



TERMINOS DE REFERENCIA (TDR) PARA LA CONTRATACION DE UNA EMPRESA PUBLICITARIA PARA DISEÑO DE UNA CAMPAÑA NACIONAL SOBRE CUIDADO OPORTUNO DE SALUD SEXUAL Y REPRODUCTIVA, LA SALUD INFANTIL Y LA SALUD DE LAS PERSONAS ADOLESCENTES

1. ANTECEDENTES -JUSTIFICACION

La salud sexual y salud reproductiva se consideran componentes fundamentales de la salud de las mujeres y de los hombres a lo largo de los diferentes ciclos de vida.

Para garantizar una salud sexual y reproductiva óptima, se requiere suministrar información, desarrollar acciones de promoción de la salud y proveer atención de salud de calidad, lo cual debe iniciar con los cuidados en las etapas de preconcepción, durante el embarazo, el parto, puerperio, así como brindar atención integral del recién nacido y durante la adolescencia.

Todos estos elementos constituyen aspectos fundamentales para la prevención de las muertes maternas, infantiles y el embarazo en personas adolescentes. En República Dominicana, la reducción de la mortalidad materna y neonatal son prioridades asumidas por el más alto nivel político en el marco de las Metas Presidenciales.

De acuerdo a reportes de la Dirección General de Epidemiología (DIGEPI), en el país la Razón de la Mortalidad Materna en 2020 era de 125.6 por cada 100,000nv, mientras que la tasa de mortalidad infantil se situó en 14.5 por 1000 nv, con una tendencia a la disminución. Entre las principales causas asociadas a la mortalidad neonatal están la prematuridad, la calidad en el control prenatal y en la atención al parto y la asfisia. Es importante resaltar que, el aumento de la lactancia materna favorece la disminución de la mortalidad infantil.

Acorde a un análisis de situación de la mortalidad materna en República Dominicana, realizado por la División de Salud materno Infantil y Adolescentes, teniendo como fuente los reportes de DIGEPI de las semanas epidemiológica del 1 al 20 de 2021, la región 0 de salud presenta el mayor porcentaje de casos de muertes maternas, con un 32.50%, seguida de las regiones V con 17.40%, la III con 13.9% y la región I con un 9.3%. Estas cuatro regiones representan el 73.1 % de las muertes ocurridas.

Asimismo, el análisis indica que el 40.6% de las muertes ocurridas, corresponden al grupo 20-29 años de edad, seguido del grupo de 30-39 años, con un 36%. Luego están el grupo de 10-19 con un 14% y el de 40-49, con un 6%. En relación al lugar de ocurrencia de la muerte, el 74% sucedieron en centros públicos de salud, mientras que un 8% correspondieron a clínicas privadas, y el 4% restante a la comunidad.

Situación que llama la atención en un país en el que alrededor del 98% de los partos son institucionalizados, por lo que, entre otros elementos, el panorama descrito se relaciona con la calidad de la atención y la humanización de los servicios de salud. Según datos de la Organización Mundial de la Salud (OMS/OPS), los problemas en la calidad de la atención en la prestación de servicios de salud afectan a las personas, a las familias y a las comunidades, y constituyen

Fuentes: Plan Nacional para Reducción del Embarazo en Adolescentes 2019-2023 PREA-RD, Alianza para Acelerar la Reducción de la Mortalidad Materna e Infantil, Análisis de situación de mortalidad materna República Dominicana Semana 1 al 20 2021, Boletín Epidemiológico (DIGEPI), <https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/51621/CD57-12-s.pdf?sequence=2&isAllowed=y>, Estrategia para Fortalecer la Respuesta del Sistema Nacional de Salud para el Abordaje de la Salud Integral de las Personas Adolescentes 2020-2030.



barreras de acceso a servicios integrales de salud, en especial para las poblaciones en situación de vulnerabilidad.

Es importante resaltar que, factores como la pobreza, la exclusión social, el uso limitado de métodos anticonceptivos y la unión temprana, son parte de los elementos que inciden en que en República Dominicana siga teniendo una de las tasas más altas de fecundidad en adolescentes de 15-19 años de América Latina de 15-19 años, siendo de 90 por 1000, según ENDESA 2013. Con respecto a la unión temprana, en el país el 12% de las mujeres de 20 a 24 años se han casado antes de los 15 años, mientras que el 36% lo ha hecho antes de los 18 años.

Otra de los problemas actuales de salud, está relacionado al Cáncer de mama, el cual representa un problema de salud pública a nivel mundial, siendo el más frecuente de los cánceres ginecológicos debido a que ocupando el 1er lugar, mostrando una incidencia de 47,8 por 100,000 personas con una mortalidad de 13,6. En nuestro país la incidencia es de 59,1 por 100,000 y la mortalidad de 26,4.

