	<b>TÉRMINOS DE REFERENCIA</b>	
	TÍTULO: Acuerdo marco para el servicio de agencia publicitaria	

## 1. ANTECEDENTES Y OBJETO DEL REQUERIMIENTO

### 1.1 ANTECEDENTES

YPFB TRANSPORTE S.A. es una empresa boliviana de servicio público, dedicada al transporte de hidrocarburos por ductos desde los distintos campos productores del país hasta los diferentes centros de consumo del mercado nacional y de exportación.

Desempeña una actividad estratégica en el sector energético como propietaria de una red de ductos de más de 8.000 kilómetros entre gasoductos, oleoductos y poliductos, que opera cumpliendo normas nacionales y los más altos estándares internacionales propios de la actividad.


La unidad de Comunicación Empresarial de YPFB TRANSPORTE S.A. requiere la contratación de una empresa legalmente establecida para elaborar material de comunicación para aportar al desarrollo del Plan Comunicación Empresarial, Corporativa y Sectorial que cuenta con iniciativas estratégicas para fortalecer la cultura empresarial, el sentido de pertenencia de los trabajadores, la difusión de información sobre la gestión empresarial, corporativa y sectorial a los públicos internos y externos de la compañía.

Estas iniciativas contemplan una serie de campañas y actividades de difusión, promoción y activación, entre otras, que requieren el soporte técnico especializado.

En ese sentido, la unidad de Comunicación Empresarial de YPFB TRANSPORTE S.A. requiere una empresa que brinde los **servicios de agencia publicitaria** para desarrollar contenidos, campañas de imagen de carácter institucional con el fin de informar, educar, sensibilizar y promover las actividades empresariales y corporativas en los públicos de interés empresarial y en la población boliviana, desde las áreas de influencia de las operaciones hasta la opinión pública nacional, en el marco de los planes de comunicación sectorial, corporativo y empresarial.

### 1.2 OBJETO DEL REQUERIMIENTO

YPFB TRANSPORTE S.A. precisa la contratación de una agencia publicitaria por el período de 18 meses para la conceptualización, diseño y gestión integral de la estrategia creativa. Dicha empresa debe contar con capacidades técnicas y de personal para el desarrollo y producción de diversas piezas comunicacionales con contenidos variados, mismos que puede incluir la difusión de información en medios convencionales y/o digitales.

	<b>TÉRMINOS DE REFERENCIA</b>	
	TÍTULO: Acuerdo marco para el servicio de agencia publicitaria	

Se valorará positivamente la capacidad de monitoreo periódico y de evaluación de impacto y medición de resultados, que permita optimizar continuamente el proceso de comunicación y la calidad de los contenidos desarrollados en medios convencionales y digitales.

El recurso humano que sea parte del equipo proveedor y/o subcontratado, deberá tener la capacidad, experiencia y equipamiento apropiado para generar contenidos que aporten a los objetivos empresariales de comunicación.

## 2. ALCANCE, DETALLE Y CARACTERÍSTICAS

### 2.1. ALCANCE

La unidad de Comunicación Empresarial de **YPFB TRANSPORTE S.A.** solicitará a la empresa adjudicada los servicios detallados en el alcance del presente documento, los cuales deben destacarse por su originalidad, funcionalidad, capacidad tecnológica y otros, por lo que las empresas proponentes deberán contar con personal creativo con experiencia y capacidad en **imagen corporativa, comunicación publicitaria, diseño gráfico (creación, edición, diagramación, registro de imágenes, retoque de fotografías, otros), edición y producción de contenido, gestión de medios convencionales y digitales, monitoreo de prensa y administración de marca en redes sociales.**


De forma permanente, **YPFB TRANSPORTE S.A.** ejecuta y/o apoya diferentes acciones dirigidas a públicos internos y externos bajo el lineamiento Empresarial, Corporativo y Sectorial, en los que promueve la imagen y reputación institucionales además de otros temas de interés, de modo que precisa la ejecución del servicio, el cual debe incluir definición de estrategia comunicacional, capacidad de creación, técnicas de diseño, elaboración de contenidos, monitoreo de prensa, gestión de medios, administración de marca y difusión de piezas comunicacionales (tanto para medios convencionales como medios digitales).

