

PROCESO PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS PARA CONSULTORÍA DE PERCEPCIÓN DE LA IDENTIDAD INSTITUCIONAL

1. ANTECEDENTES

La Fundación Heifer Ecuador es una Organización No Gubernamental, vinculada a Heifer International, reconocida legalmente en Ecuador, desde el 8 de julio de 1993, según Acuerdo Ministerial #0250 otorgado por el Ministerio de Agricultura y Ganadería.

Comparte la misión, visión y fundamentos con Heifer Internacional. La misión se encamina a trabajar con las comunidades para poner fin al hambre y la pobreza y cuidar la Tierra. La visión es un mundo de comunidades que viven juntas en paz y comparten equitativamente los recursos de un planeta saludable.

Los fundamentos institucionales son 12, sin embargo el *Compartir de Recursos* es el principal y a su vez es un mecanismo de sostenibilidad de los procesos desarrollados con las organizaciones. La metodología patentada del Compartir de Recursos (*"Passing on the Gift"* o POG en inglés) de Heifer incorpora un modelo de desarrollo comunitario para facilitar el intercambio de conocimientos, formación y activos físicos y financieros entre los participantes de los proyectos y los miembros de su comunidad con el fin de multiplicar los recursos entregados. Las familias miembros de las organizaciones se comprometen con su comunidad a entregar lo mismo que recibieron a otra familia, una vez que se haya recuperado la inversión.

El enfoque de trabajo es el Desarrollo Sostenible Liderado Localmente pone las decisiones en manos de las organizaciones locales a través de "iniciativas que pertenecen a las personas y son dirigidas por ellas en su propio contexto"¹. Las organizaciones locales no son solo un sujeto o ejecutores de proyectos concebidos en otros lugares, sino iniciadores y propietarios de las ideas, mientras que las ONG y los donantes globales actúan como entidades de apoyo y facilitación. La potenciación del liderazgo local puede abarcar varios elementos del proceso de desarrollo, desde el establecimiento de prioridades hasta el diseño, la gestión, el seguimiento de los avances y la evaluación de los resultados.

Siguiendo estos lineamientos, la Fundación Heifer Ecuador fortalece el desarrollo de negocios rurales de triple impacto en manos de organizaciones campesinas, campesinas/indígenas, recolectores, productores, pescadores para que el vínculo campo-ciudad permita la construcción de la sostenibilidad en los sistemas alimentarios. Este objetivo dota de herramientas a las organizaciones, que permiten la gestión de los negocios en todos los eslabones.

El triple impacto permite por un lado, mejorar los niveles de ingresos a través de un vínculo en mejores condiciones con mercados diversos; además, con ayuda de varias metodologías se fortalece las capacidades de gerencia, administración y ventas de los negocios rurales, esto en el ámbito económico. En el ámbito social, se fortalece la capacidad de las organizaciones

¹ Mathews, D. and Draper, S. (2021) *Why locally-led development must be at the heart of the new International Development Strategy*. Bond. <https://www.bond.org.uk/news/2021/10/why-locally-led-development-must-be-at-the-heart-of-the-new-international-development>

de brindar servicios a sus asociados para que generen pertenencia, cohesión e identidad. Finalmente, en el ámbito ambiental, se busca que los negocios rurales mantengan o mejoren los servicios ambientales de las zonas en las que se desarrollan, que usualmente son zonas de alta biodiversidad como páramos, laderas andinas, bosques secos, bosques húmedos y la zona marino costera. Actualmente, Heifer Ecuador desarrolla nueve proyectos que promueven negocios rurales y fortalecen cadenas de valor con la generación de alianzas con gobiernos locales, nacional, ONG, academia y empresas privadas, para incrementar el impacto.

En este contexto, la Fundación Heifer Ecuador requiere conocer la percepción de identidad actual (cual es la identidad actual de Heifer Ecuador) en sectores de la sociedad ecuatoriana que son claves para el trabajo y la misión de la organización (gobiernos, actores políticos, asociaciones y organizaciones civiles, medios de comunicación, donantes, sector empresarial, comunidades de base, líderes, trabajadores de la organización y otros), a través de una consultoría de comunicación estratégica e instrumentos de recolección de datos cualitativos, para direccionar las acciones de comunicación institucional y recaudación de fondos.

2. OBJETIVO DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS

Conocer la percepción de la identidad institucional de Heifer Ecuador en el 2024, segmentada por sectores sociales estratégicos en Ecuador.

2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer la percepción por segmentos de público objetivo al que se dirige el esfuerzo de la consultoría.
Resultado 1: Metodología general y plan de trabajo.
Resultado 2: Metodología de investigación para aplicación de encuestas.
Resultado 3: Base de datos con actores clave segmentados.
Resultado 4: Encuesta de percepción cualitativa.
Resultado 5: Cronograma de aplicación.
Resultado 6: Aplicación de encuestas.
- Conocer la percepción colectiva a través de un focus group de actores clave.
Resultado 1: Metodología de focus group.
Resultado 2: Base de datos de posibles participantes.
Resultado 3: Convocatoria.
Resultado 4: Aplicación de focus group.
- Obtener el análisis de aplicación de la investigación y de la información obtenida.
Resultado 1: Documento de relatoría del proceso, con análisis de datos por segmentos y general, conclusiones, recomendaciones y sugerencias respecto de la percepción de imagen de Heifer Ecuador.

