

Términos de referencia (TdR) para la adquisición de servicios por debajo del umbral de la UE

CONFIDENTIAL

Fortalecimiento de la comunicación estratégica con el sector privado

**N.º de proyecto /
unidad de costos:
B-200024**

Número de licitación

0.	Contexto.....	2
1.	Tarea para la parte contratista	2
2.	Concepción	4
	Concepción técnico-metodológica	4
3.	Plan de personal	4
	Jefe o jefa de equipo	4
	Experto/a en periodismo y/o media training (experto/a clave 1).....	5
	Experto/a en comunicación estratégica y/o publicidad (experto/a clave 2)	5
	Experto/a en diseño gráfico y multimedia (experto/a clave 3).....	6
4.	Pautas para el cálculo	6
	Asignación de personal	6
	Talleres, eventos, formación inicial y perfeccionamiento	7
5.	Contribuciones del comitente o de otros actores	7
6.	Pautas relativas al formato de la oferta	7
7.	Opción.....	7
	Tipo y alcance	7
	Condiciones	8
	Pautas para el cálculo de las prestaciones opcionales	8
	Consideraciones adicionales	9

0. Contexto

La GIZ México lleva más de 40 años trabajando a nivel federal, subnacional y local para mejorar la protección de los bienes globales (biodiversidad y clima), fortaleciendo las capacidades de instituciones e individuos y construyendo alianzas multi-actor. Junto con contrapartes, socios y aliados ha obtenido resultados e impactos que han traído beneficios ambientales, económicos y sociales en las regiones de mayor importancia biológica y económica del país, como la Selva Maya, el Eje Neovolcánico, el Golfo de California y el Caribe Mexicano.

El sector privado es un actor cada vez más importante en los esquemas de cooperación de la GIZ México y sus clústeres, a través de alianzas público-privadas como iEPW Facility México, Aguas Firmes, SbN Triodos, entre otras; pero también es un público meta con unas características muy diferenciadas, y que responde a mensajes, formatos y canales de comunicación muy distintos a los de socios y aliados del sector público.

Es necesario desarrollar una estrategia de comunicación alineada a los intereses de las empresas, que respondan de manera más precisa a sus motivaciones y metas y por eso se requiere el expertise de una empresa con probada experiencia trabajando con el sector privado, desde empresas enfocadas en actividades productivas, hasta bancos y otras instituciones del sector financiero.

1. Tarea para la parte contratista

La parte contratista será responsable de la realización de las prestaciones siguientes:

- Talleres para directivos y asesores senior de la GIZ México para presentaciones tipo pitch de alto nivel para el sector privado. Estos talleres se enfocarán en:
 - Comprensión de las motivaciones, necesidades y formas de decisión del sector privado;
 - Identificación de intereses compartidos y oportunidades de colaboración;
 - Construcción de la propuesta de valor del clúster para diferentes tipos de actores privados;
 - Preparación y conducción de reuniones con empresas;
 - Técnicas de comunicación, negociación y seguimiento;
 - Storytelling y elaboración de presentaciones o pitches institucionales;
 - Ejercicios prácticos basados en casos y empresas prioritarias del clúster.

Se llevarán a cabo **hasta 5 talleres**, de 3 sesiones.

- Acompañamiento práctico posterior a los talleres para apoyar la aplicación de las herramientas adquiridas.
 - revisión y retroalimentación de presentaciones, mensajes y propuestas;
 - preparación de reuniones con empresas o instituciones financieras prioritarias;
 - simulaciones de reuniones y conversaciones con el sector privado;
 - acompañamiento a un número determinado de casos piloto seleccionados por el clúster.

Se llevarán a cabo **hasta 3 sesiones** de acompañamiento.

- Elaboración e implementación inicial de un plan de posicionamiento en medios, dirigido a audiencias del sector privado. Para esta tarea se requerirá:

- identificar medios, plataformas, eventos y espacios empresariales relevantes;
- proponer temas, vocerías y mensajes;
- preparar al personal que participará como vocero.
- privilegiar espacios que permitan llegar a empresas, instituciones financieras, inversionistas y posibles aliados estratégicos.

Se gestionarán **hasta 3 oportunidades de posicionamiento** (que podrán consistir en entrevistas, artículos, participaciones en foros, podcasts u otros formatos pertinentes).

- Desarrollo de la narrativa institucional, la propuesta de valor y los mensajes clave de la GIZ en México y sus clústeres, para su relacionamiento con el sector privado. Estos contenidos incluirán:

- mensajes clave;
- argumentos de valor y beneficios potenciales de la colaboración;
- guion o estructura para reuniones;
- presentación ejecutiva;
- correo o mensaje inicial de acercamiento;
- ficha conceptual de una posible colaboración;
- respuestas a preguntas frecuentes.

