miembro de un Consorcio o Asociación: _____

Número de contrato similar:	**Información**		
Identificación del contrato	*[Indicar nombre y número de contrato, si procede]*		
Lugar donde se realizó el Servicio	*[indicar país, ciudad si procede]*		
Fecha de inicio del Servicio Fecha de terminación del Servicio	*[indicar mes/año]* *[indicar mes/año]*		
Plazo original del Servicio	*[indicar mes/año]*		
Monto total del contrato	*[Indicar el monto total en la o las monedas del Contrato]*		*[Indicar el Monto Total del Contrato equivalente en US$]* Tasa de Conversión: *(indicar la tasa utilizada para conversión de monedas]*
Si es miembro de un Consorcio o Asociación, especificar la participación en el monto total del contrato.	*[Indicar porcentaje de participación]* _____%	*[Indicar el monto total en la o las monedas del Contrato]*	*[Indicar el Monto Total del Contrato equivalente en US$]*
Nombre del Contratante:	*[Indicar el nombre de la entidad contratante]*		
Dirección: Números de teléfono/fax: Correo electrónico:	*[Indicar la dirección/ciudad/país de la entidad contratante]* *[Indicar número de teléfono de la entidad contratante]* *[Indicar la correo electrónico de la entidad contratante o el contacto]*		
Breve descripción del Servicio:			
[realizar una breve descripción del servicio donde se indique las actividades ejecutadas similares]			

Yo, ……representante de la firma…… DECLARO BAJO FE JURAMENTO la veracidad de las informaciones contenidas en el presente formulario.

[El solicitante deberá preparar un formulario por cada servicio]

Formulario 4
Situación Financiera

Información Financiera	Información histórica correspondiente al último año (equivalente en US$)		
	Año 2014		Formula de Coeficiente
	Total	Coeficiente	
Información del Balance			
Total del Activo (TA)			**Coeficiente de Endeudamiento General:** (Total Pasivo/Total Activo)
Total del Pasivo (TP)			
Activo Corriente (AC)			**Coeficiente de Liquidez**: (Activo a corto plazo/ Pasivo a corto plazo)
Pasivo Corriente (PC)			

Criterio de Evaluación: para la calificación de la situación financiera de las Consultoras se utilizará el sistema Cumple/No Cumple. Los índices financieros mínimos son:

- **Coeficiente de Endeudamiento General:** (Total Pasivo/Total Activo)
- **Coeficiente de Liquidez:** (Activo a corto plazo/Pasivo a corto plazo)

Para el caso de Consorcios, cada uno de los miembros del APCA deben cumplir con el requisito.

Se deben adjuntar copias simples del Balance General y Estados de Resultados, correspondiente al ejercicio fiscal declarado.

Deberá reflejar la situación financiera del Solicitante o y de cada miembro integrante de un Consorcio, y no de una sociedad matriz u otra perteneciente al mismo grupo.

No se aceptarán estados financieros de períodos parciales.

Formulario 5
Documentos legales requeridos
Documentos legales requeridos para oferentes domiciliados en la República del Paraguay

1.1. Personas jurídicas

a. Documentos que acrediten la existencia legal de la persona, tales como la Escritura Pública de Constitución y protocolización de los Estatutos Sociales. Los estatutos deberán estar inscriptos en la Sección Personas Jurídicas de la Dirección de Registros Públicos.

b. Documentos que acrediten las facultades del firmante de la oferta para comprometer al oferente. Estos documentos pueden consistir en:
   - Un poder suficiente otorgado por Escritura Pública (no es necesario que esté inscripto en el Registro de Poderes); o
   - Los documentos societarios que justifiquen la representación del firmante, tales como las actas de asamblea y de directorio en el caso de las sociedades anónimas.

c. Copia simple del Balance General y Estados de Resultados, correspondiente al último ejercicio fiscal.

1.2. Documentos legales requeridos para oferentes (En caso de Consorcio)

a. Cada integrante deberá presentar los documentos requeridos para oferentes individuales especificados en los incisos (a), (b), y (c) del numeral 1.1. precedente.

b. Consorcio constituido o acuerdo de intención de constituir el consorcio en caso de resultar adjudicados y antes de la firma del contrato. El acuerdo de intención deberá estar suscripto por los representantes legales de cada uno de los integrantes del Consorcio.

c. Poder suficiente del firmante de la oferta. El firmante debe contar con facultades suficientes para firmar la oferta y asumir solidariamente en representación de los integrantes los compromisos emergentes de la presentación de la oferta.