3. METODOLOGÍA Y DOCUMENTACIÓN

La metodología para la realización del trabajo deberá ser coordinada con la persona oficial de comunicación de la Fundación Heifer Ecuador. Se solicitará a la persona consultora que cuando se lo requiera realice los cambios necesarios siempre con el conocimiento y aprobación de la Fundación Heifer Ecuador. Proceso de la consultoría:

- Analizar la misión, visión, fundamentos y enfoques de la Fundación Heifer Ecuador, también documentos institucionales como estatutos, plan estratégico, memoria anual, etc. Se debe analizar además enfoques y propuestas de Heifer International.
- Elaborar metodología para la aplicación de encuesta y focus group.
- Generar una encuesta cualitativa para sectores relacionados y participantes clave.
- Generar el contacto para las entrevistas individuales para aplicación de encuesta.
- Realizar convocatoria y aplicación para focus group adicional para aplicación de encuesta.
- Elaborar documento de relatoría del proceso, con análisis de datos, conclusiones, recomendaciones y sugerencias respecto de la percepción de imagen de Heifer Ecuador.

4. PERFIL DEL/ LA CONSULTOR/A

Variable	Requerido		
<i>Sexo</i>	M:	F:	Indistinto: X
<i>Edad</i>	Mínima:	Máxima:	Indistinto: X
<i>Perfil</i>	• Equipo o profesional con título en Comunicación corporativa, estratégica o afines.		
<i>Conocimientos técnicos específicos</i>	• Experiencia profesional mínima de cinco años en comunicación institucional, construcción de reputación, construcción de identidad. • Experiencia en diseño y elaboración de estudios de comunicación estratégica cuantitativos y cualitativos, focus groups, análisis de resultados.		
<i>Disponibilidad de viajes</i>	• Disponibilidad para viajar a los diferentes proyectos en caso de ser necesario.		
<i>Aptitudes, cualidades y destrezas</i>	• Capacidad para generar relaciones institucionales, trabajo en equipo, organización y planificación. • Capacidad para adaptarse al trabajo en contextos diversos, con personas o grupos campesinos, organizaciones, asociaciones entre otros. • Sensibilidad y respeto a las culturas, costumbres y saberes locales. • Estar dispuestx a trabajar con base a resultados y entrega de productos de acuerdo a los plazos establecidos.		

5. COORDINACIÓN DEL TRABAJO

El equipo o el/la consultor/a trabajará bajo la dirección y supervisión de la persona oficial de comunicación y la Dirección Nacional de la Fundación Heifer Ecuador.

6. PRODUCTOS Y TIEMPOS PREVISTOS

El equipo o el/la consultx presentará los siguientes productos:

Descripción actividad	Resultados y productos	Medios de verificación/
Metodología y plan de trabajo	Metodología general y plan de trabajo.	Documento
Planteamiento de investigación y encuesta	Metodología de investigación para aplicación de encuestas. Base de datos con actores clave segmentados. Encuesta de percepción cualitativa. Cronograma de aplicación. Aplicación de encuestas.	Documento
Aplicación de focus group	Metodología de focus group. Base de datos de posibles participantes. Convocatoria. Aplicación de focus group.	Documento
Análisis de datos	Documento de relatoría del proceso, con análisis de datos por segmentos y general, conclusiones, recomendaciones y sugerencias respecto de la percepción de imagen de Heifer Ecuador.	Documento

Los productos finales deben ser entregados en formato digital en sus versiones originales no PDF, con sus anexos, fotografías y material adicional audiovisual que se haya generado.

7. CONFIDENCIALIDAD Y PROPIEDAD INTELECTUAL

Los documentos compartidos, documentos previos, encuestas, muestras, así como los productos finales que resultasen de la realización de la prestación de servicios, son de exclusiva propiedad de la Fundación Heifer Ecuador. El/la consultor/a contratadx se compromete a mantener la confidencialidad sobre el proceso y los resultados. Todas las fotografías o material audiovisual que se necesite y se hayan utilizado para la consultoría, deben ser entregados a la Fundación Heifer Ecuador y no pueden ser usados para otros fines.

8. PLAZO, COSTOS, FORMA DE PAGO

El período de contratación será de **dos meses** contados a partir de la firma del contrato. El pago se realizará con la entrega oportuna de informes recibidos a conformidad por parte de la contratante y posterior emisión de la correspondiente factura, según lo detallado a continuación:

Metodología y plan de trabajo	Documento	10%
Planteamiento y aplicación de encuesta	Documento	30%
Aplicación de focus group	Documento	10%
Análisis de datos y documento final	Documento	50%

9. PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS

Los proveedores interesados deberán enviar:

1. Propuesta técnica
2. Propuesta económica (vigencia de 60 días)
3. Copia de RUC actualizada
4. Hoja de vida y portafolio que avale la experiencia en el tipo de trabajo requerido por la consultoría.
- 5.