Se desarrollarán **hasta 6 paquetes de contenidos** para empresas priorizadas.

- Diseño de materiales de comunicación dirigidos al sector privado, definidos a partir de la narrativa institucional y necesidades de las audiencias prioritarias. Se dará preferencia a los siguientes formatos:

- one-pager; fichas de proyectos; infografías; factsheets.

Se elaborarán **hasta 6 materiales de comunicación ejecutivos** en cualquiera de los formatos señalados.

Durante el período de vigencia del contrato se deberán alcanzar determinados hitos, tal como se recoge en la siguiente tabla:

Hitos / pasos del proceso / prestaciones parciales	Plazo / lugar / persona responsable
Hasta 5 talleres para hacer presentaciones de alto nivel con el sector privado	Hasta marzo 2027 / CDMX
3 sesiones de seguimiento post talleres	Hasta mayo 2027 / CDMX
3 oportunidades de posicionamiento (ya sea con entrevistas en medios, foros, podcast, etc.)	Hasta mayo 2027 / CDMX
6 paquetes de contenidos para empresas priorizadas	Hasta marzo de 2027 / CDMX
6 materiales de comunicación diseñados	Hasta septiembre de 2027 / CDMX

Período de asignación: Del 15 octubre 2026 al 15 de octubre 2027.

2. Concepción

En su oferta la parte oferente deberá indicar la *manera en que* prevé alcanzar las prestaciones definidas en el capítulo 2 (“Tarea para la parte contratista”) teniendo en cuenta, si procede, otros requisitos metodológicos (concepción técnico-metodológica). Además, deberá describir cómo ha configurado la gestión del proyecto para la realización de las prestaciones.

Concepción técnico-metodológica

Estrategia (1.1): La parte oferente deberá analizar la tarea teniendo en cuenta los objetivos de las prestaciones objeto de licitación (véase el capítulo 1 “Contexto”) (1.1.1). A continuación, deberá exponer y justificar la estrategia explícita con la cual se propone realizar las prestaciones de las que es responsable (véase el capítulo 2 “Tarea para la parte contratista”) (1.1.2).

La parte oferente deberá presentar a los actores relevantes para las prestaciones de las que es responsable y describir la **cooperación (1.2)** con ellos.

La parte oferente deberá exponer y explicar su enfoque y su procedimiento para la **conducción** de las medidas con los socios del proyecto (1.3.1) y su contribución al **seguimiento de los resultados** (1.3.2).

La parte oferente deberá describir los **procesos** centrales de las prestaciones bajo su propia responsabilidad y elaborar un **plan de operaciones** o un plan de desarrollo del proyecto (1.4.1) que ilustre cómo deben realizarse las prestaciones conforme al capítulo 2 (“Tarea para la parte contratista”). En particular, deberá describir los pasos de trabajo necesarios y, si procede, tener en cuenta los hitos y las **contribuciones** de otros actores (contribuciones de los socios) conforme al capítulo 2 (“Tarea para la parte contratista”) (1.4.2).

En el apartado **Aprendizaje e innovación**, la parte oferente deberá describir su contribución a la gestión del conocimiento de la contraparte (1.5.1) y de la GIZ, así como al fomento de los efectos de ampliación en escala (1.5.2).

3. Plan de personal

La parte oferente deberá ofrecer, sobre la base de los currículos correspondientes (véase el capítulo 6), personal para los puestos aquí mencionados y descritos en cuanto al ámbito de tareas y cualificaciones.

Las cualificaciones mencionadas a continuación obedecen a los requisitos para alcanzar la máxima puntuación en la valoración técnica.

Jefe o jefa de equipo

Tareas del jefe o de la jefa de equipo

- Responsabilidad general sobre los paquetes de asesoramiento de la parte contratista (calidad y plazos)
- Coordinación y aseguramiento de la comunicación con la GIZ, las contrapartes y otras partes involucradas en el proyecto
- Conducción de personal, en particular identificación de la necesidad de misiones de corto plazo dentro de las disponibilidades presupuestarias, así como planificación y

control de las asignaciones y asesoramiento de los expertos y expertas locales e internacionales en misión de corto plazo