2. En caso de empresas no domiciliadas en la República del Paraguay adicionalmente deberán presentar:

a. Documento que acredite que no se encuentra en mora con el fisco, expedido por la autoridad competente del país de origen, expedido dentro de un plazo no mayor a 60 días antes de la fecha de la apertura de solicitudes de precalificación.

b. Los documentos que no se encuentren redactados en idioma español, deberán estar acompañados de una traducción realizada por un traductor profesional.

Para la presentación de la manifestación de interés, podrán aceptarse documentos expedidos por las autoridades competentes de países extranjeros sin la legalización del Ministerio de Relaciones Exteriores de la República del Paraguay. Sin embargo, estos documentos deberán estar legalizados indefectiblemente para la firma del contrato en caso de que el oferente resultare adjudicado.

DECLARACION JURADA
DE NO ENCONTRARSE COMPRENDIDO EN LAS INHABILIDADES PREVISTAS EN EL ARTÍCULO 40 Y DE INTEGRIDAD ESTABLECIDA EN EL ARTICULO 20, INCISO "w", AMBOS DE LA LEY 2051/03 de CONTRATACIONES PUBLICAS

Fecha: …….

Proceso de Contratación: Modalidad:
Descripción del llamado:
ID (Portal):

A la Convocante:

Yo/Nosotros, quien/es suscribe/suscribimos, declaro/amos Bajo Fe de Juramento que, no me/nos encuentro/encontramos comprendido/s en ninguna de las inhabilidades previstas por el Artículo 40 de la Ley N° 2.051/03 para presentar propuestas y/o contratar con el Estado Paraguayo en general, y con esta Convocante en particular y al proceso de contratación arriba individualizado. -

Asimismo, declaro/amos Bajo Fe de Juramento, que me/nos abstengo/abstenemos de adoptar conductas orientadas a que los funcionarios o empleados de la Convocante en el presente llamado, induzcan o alteren las exigencias del llamado, las evaluaciones de las propuestas, el resultado del procedimiento, la ejecución contractual u otros aspectos que pudiera/n otorgarme/nos condiciones más ventajosas con relación a los demás participantes, como por ejemplo, y de manera enunciativa yo no limitativa, el soborno y la colusión.-

Asumo/Asumimos el compromiso de comunicar por medios fehacientes a la Entidad Convocante, de manera inmediata a su surgimiento, cualquier alteración en la situación jurídica respecto de las citadas inhabilidades, dejando expresa constancia que independiente a esta situación, automática mente resta eficacia y validez a la presente. -

La presente declaración jurada, la hago/hacernos, en los términos y condiciones del Artículo 47 del Decreto Reglamentario N° 21.909/03 Y el artículo 20, inciso "w", de la Ley 2051/03, de "Contrataciones Públicas". Así mismo, declaro conocer y aceptar el contenido y las disposiciones de la Resolución N° 330 de la Dirección General de Contrataciones Públicas. -

---

Firma El/los Oferente/s Aclaración de Firma/s

Anexo 2

PROGRAMA PROMOCION DE INVERSIONES
(Contrato de Préstamo 3131/OC-PR)

TERMINOS DE REFERENCIA PARA FIRMA CONSULTORA
Borrador preliminar. La versión definitiva será entregada a las firmas que conformen la lista corta.

I. ANTECEDENTES DEL PROGRAMA

El objetivo principal del **Programa de Promoción de Inversiones** es contribuir a incrementar la inversión extranjera directa en el país, con un enfoque sectorial que promueva la generación de empleo. Sus objetivos específicos son: generar capacidades para la implementación de una estrategia proactiva para la promoción de inversiones y adoptar instrumentos de promoción de inversiones basados en las mejores prácticas internacionales.

El Programa de Promoción de Inversiones tiene dos componentes: El primer componente es la Estrategia de Inversiones y generación de capacidades, que busca establecer un marco de referencia adecuado para la implementación de una estrategia proactiva de atracción de inversiones y generar las capacidades necesarias para su implementación, a través de la financiación de un Plan Estratégico para la promoción de inversiones, Modernización institucional y un Programa de mejora de capital humano. El segundo componente está basado en Acciones Estructurales de promoción de Inversión Extranjera Directa, que busca implementar un conjunto de acciones estructurales de mediano-largo plazo que incorporan las mejores prácticas internacionales en materia de promoción de inversiones. Se financiarán un Sistema de Atención al Inversionista, Estrategia de posicionamiento de la Imagen País, Promoción de Inversiones a nivel regional e internacional y un Observatorio del clima de Inversiones.