Demás documentación de respaldo acorde a lo detallado en el perfil requerido al correo irene.recalde@heifer.org hasta el 5 de agosto de 2024 con el asunto “Consultoría identidad institucional”.

No se revisarán propuestas enviadas fuera de tiempo o con documentación incompleta, **las propuestas técnicas y económicas deberán ser presentadas en documentos separados**, el no cumplir con este parámetro puede ser causal de descalificación.

En caso de inquietudes, las mismas deben ser enviadas por correo electrónico en los cinco primeros días de esta convocatoria, al mismo correo de aplicación, y serán respondidas a todos los proveedores interesados hasta 48 horas posteriores al cierre del período de preguntas.

10. VERIFICACIÓN Y EVALUACIÓN DE LAS OFERTAS

1. Verificación de las ofertas:

1.1 Integridad de la oferta: verificar la presentación de los requisitos mínimos previstos en el TDR.

1. Envío de propuestas técnica y económica dentro del tiempo de la convocatoria.
2. Documento de propuesta técnica, sin formato preestablecido.
3. Documento de propuesta económica, sin formato preestablecido.
4. Hoja(s) de vida.
5. Otros documentos descritos en TDR.

2. Personal técnico mínimo:

Una persona o equipo que tenga como integrante un(a) especialista con título en comunicación corporativa, estratégica o afines.

2.1 Experiencia profesional mínima:

- Experiencia profesional comprobable mínima de cinco años en comunicación institucional, construcción de reputación, construcción de identidad. Experiencia en

diseño y elaboración de estudios cuantitativos y cualitativos de comunicación, focus groups, análisis de resultados.

3. Especificaciones técnicas o términos de referencia:

Se verificará el cumplimiento expreso y puntual de las especificaciones técnicas o términos de referencia de los bienes y/o servicios que se pretende contratar, de conformidad con lo detallado en el TDR. Si hubiese una propuesta económica con un buen precio que requiere ampliación de información, se puede solicitar al oferente que complete los documentos para considerar su oferta.

4. Verificación de cumplimiento de integridad y requisitos de la oferta.

PARÁMETRO	CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES
Integridad de la oferta			
Personal con título			
Personal técnico mínimo persona(s) con experiencia profesional de mínimo 5 años, comprobable			
Especificaciones técnicas o Términos de Referencia			

Aquellas ofertas que cumplan integralmente con los parámetros mínimos pasarán a la etapa de evaluación de ofertas con puntaje, caso contrario serán descalificadas.

4.2 Evaluación por puntaje: Solo las ofertas que cumplan con los requisitos mínimos serán evaluadas por puntaje.

Parámetro sugerido	Descripción
Personal técnico mínimo persona(s) con experticia en comunicación institucional, construcción de reputación, construcción de identidad	No se otorgará puntaje al título general mínimo requerido, por ser de cumplimiento obligatorio.
Experiencia profesional de mínimo 5 años	El profesional deberá presentar más de tres (3) pruebas de su experiencia en la provisión bienes y/o prestación de servicios similares.
Oferta técnica	La oferta técnica se evaluará por el cumplimiento de especificaciones, claridad de propuesta, referencias al tiempo de ejecución.
Oferta económica	La oferta económica se evaluará aplicando un criterio inversamente proporcional; a menor precio, mayor puntaje.

Para la valoración se puntuará con múltiplos de 5 (5, 10, 15, 20, etc):

Parámetro	Valoración	Ponderación
-----------	------------	-------------

Experiencia profesional	30 puntos	
	≥ 5 años	30
	< 3 y ≥ 2 años	20
	< de 1 años	10
Oferta técnica	40 puntos	
	Hasta qué punto el/la oferente comprende la naturaleza del trabajo? ¿Se ha definido bien el alcance del trabajo y se ajusta a los TdR? - Alta comprensión (10 puntos) - Mediana comprensión (5 puntos) - Baja comprensión (0 puntos)	10
	¿Se han desarrollado los aspectos relevantes del trabajo con un nivel suficiente de detalle? - Muy claro y detallado (10 puntos) - Mediana claridad y/o detalle (5 puntos) - Baja claridad y/o detalle (0 puntos)	10
	¿Se describe a profundidad la metodología establecida para lograr los productos definidos en la consultoría? - Muy claro y detallado (10 puntos) - Mediana claridad y/o detalle (5 puntos) - Baja claridad y/o detalle (5 puntos)	10
	¿Se ha realizado una propuesta clara? ¿Es lógica y realista la secuencia de actividades y su planificación? ¿Conduce a una implementación eficiente de la sistematización? - Muy claro y detallado (10 puntos) - Mediana claridad y/o detalle (5 puntos) - Baja claridad y/o detalle (0 puntos)	10
Oferta económica	30 puntos	
TOTAL	100 puntos	

Las ofertas que obtengan 70 puntos serán analizadas.