- Presentación de informes de manera periódica y puntual

Cualificaciones del jefe o de la jefa de equipo

- Formación (2.1.1): Título universitario (licenciatura / máster) en ciencias de la comunicación, publicidad y marketing, periodismo, sociología o carreras afines.
- Idioma (2.1.2): Nivel B2 de competencia lingüística en inglés (se valorará con el currículum).
- Experiencia profesional general (2.1.3): 10 años de experiencia en el sector de comunicación estratégica
- Experiencia profesional específica (2.1.4): 10 años de experiencia trabajando con empresas del sector privado (industria, bancos y otras instituciones de finanzas)
- Experiencia en dirección / gestión (2.1.5): 10 años de experiencia en la dirección de equipos en proyectos o como directivo o directiva en empresas.
- Experiencia regional (2.1.6): 7 años de experiencia en proyectos de la región América Latina, incluyendo México.
- Experiencia en la cooperación para el desarrollo (2.1.7): 5 años de experiencia en proyectos de cooperación para el desarrollo.

Experto/a en periodismo y/o media training (experto/a clave 1)

Tareas del experto o de la experta clave 1

- Gestionar y supervisar los entrenamientos al personal técnico para las presentaciones a empresas del sector privado.
- Gestionar entrevistas con medios.

Cualificaciones del experto o de la experta clave 1

- Formación (2.2.1): Licenciatura y/o maestría en periodismo, comunicaciones, marketing o carreras afines.
- Idioma (2.2.2): Nivel B2 de competencia lingüística en inglés (se valorará con el currículum).
- Experiencia profesional general (2.2.3): 8 años de experiencia entrenando personal ejecutivo para presentaciones para el sector privado.
- Experiencia profesional específica (2.2.4): 8 años de experiencia haciendo media training para personal ejecutivo.

Experto/a en comunicación estratégica y/o publicidad (experto/a clave 2)

Tareas del experto o de la experta clave 2

- Desarrollar contenidos (mensajes clave y propuestas de valor) para las empresas priorizadas por el clúster.

Cualificaciones del experto o de la experta clave 2

- Formación (2.3.1): Licenciatura y/o maestría en comunicaciones, publicidad y marketing, periodismo.
- Idioma (2.3.2): Nivel B2 de competencia lingüística en inglés (se valorará con el currículum).
- Experiencia profesional general (2.3.3): 5 años de experiencia desarrollando contenidos (propuestas de valor, mensajes clave, storytelling, etc.) para audiencias del sector privado
- Experiencia profesional específica (2.3.4): 5 años de experiencia trabajando en campañas de publicidad o marketing desarrollando contenidos.

Experto/a en diseño gráfico y multimedia (experto/a clave 3)

Tareas del experto o de la experta clave 3

- Desarrollar materiales de comunicación para las empresas priorizadas por el clúster, en distintos formatos (presentaciones ppt, factsheet, infografía, etc).

Cualificaciones del experto o de la experta clave 3

- Formación (2.4.1): Licenciatura y/o maestría en diseño gráfico, multimedia, arte o comunicaciones.
- Idioma (2.4.2): Nivel B2 de competencia lingüística en inglés (se valorará con el currículum).
- Experiencia profesional general (2.4.3): 5 años de experiencia desarrollando materiales gráficos y multimedia.
- Experiencia profesional específica (2.4.4): 5 años de experiencia diseñando productos de comunicación para el sector privado.

Habilidades interpersonales de los y las miembros del equipo

Más allá de sus cualificaciones técnicas, los y las miembros del equipo también deberían poseer las siguientes aptitudes:

- capacidad de trabajar en equipo.
- iniciativa propia.
- aptitudes comunicativas.
- competencia sociocultural.
- actuación eficiente orientada a socios y clientes.
- pensamiento interdisciplinario.

4. Pautas para el cálculo

Asignación de personal

Especificación de insumos

Días de honorarios	Número de expertos/as	Número de días por experto/a	Total	Comentarios
Designación de jefe/a de equipo	1	50	50	
Designación de experto/a clave 1	1	50	50	
Designación de experto/a clave 2	1	30	30	

Designación de experto/a clave 3	1	30	30	
----------------------------------	---	----	----	--

Talleres, eventos, formación inicial y perfeccionamiento

Todas las sesiones de trabajo se realizarán en oficinas de GIZ, por lo que la logística de estos no será responsabilidad del/la contratista.

5. Contribuciones del comitente o de otros actores

No está previsto que el comitente y/u otros actores ponga(n) a disposición algún tipo de prestaciones.