II. ANTECEDENTES DE MARCA PAIS PARAGUAY

La Marca País de Paraguay debería unir fortalezas, valores, características culturales propias y recursos naturales, etc., para atraer la inversión extranjera, el turismo y resaltar la calidad de los productos paraguayos.

La Marca País es una herramienta para el posicionamiento internacional, a fin de potenciar y dar relevancia a las oportunidades comerciales, mejorar la imagen del país y hacerlo más competitivo.

La Marca País debe posicionar nacional e internacionalmente al Paraguay bajo el atributo que los estudios previos identifiquen como diferenciador, único, relevante, creíble, incluyente y con capacidad de transversalidad en todas las entidades del Estado.

Paraguay Tenés que Sentirlo

La creación de la Marca Turismo: "Paraguay, Tenés que Sentirlo" surgió de un concurso nacional que aglutinó a los más destacados diseñadores de Paraguay. La Marca fue presentada el 23 de agosto de 2006 y desde el año 2007 es Marca Registrada siendo propietarias SENATUR y REDIEX.

Calidez y cordialidad

En el marco conceptual, se pusieron de relieve los elementos más reiterados y relevantes señalados por los encuestados, entre los que se destacan: el Paraguay, país casi desconocido: el misterio; la magia, la seducción, el hechizo que envuelven a quienes llegan a él; la cordialidad, amabilidad y calidez de su gente; la naturaleza exuberante e integrada a la vida de la gente; la luminosidad de una atmósfera soleada todo el año, el colorido con sus agudos contrastes: cielo azul intenso, verde vegetación, tierra roja, y la forma peculiar de encarar el "tiempo" en abierto desafío al vértigo de la vida moderna.

La Marca Turismo encierra los elementos más relevantes y significativos de Paraguay. En esta marca se sintetizan: la gente cordial, acogedora y hospitalaria; la naturaleza exuberante y colorida, integrada a los habitantes de esta tierra; la luminosidad, los colores y los contrastes que ofrecen; el tiempo peculiar; la magia, el misterio, lo desconocido y la cultura bilingüe, el idioma guaraní.

Los trazos logran la calidez en el diseño, y se combinan con el texto, enmarcado por una tipografía más rígida, buscando un equilibrio. La imagen lograda a partir de ciertos trazos simboliza los rayos del sol y, a la vez, la persona transmitiendo la calidez de los habitantes del Paraguay. El toque de otros tonos simboliza la naturaleza. En tanto que el manejo de colores fuertes y brillantes refleja la luz del Paraguay.

Paraguay
Tenés que sentirlo

Breve reseña del concurso

La Mesa Sectorial Turismo de la Red de Inversiones y Exportaciones REDIEX integrada por representantes de 23 instituciones y gremios de los sectores público y privado y de las Universidades, acordó establecer y adoptar un diseño único de la Marca Turismo Paraguay, como herramienta de atracción y promoción del país como destino turístico, a ser utilizada en ferias, campañas y eventos de promoción que se realizan en todo el mundo.

Este emprendimiento tuvo como respuesta 114 diseños presentados. El escogido fue el trabajo de Patricia Eulerich, una profesional con estudios en Argentina y Brasil, y egresada de la Universidad Católica de Asunción, con importante trayectoria en el diseño de marcas e identidad visual corporativa.

El proceso se inició con un concurso ganado por la empresa Ernesto García Publicidad y Marketing S.A., la cual fue la encargada de llevar adelante las distintas fases de los trabajos encomendados por los organizadores. Esta primera fase de tareas tuvo como objetivos: realizar un sondeo de opinión para identificar los elementos más relevantes de la imagen turística del Paraguay; redactar la formulación conceptual orientada al diseño de la Marca Turismo; llevar a cabo el concurso elaborando las bases y condiciones; y proponer una nómina de reconocida solvencia e integridad profesional para integrar el jurado.