En ese sentido, se solicita que los proveedores hagan llegar su propuesta técnica y económica de acuerdo con los siguientes términos y condiciones:

### 2.2 EXPERIENCIA DE LA EMPRESA PROPONENTE

La empresa deberá respaldar de manera documental la siguiente experiencia en gestión de **imagen corporativa, comunicación publicitaria, administración digital de marca y diseño gráfico:**

- Experiencia general comprobada en elaboración de productos de imagen corporativa o publicitarios para entidades públicas y/o privadas, con al menos 10 contratos u órdenes de servicio.
- Experiencia general en administración digital de marca de una empresa pública y/o privada (community manager), con al menos 5 contratos u órdenes de servicio.

	<b>TÉRMINOS DE REFERENCIA</b>	
	TÍTULO: Acuerdo marco para el servicio de agencia publicitaria	

La empresa deberá respaldar de manera documental poseer la siguiente experiencia en gestión y monitoreo de **medios convencionales y digitales**:

- Experiencia de pauteo y monitoreo en medios convencionales (tv, radio y periódicos) con al menos 5 contratos u órdenes de servicio.
- Experiencia de pauteo y monitoreo en medios digitales y/o redes sociales con al menos 5 contratos u órdenes de servicio.

## 2.3 PERSONAL

La empresa deberá contar con un plantel de personal **“propio y/o temporal”** disponible para la adecuada prestación del servicio. Deberá presentar los respaldos de un equipo con las siguientes características (o su equivalente en la nomenclatura propia) con los respaldos documentales de experiencia, en base al siguiente detalle de referencia y otros que considere necesario:

### DIRECTOR CREATIVO


- Experiencia de 5 años en el desarrollo de estrategias creativas debiendo presentar, al menos 2 planes de publicidad/marketing o documento equivalente que hubiese desarrollado.
- Experiencia de 5 años en la gestión del departamento creativo, debiendo presentar productos gráficos - para entidades públicas y/o privadas – que fueron elaborados bajo su tuición.

### DISEÑADOR GRÁFICO

- Experiencia específica en la elaboración de memorias empresariales, teniendo en su portafolio al menos 10 diseños para empresas públicas y/o privadas, de los cuales mínimo 3 memorias del rubro industrial.
- Experiencia específica mínima de 3 años en la elaboración de manual de identidad corporativa y branding.
- Experiencia de 3 años en diseño de campañas de email marketing, banners y soporte gráfico para la web, además de materiales para redes sociales.
- Experiencia de 3 años en diseño y maquetación de folletos, catálogos, dípticos, trípticos, anuncios, materiales para ferias y eventos.
- Experiencia en retoque fotográfico digital.

### REDACTOR DE CONTENIDOS

- Experiencia de 5 años en redacción corporativa de contenidos y corrección de estilo.
- Experiencia específica en redacción y corrección de memorias empresariales, teniendo en su portafolio mínimamente 2 textos referenciales.
- Se valorará la obtención de premios y/o reconocimientos por la excelencia en redacción de artículos o escritos periodísticos.

	<b>TÉRMINOS DE REFERENCIA</b>	
	TÍTULO: Acuerdo marco para el servicio de agencia publicitaria	

- Experiencia de 5 años en redacción creativa de contenidos y/o anuncios en medios digitales.
- Presentación de portafolio de escritos en medios digitales.

#### **PLANNER DE MEDIOS (ATL)**

- Experiencia de al menos 5 años en el departamento de medios de una agencia de publicidad con experiencia en el diseño de estrategias de medios masivos tradicionales (televisión, radio y prensa) y digitales, que incluya armado de pauta, órdenes de difusión, centralización de facturación, validación de pauta, reportes de monitoreo y elaboración de informes mensuales de ejecución de pauta.


#### **COMMUNITY MANAGER**

- Experiencia de 5 años en la administración digital de marca – de empresa pública y/o privada – en donde se demuestre el desarrollo e implementación de estrategias de medios sociales, creación de contenido, capacidad de interacción con la comunidad digital, gestión de crisis online, transmisiones en vivo de eventos/actividades (streaming) y análisis de rendimiento de las acciones en las redes sociales/plataformas u otras donde exista la posibilidad de interacción con públicos externos.