6. Pautas relativas al formato de la oferta

La estructura de la oferta de la parte oferente deberá corresponderse con la estructura de los TdR. En particular, la estructura detallada de la concepción (capítulo 3) debería estar organizada de acuerdo con la estructura de los criterios ponderados (no puestos a cero) en los criterios de valoración. La oferta deberá ser fácilmente legible (tamaño de fuente 11 o superior) y estar escrita en un estilo comprensible. El idioma de la oferta será el español.

La oferta al completo no podrá abarcar más de 10 páginas (excluidos los currículos). En caso de excederse uno de los números de páginas máximos establecidos, no se tendrán en cuenta para la evaluación los contenidos de las páginas que superen el límite. Tampoco se tendrán en cuenta los contenidos externos (p. ej., enlaces a páginas web).

Los currículos del personal ofrecido conforme al capítulo 4 de los TdR deberán presentarse en el formato especificado en las condiciones de solicitud. Los currículos no excederán las 4 páginas. Del CV debe desprenderse el puesto y la función asumidos por la persona propuesta en los proyectos relevantes mencionados y la duración de su actividad en dichos proyectos. Los CV también podrán estar redactados en español.

Calcule su oferta de precios exactamente sobre la base de los parámetros mencionados en el capítulo 5 "Pautas para el cálculo". En virtud del contrato no existe un derecho a agotar los días o presupuestos o realizar todos los viajes o talleres previstos. El número de días, viajes, talleres y el importe de los presupuestos se acordarán contractualmente como valor "máximo". Las pautas sobre la formación de precios están recogidas en la especificación de precios.

7. Opción

Tras la finalización de las prestaciones objeto de la licitación, existe la opción de continuar y/o ampliar elementos importantes de las tareas especificadas. En concreto:

Tipo y alcance

La parte contratista será responsable de la realización de las prestaciones opcionales siguientes:

- Talleres para directivos y asesores de los clústeres clima, gobernanza y ciudades para presentaciones tipo pitch de alto nivel para el sector privado. Estos talleres se enfocarán en:

- comprensión de las motivaciones, necesidades y formas de decisión del sector privado;
- identificación de intereses compartidos y oportunidades de colaboración;
- construcción de la propuesta de valor del clúster para diferentes tipos de actores privados;
- preparación y conducción de reuniones con empresas;
- técnicas de comunicación, negociación y seguimiento;
- storytelling y elaboración de presentaciones o pitches institucionales;
- ejercicios prácticos basados en casos y empresas prioritarias del clúster.

Se llevarán a cabo **hasta 2 talleres**, de 3 sesiones.

- Desarrollo de 1 estrategia narrativa y de productos de comunicación para fortalecer la comunicación con el sector privado financiero, para difundir el Bono de Biodiversidad de FIRA. Esta tarea implicará desarrollar:

Esta estrategia narrativa, abarcará el desarrollo del:

- propósito y características principales del bono;
- relevancia para el financiamiento de la biodiversidad;
- actividades y proyectos potencialmente financiables;
- alineación con marcos y estándares aplicables;
- actores involucrados;
- beneficios, avances y resultados disponibles.

Como parte de esta actividad se elaborarán:

- hasta 2 infografías tamaño carta;
- hasta 6 banners u otros formatos gráficos o digitales;
- hasta 4 adaptaciones para los canales y audiencias prioritarias

Se hará entrega de los archivos en formato digital y también las versiones editables.

Condiciones

El ejercicio de la opción depende de la valoración positiva de los resultados intermedios del encargo inicial. La decisión respecto a la continuación se tomará previsiblemente en el período entre diciembre 2026 y enero 2027.

El ejercicio de la opción tiene lugar sobre la base de las partidas individuales ya ofertadas, en el marco de una ampliación contractual.

Pautas para el cálculo de las prestaciones opcionales

Días de honorarios	Número de expertos/as	Número de días por experto/a	Total	Comentarios
Designación de jefe/a de equipo	1	25	25	

Designación de experto/a clave 1	1	20	20	
Designación de experto/a clave 2	1	15	15	
Designación de experto/a clave 3	1	20	20	

Pautas sobre el formato de la oferta de la opción

La oferta técnica y económica de la opción deberán ser presentadas por separado y adicional a las propuestas de la prestación principal.

Complete la especificación de precios, tanto para la prestación principal como también la pestaña para para la prestación opcional.

Dado que la tarea es por prestación de servicios profesionales los pagos se considerarán en 4 momentos:

Pago 1	Mes
1	Noviembre
2	Diciembre
3	Marzo
4	Agosto

Consideraciones adicionales

- Ningún concepto no mencionado en este documento será sujeto a cobro.
- No habrá tratamiento de datos.