Además, se apuntó a buscar la divulgación del concurso a través de los distintos medios de prensa y comunicación directa a posibles participantes; organizar la recepción de trabajos concursantes y de la convocatoria; así como la coordinación del jurado y la comunicación oficial del ganador mediante un evento de Presentación Oficial de la Marca Ganadora y Entrega de Premio.

Por otra parte, el sondeo de opinión estuvo dirigido a funcionarios y operadores privados del sector turístico, dentro y fuera del país; periodistas, comunicadores, personalidades de la cultura y de las artes, diplomáticos extranjeros en Paraguay y diplomáticos paraguayos en el exterior. También se incluyeron a extranjeros residentes en el país, turistas, estudiantes universitarios de las carreras de turismo y hotelería, marketing y diseño gráfico; así como expertos destacados a nivel mundial.

La opinión pública tuvo activa participación, a través de la inserción de la encuesta en la página web de REDIEX. Una vez procesadas y conceptualizadas las respuestas, las mismas sirvieron como base para proponer a los diseñadores y creativos la formulación del diseño visual, incluyendo logotipo, isotipo, normas de diseño y uso de la imagen en toda clase de materiales promocionales para productos y servicios turísticos, tanto del sector público como del sector privado.

Sentí Paraguay – Hecho en Paraguay (marca país del sector Textil y Confecciones)

SENTÍ PARAGUAY HECHO EN PARAGUAY

La Marca fue creada por la empresa BRANDON, en el marco del Proyecto RX 158/13 del Programa de Apoyo a las Exportaciones Paraguayas 1916 BL-PR, con el propósito de atraer la mirada de compradores e inversionistas internacionales de manera creativa, efectiva y positiva mediante la promoción del sector poco conocido en muchos países.
La comunicación se construye alrededor de esta frase SENTI LA INDUSTRIA DE LA MODA DE PARAGUAY. De esta manera la marca empieza a hablar y a expresar un mensaje claro e industrial donde se equilibran los valores alegres y amigables de la marca con el carácter serio y de confianza que tiene la industria. La comunicación se construye alrededor de esta frase SENTI LA INDUSTRIA DE LA MODA DE PARAGUAY. De esta manera la marca empieza a hablar y a expresar un mensaje claro e industrial donde se equilibran los valores alegres y amigables de la marca con el carácter serio y de confianza que tiene la industria.

III. OBJETIVO GENERAL

Diseñar la marca país de PARAGUAY, la estrategia de comunicación y planes operativos para atraer la inversión extranjera, el turismo y elevar la percepción de la calidad de su oferta exportadora, basada en la identificación y análisis de las ventajas comparativas y diferenciadoras de Paraguay.

IV. OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Analizar la Imagen país de Paraguay, las iniciativas vigentes y su aplicabilidad para la atracción de inversión extranjera.
2. Identificar y analizar las ventajas comparativas y diferenciadoras de Paraguay que podrían ser elementos para generar la marca país
3. Diseñar la marca país a nivel conceptual, incluyendo el manual de marca y estrategia de posicionamiento.
4. Difundir y consensuar los resultados obtenidos para generar la apropiación por parte de la sociedad paraguaya.
5. Diseñar el Estrategia de comunicación, incluyendo los Planes Operativos para la implementación para los años1, 2 y 3.
6. Gestión del lanzamiento oficial de la Marca País.

V. ACTIVIDADES

1. **Evaluación de Imagen actual de Paraguay**
    a. Realizar un análisis detallado de la imagen país de Paraguay, incluyendo actividades anteriores como: "PARAGUAY: TENES QUE SENTIRLO", su logotipo y las acciones particulares que se han llevado a cabo hasta el momento.
        i. Incluir un análisis de la novel marca "Sentí la industria de la moda de Paraguay" del sector Textil y Confecciones. A modo de referencia necesitamos EVITAR la proliferación de sub-marcas o "novel marcas" que promocionen actividades económicas, culturales o recreativas en forma separada o independiente de la marca país "maestra".
    b. Evaluar las principales fortalezas y debilidades de las acciones que se han emprendido hasta el momento en el área de Imagen País.
    c. Identificar los ejes sobre los cuales se puede transversalizar la imagen de marca país que hoy está focalizada en el área de turismo, al área de promoción de inversiones en general.
    d. Extender la investigación de imagen y percepción del PARAGUAY a mercados internacionales para determinar las percepciones de actuales y potenciales turistas, comercializadores extranjeros de productos y servicios, e inversionistas que el Paraguay quisiera atraer y ante quienes se desearía posicionar.