Cabe señalar que los profesionales indicados anteriormente son el mínimo necesario que YPFB TRANSPORTE S.A. precisa para una óptima ejecución del servicio solicitado. La empresa adjudicada podrá contar con otro tipo de personal que considere complementario para brindar las atenciones a los trabajos que les sean requeridos.

### **3. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL SERVICIO**

- Para cada pieza comunicacional o campaña de comunicación, el adjudicatario debe desarrollar una propuesta creativa y línea gráfica original basado en el concepto comunicacional proporcionado por la empresa. El precio de cada pieza y servicio estará contemplado en el tarifario de la empresa adjudicada.
- Para el servicio de diseño gráfico (digital e impreso), el adjudicatario deberá tener un editor de textos y/o redactor creativo para realizar el control de calidad de todos los materiales que se desarrollen, tales como la Memoria Anual, cartillas, artes de prensa y otros que se requieran.
- Toda información que se genere en el marco del contrato será estrictamente confidencial, por lo que cualquier indicio de uso o revelación de la misma será motivo suficiente para la inmediata resolución del servicio. En ese sentido, se aclara que todas las piezas gráficas o material producido serán de propiedad de YPFB TRANSPORTE S.A., así como los derechos de autor.

	<b>TÉRMINOS DE REFERENCIA</b>	
	TÍTULO: Acuerdo marco para el servicio de agencia publicitaria	

- d. YPFB TRANSPORTE S.A. NO SE COMPROMETE a solicitar al adjudicatario todo lo detallado en su tarifario, pudiendo algunos ítems no ser solicitados, o bien, ser solicitados en menor o mayor cantidad.
- e. Los servicios que se desarrollen y no se culminen, por razones ajenas al adjudicatario, como un cambio de directriz al interior de YPFB TRANSPORTE S.A. o de otra índole, serán pagados en un porcentaje proporcional a su elaboración (basados en la planilla adjudicada). Dichos servicios serán entregados por el adjudicatario – hasta el avance que fue solicitado - en formato editable para propiedad de la empresa y para futuras modificaciones y uso.
- f. En algunas circunstancias, puede requerirse los servicios con poco tiempo de anticipación, por lo cual la empresa deberá indicar de manera expresa en su propuesta que está en condiciones de atender dichos requerimientos.
- g. Los productos comunicacionales deberán ser entregados de forma digital y/o física al personal de YPFB TRANSPORTE S.A. (en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra) o en el lugar donde se indique dentro del territorio nacional. Posterior a ello, se deben remitir todos los archivos editables originales de cada producto que haya sido aprobado para su resguardo en el archivo de la unidad de Comunicación Empresarial.
- h. En caso que YPFB TRANSPORTE S.A. no cuente con contrato de impresión, podrá solicitar a la agencia que realice el servicio, debiendo presentar tres cotizaciones de imprentas de la calidad requerida.
- i. En caso de que YPFB TRANSPORTE S.A. cuente con el servicio de impresión, se solicitará al proveedor que se encargue de la coordinación, supervisión y seguimiento, que incluye desde el envío del material, prueba de color hasta la entrega de las piezas gráficas finales, asegurando que la calidad de impresión sea óptima. Esta coordinación no representará costos adicionales, puesto que, se hará para preservar la calidad del servicio que brindará la agencia publicitaria adjudicada.
- j. Se establece que aquellos ítems no contemplados en el tarifario del adjudicatario que se lleguen a solicitar por la necesidad que surja de un evento no programado (por Incidente, Reputación o a solicitud de YPFB Casa Matriz) o sean servicios relacionados a imagen, reputación, administración de marca, gestión de medios (digital o impresos), transmisiones (streaming), registro de imágenes y/o soporte técnico en material publicitario, se harán bajo sondeos de precios en el mercado y revisión de cotizaciones (al menos 2 a 3) para la ejecución del trabajo.  
En caso de acudir a un tercero o subcontratación de servicios serán considerados servicios delegados, puesto que la agencia debe subcontratar o ejecutar la gestión administrativa de pago para brindar servicios de manera integral y óptima, mismos que se precisan para salvaguardar la imagen empresarial, corporativa y/o sectorial. Se aclara que YPFB TRANSPORTE S.A. reconocerá en el monto total el grossing up, impuestos (IVA, IT e IUE) y la comisión por las gestiones administrativas que realizará la agencia

	<b>TÉRMINOS DE REFERENCIA</b>	
	TÍTULO: Acuerdo marco para el servicio de agencia publicitaria	


(fee), para lo cual, se debe fijar un porcentaje (para servicios facturados y no facturados) que debe ser consensuado con la empresa adjudicada al inicio del contrato.