2. **Identificación de cualidades diferenciadoras y desarrollo de al menos TRES alternativas de CONCEPTOS sobre los cuales podamos posicionar la marca PAIS**
    a. Identificar las fortalezas percibidas del Paraguay a nivel nacional e internacional, así como también las oportunidades de comunicación, que servirían para desarrollar los conceptos alternativos. Los conceptos competirán entre si para seleccionar el más adecuado en base a los objetivos. El oferente deberá especificar qué metodología utilizará para seleccionar el más adecuado.

3. **Selección del CONCEPTO de marca ganadora**
    a. Aplicar la metodología propuesta y consensuada para seleccionar el concepto de marca ganadora.
    b. Proponer los atributos con los cuales se asociará la Marca País de Paraguay, el nombre, la estrategia de posicionamiento (principal beneficio, razón que le da credibilidad (RTB), etc.).

4. **Diseño de Marca**
    a. Una vez seleccionado el CONCEPTO de marca ganadora, se deberá desarrollar por lo menos tres alternativas de identidad visual, conceptualización, mensajes y relatos.
    b. Utilizando técnicas de investigación tradicional o activaciones que promuevan interacción de los públicos objetivos a través de redes sociales, se seleccionara la identidad visual ganadora. La validación de la marca se realizará con el público nacional e internacional, público y privado.

5. **Estrategia de comunicación**
    a. Elaborar una estrategia de comunicación integradora y transversal, que contenga:
        i. Un diagnóstico que contenga un análisis FODA para definir las principales Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del concepto, para su posicionamiento en los mercados prioritarios. El diagnóstico debe considerar también un análisis de las experiencias de otros países.

ii. Identificación y segmentación de públicos objetivos en cada uno de los mercados prioritarios.

iii. Identificación de canales de comunicación para implementar la estrategia de posicionamiento en los públicos objetivos.

iv. Propuesta de planes operativos para posicionar Paraguay en los mercados prioritarios para los años 1, 2 y 3.

v. Indicadores de medición y propuesta de metodología para evaluar los resultados que se van a obtener con la implementación de esta estrategia.

b. Elaborar plan de implementación/ propuesta de campaña de comunicación. Considerar acciones que generen alto impacto y que no impliquen presupuestos que excedan lo asignado para una posible campaña posterior. (valor aproximado: 1,5 millones de dólares) Deberá incluir toda información necesaria para posteriores procesos de contrataciones (especificaciones técnicas, costos referenciales, etc.).

6. Manual de Marca

a. Elaborar el Manual de Marca que contenga como mínimo:

i. Posicionamiento/ Personalidad

ii. Identidad visual: Símbolos, Mensajes y relatos. Colores, imagen, herramientas gráficas, tipografías, estilo fotográfico

iii. Relaciones entre los elementos

iv. Aplicaciones

v. Normas para Co-branding

7. Lanzamiento oficial

a. Organizar un evento de lanzamiento en el país seleccionado, incluye:

i. Gestión del evento: Planificación, diseño, supervisión, imagen, plan de comunicación, formato, materiales impresos, website y otros aspectos preparatorios. Deberá incluir toda información necesaria para posteriores procesos de contrataciones (especificaciones técnicas, costos referenciales, etc.).

VI. Productos esperados

1- Evaluación de Imagen actual de Paraguay.

a. Estudio de análisis y evaluación de la imagen país de Paraguay realizado.

2- Desarrollo de al menos tres alternativas de Conceptos.

a. Conceptos para posicionar la marca país Paraguay desarrollados.

3- Selección del Concepto de Marca Ganadora

a. Marca ganadora seleccionada a través de técnicas de investigación tradicionales y/o interacción con el público objetivo, u otro (según la metodología propuesta)

4- Diseño de Marca

a. Marca, posicionamiento y logotipo diseñados.

b. Validación de la marca con público del ámbito privado y público realizado a través de estudios de testeo de la marca a nivel nacional e internacional realizados.

5- Estrategia de comunicación elaborada y plan de implementación diseñado para los años 1, 2 y 3, incluyendo toda la información necesaria para los procesos licitatorios posteriores, especificaciones técnicas, costos referenciales, plan de medios, etc

6- Manual de Marca elaborado.