- k. El servicio de publicación de artes de prensa en medios impresos locales o nacionales, la gestión de emisión de cuñas en radios, el pauteo en televisión y en redes sociales son parte de este requerimiento. Los mismos se cancelarán tomando en cuenta el costo de la publicación, el porcentaje impositivo y la comisión, a partir de un mecanismo de cálculo acordado entre las partes, según lo indicado en el inciso anterior.
- l. Podrá surgir la necesidad de realizar algún servicio de comunicación en torno a una emergencia o crisis, a desarrollarse en una localidad distante, para lo cual el adjudicatario debe contar con servicio de monitoreo de noticias y redes sociales; asimismo y en caso de necesitarse, la disponibilidad inmediata para trasladarse hasta la zona afectada.
- m. Toda coordinación debe realizarse de forma permanente y directa con la unidad de Comunicación Empresarial de YPFB TRANSPORTE S.A., siendo esta la única responsable de la gestión del servicio. Por lo tanto, se aclara que, en todos los casos, solo el fiscal de servicio enviará la solicitud del servicio o cotización (cuando corresponda), revisará, coordinará los detalles, solicitará cambios, adecuaciones u otros y aprobará las piezas comunicacionales.
- n. El proveedor, al aceptar el contrato, debe tener disponibilidad inmediata para la realización de los trabajos/servicios que sean solicitados con poco tiempo de anticipación.
- o. Cada cierre de mes, el adjudicatario enviará a YPFB TRANSPORTE S.A. la solicitud de pago de servicios entregados a conformidad. Esta solicitud de pago debe estar acompañada de un informe que adjunte los respaldos necesarios, tales como, la solicitud y aprobación del servicio, la pre-factura, planilla de servicios (con muestra digital de los trabajos), cotizaciones (cuando corresponda) u otros que sean requeridos.  
Este reporte será revisado y aprobado para que el contratista pueda emitir su factura posteriormente (lo cual será informado mediante correo electrónico).

Es fundamental que el proveedor cumpla con los términos y condiciones descritos en estos términos de referencia.

#### 4. CONSIDERACIONES ADMINISTRATIVAS

- El tiempo de servicio será por 18 (dieciocho) meses, computables a partir de la emisión de la orden de proceder que será enviada por la unidad de Comunicación Empresarial de YPFB TRANSPORTE S.A. de manera digital o física.
- Las empresas interesadas en participar del presente proceso deberán atender el servicio con un punto focal en la ciudad de Santa Cruz, sin embargo, pueden tener sus instalaciones en cualquier lugar del país, el alcance de ejecución de este servicio es a nivel nacional.

	<b>TÉRMINOS DE REFERENCIA</b>	
	TÍTULO: Acuerdo marco para el servicio de agencia publicitaria	

- Los costos unitarios de la propuesta económica deberán considerar todos los gastos necesarios para la producción de los materiales requeridos en la tabla de cotización. Por lo tanto, el proveedor no podrá indicar otros gastos asociados o adicionales para la ejecución de los servicios.
- El pago se hará por uso efectivo de recursos, en función a los servicios que se soliciten y se entreguen a conformidad. Para ello, el adjudicatario enviará – de manera mensual - a YPFB TRANSPORTE S.A. la solicitud de pago de servicios entregados a conformidad.

## 5. PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS

Los requerimientos planteados en los numerales en el acápite 3 “CARACTERÍSTICAS GENERAL DEL SERVICIO” deberán ser detallados en la carpeta de Propuesta técnica. En cuanto a los montos, cotizar en el Anexo Formato B1 – Planilla de Propuesta Económica. Una vez realizada la evaluación técnica, se procederá con la evaluación económica de los proponentes que cumplieron los requerimientos técnicos descritos en la Matriz de Evaluación.