7- Lanzamiento Oficial realizado.
   a. Incluye la entrega de al menos 1500 ejemplares de un resumen ejecutivo de la consultoría, de al menos 20 páginas, impreso a todo color que será entregado a los asistentes al evento y distribuido en diversos eventos posteriores.

VII. Calificaciones de la firma y equipo de trabajo

Empresa de Comunicación y Publicidad con al menos 5 años de experiencia en branding de reconocidas marcas nacionales e internacionales. Con comprobada experiencia en el desarrollo creativo de marca país o marca territorial.

Contar con un equipo de trabajo multidisciplinario que cuente con las siguientes capacidades: amplio conocimiento mercados internacionales, branding, planificación estratégica, planificación de medios a nivel internacional y amplio conocimiento a nivel sociológico, cultural, histórico y económico del Paraguay.

VIII. Equipo de Trabajo

1. Líder de Equipo: Profesional especializado en el área de Mercadeo, con más de 15 años de experiencia en Marketing estratégico y desarrollo de marcas. Debe haber formado parte como líder en contratos para construcción de marca país o marca territorial.
2. Director Creativo: Profesional del área de la comunicación publicitaria, diseño gráfico o consultoría en branding, con experiencia en liderar equipos creativos para la conceptualización, diseño e implementación de marca país, marca territorial o marcas globales y en la elaboración de estrategias de posicionamiento de marca país y campañas publicitarias de marca país o marcas globales.
3. Director de arte: Profesional del área de la comunicación publicitaria, diseño gráfico o consultoría en branding, con experiencia en liderar equipos creativos para la conceptualización, diseño e implementación de marca país, marca territorial o marcas globales y desarrollo de manuales de identidad y campañas publicitarias de marca país, marca territorial o marcas globales.
4. Director de estrategia: Profesional del área marketing, planning, ciencias empresariales, branding, con amplia experiencia en consultoría estratégica en el desarrollo de marca país, marca territorial o marcas globales. Amplia experiencia en investigación, estudios de mercado, estrategia de posicionamiento de marca país o marcas globales.
5. Director de cuentas: Profesional del área marketing, planning, ciencias empresariales, branding, comprobada experiencia como vínculo entre cliente y agencia asegurando máxima contribución en procesos de creación de marca país, marca territorial o marcas globales que transmiten la esencia y valores de un país.
6. Director de medios: profesional del área de marketing o ciencias empresariales, con experiencia en desarrollar estrategias de medios e implementar pautas internacionales de marca país, marca territorial o marcas globales.
7. Productor: profesional del área marketing, comunicación o ciencias empresariales, con experiencia en conceptualización, desarrollo, organización, e implementación de eventos internacionales para marca país, marca territorial o marcas globales.

IX. Plazo y Tipo de Contratación

La Consultoría es por producto y tendrá un plazo referencial de 150 días desde la firma del Contrato o hasta que el contratante haya dado por cumplidas todas y cada una de las actividades y/o entregados todos y cada uno de los productos/resultados esperados.

X. Coordinación, supervisión e informes

El Ministerio de Industria y Comercio designará responsable de la coordinación y supervisión de la consultoría, a través de un equipo técnico.

Se desarrollarán reuniones periódicas entre el consultor y la contraparte técnica asignada al proyecto. El consultor debe comprometer su participación en cada una de dichas reuniones para informar los avances de la consultoría y ceñirse a las orientaciones que en ellas se acuerden. Además, el consultor deberá levantar un acta en cada reunión que se sostenga con la contraparte, la que deberá ser enviada a la contraparte técnica para su aprobación.

La supervisión de la consultoría estará a cargo del Equipo Técnico designado, cuyas funciones serán: evaluar los informes presentados por el Consultor, y aprobarlos cuando tengan la conformidad del equipo técnico arriba mencionado.

Los informes deberán presentarse en tres ejemplares impresos cada uno con un soporte digital en pen drive, incluyendo los diseños, los masters, etc.)

Además, el informe podrá tener las siguientes características mínimas:

- Encuadernado con espiral y tapa anterior transparente.
- Cantidad de ejemplares: 3 (tres).
- Deberá rubricar cada hoja del informe.
- Deberá constar en la carátula del Informe los datos del Estudio (título y código), Período de Contratación y mes de Presentación de los Informes.
- En la sección ANEXOS: Se presentarán aquellos cuadros, gráficos, otro tipo de información que da soporte al trabajo realizado, entre ellos lo referente a la metodología empleada.

La revisión de los informes estará a cargo de los técnicos designados, quienes tendrán un plazo máximo de 15 (quince) días hábiles para la aprobación formal de los mismos. En caso que surgiere alguna aclaración, y/o modificación deberá ser en forma escrita y dirigida al Consultor dentro del periodo establecido.

El responsable de la aprobación de los informes es el Director Nacional de REDIEX.

XI. Propiedad Intelectual

Los derechos de autor, propiedad intelectual y todo otro derecho, cualquiera fuese su naturaleza, y del material producido bajo las provisiones de este contrato, pertenecerán en forma exclusiva al CONTRATANTE, que podrá utilizarlos, publicarlos, cederlos o transferirlos como crea conveniente, sin limitación geográfica ni de otro tipo, excepto cuando ya existan derechos de propiedad intelectual previos.

Los Derechos de imagen e intelectuales de las personas que hubieren de ser contratadas, serán cedidos al uso estricto de la campaña Marca País y gestionados por el CONSULTOR.

EL CONSULTOR no podrá hacer uso de tal documentación e informes, salvo para referirse a ellos o citarlos como antecedente de su actividad técnica y profesional. EL CONTRATANTE acepta reconocer y mencionar la participación de EL CONSULTOR en cualquier publicación que se hiciese con respecto a los resultados de los trabajos previstos en el presente Contrato.

XII. Presupuesto, Fuente de Financiamiento y Cronograma de Pago

El valor de este contrato es de **US$ 520.000** ***(dólares americanos quinientos veinte mil),*** tarifa en dólares americanos, incluido impuestos nacionales[1], que incluye honorarios profesionales, gastos de traslados en y todos aquellos gastos necesarios para el cumplimiento cabal de todas las actividades por las cuales es responsable.

Los pagos se realizarán en Guaraníes al tipo de cambio establecido y aplicado por el Banco Central del Paraguay a la fecha de la Factura. Los gastos por giros y transferencias bancarias correrán en su totalidad por cuenta del contratado.

Los fondos para la presente contratación cuentan con el financiamiento del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), a través del ***Contrato de Préstamo BID 3131/OC-PR,*** en su totalidad (incluidos los impuestos) con Recursos del Crédito Público (FF 20).

Los pagos se realizarán conforme al siguiente ***cronograma estimativo***:

Actividades	Productos	Monto en USD	Plazo
1. Evaluación de Imagen actual de Paraguay	Informe Nº 1 aprobado que contenga como mínimo: a) Estudio de análisis y evaluación de la imagen país de Paraguay.	20 % del total del contrato	A los 30 días de inicio del contrato.
2. Identificación de cualidades diferenciadores de al Menos tres alternativas de conceptos	Informe Nº 2 aprobado que contenga como mínimo: a) Conceptos para posicionar la marca país Paraguay desarrollados. b) Metodología de selección de concepto ganador implementada.	20% del total del contrato	A los 30 días de la aprobación del informe Nº 1
3. Selección del Concepto de marca ganador 4. Diseño de Marca	Informe Nº 3 aprobado que contenga como mínimo: a) Marca ganadora seleccionada a través de técnicas de investigación tradicionales y/o interacción con el público objetivo. b) Marca, posicionamiento y logotipo diseñados. c) Validación de la marca con público del ámbito privado y público realizado a través de estudios de testeo de la marca a nivel nacional e internacional realizados.	20% del total del contrato	A los 30 días de la aprobación del informe Nº 2
5. Estrategia de Comunicación 6. Manual de Marca	Informe Nº 4 aprobado que contenga como mínimo: a) Estrategia de comunicación elaborada b) Plan de implementación diseñado. c) Manual de Marca elaborado.	20 % del total del contrato	A los 30 días de la aprobación del informe Nº 3
7. Lanzamiento Oficial	Lanzamiento Oficial realizado Informe final aprobado de la consultoría, que cuente con la No Objeción del Banco.	20% del total del contrato	A los 30 días de la aprobación del informe nº 4

[1] ***Para empresas no domiciliadas en el país***, conforme leyes vigentes, se deberá retener el 100% del IVA (Impuesto al Valor Agregado, 10%) que corresponda. En cuanto al Impuesto a la Renta de las Actividades Comerciales, Industriales y de Servicios se deberá retener el 15% del valor neto.