Continúa en frecuencia el cáncer de cuello uterino como el segundo cáncer ginecológico en América Latina y el Caribe con estimaciones de 72000 casos anuales, la incidencia en la región es de 24.3 casos por 100.000 mujeres, la mortalidad estimada presenta una tasa de 11.9 defunciones por 100.000 mujeres según datos estadístico de GLOBOCAN.

Con el propósito de contribuir a mejorar la situación descrita, desde el Ministerio de Salud Pública, en articulación con otras instituciones del sector salud, ha desarrollado esfuerzos relevantes creando políticas, estrategias y planes nacionales, como son la Política Nacional de Salud Sexual y Reproductiva.

De igual forma, la Alianza Nacional para la Aceleración de la Reducción de la Mortalidad Materna e Infantil, alineada a la Estrategia Nacional de Desarrollo y a la Agenda 2030 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible; la Estrategia para Fortalecer la Respuesta del Sistema Nacional de Salud para el Abordaje de la Salud Integral de las Personas Adolescentes 2020-2030, así como una serie de protocolos y guías, que servirán de sostén para el diseño de la campaña de comunicación planteada.

En este contexto, considerando la importancia de la promoción de la salud, la comunicación para la salud y el poder de los medios de comunicación tradicionales y las redes sociales para ayudar al aumento de conocimientos en las personas y para el cambio de comportamientos y conductas a favor de la salud, el Ministerio de Salud Pública, a través de la División de Salud Materno Infantil y Adolescentes, junto a la Dirección de Salud de la Población y de la Dirección de Salud de la Familia y otras dependencias del Viceministerio de Salud Colectiva, se ha decidido la realización de una campaña de comunicación en medios digitales y redes sociales, acompañado de un paquete de materiales impresos.

De igual manera, en estrecho vínculo con el Departamento de Apoyo a la Promoción y Educación en Salud (DAPES) y la Dirección General de Comunicación Estratégica, se ha planteado el diseño, implementación y evaluación de una campaña sobre Salud Sexual, Salud Reproductiva y salud infantil y adolescentes, para lo cual ha definido los presentes TDR.



2. OBJETIVO DE LA CONSULTORIA: Diseñar una campaña nacional de comunicación en medios masivos digitales/redes sociales y en medios tradicionales (prensa) sobre la importancia del cuidado oportuno de la salud sexual y reproductiva, la salud infantil y la salud de las personas adolescente.

3. OBJETIVO GENERAL DE LA CAMPAÑA

Contribuir a la promoción de la importancia del cuidado oportuno de la salud sexual y reproductiva, la salud infantil y la salud de los adolescentes a nivel nacional mediante la implementación de una campaña nacional de comunicación en medios digitales (redes sociales) y medios tradicionales (prensa escrita).

4. OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Promocionar el cuidado oportuno de la salud sexual reproductiva, salud infantil y adolescente.
2. Informar y orientar a las personas adolescentes sobre la importancia de cuidar su salud sexual, reproductiva e integral para la prevención del embarazo no planificado.
3. Instruir a las embarazadas y familiares para que aprendan a identificar las señales de alarma durante el embarazo, el parto, el puerperio y cómo actuar de manera oportuna para evitar las muertes maternas.
4. Instruir a madres, padres y familias acerca de cómo identificar las señales de alarma en recién nacidos, cómo actuar de manera oportuna para evitar las muertes infantiles.
5. Concienciar a madres, padres y familias acerca de los beneficios de la lactancia infantil para el desarrollo de niños y niñas saludables.
6. Instruir y orientar sobre los beneficios de la planificación familiar.



5. POBLACION OBJETIVO/AUDIENCIA

- Adolescentes de 10 a 18 años de edad
- Adultos en edad reproductiva (Mujeres y hombres entre 19 -49 años de edad)
- Madres, padres, familias.

6. FECHA DE DESARROLLO DE LA CAMPAÑA

La consultoría se desarrollará en un período de tres meses a partir de la firma de acuerdo, con acciones divididas en dos momentos específicos (diseño y validación).

7. PRODUCTOS ENTREGABLES

PRODUCTOS ENTREGABLE 1: Estrategia creativa, plan de trabajo, Briefing:

- 1.1 Entregada y aprobada una propuesta con el concepto creativo de la campaña, canales, estrategia, etapas para producción y validación de mensajes, línea gráfica, slogan, briefing, entre otros:
- 1.2 Plan y metodología para producción y validación de mensajes y contenido gráfico.
- 1.3 Presupuesto detallado con todos los gastos a incurrir.
- 1.4 Calendario general de actividades.

Fuentes: Plan Nacional para Reducción del Embarazo en Adolescentes 2019-2023 PREA-RD, Alianza para Acelerar la Reducción de la Mortalidad Materna e Infantil, Análisis de situación de mortalidad materna República Dominicana Semana 1 al 20 2021, Boletín Epidemiológico (DIGEPI), <https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/51621/CDS7-12-s.pdf?sequence=2&isAllowed=y>, Estrategia para Fortalecer la Respuesta del Sistema Nacional de Salud para el Abordaje de la Salud Integral de las Personas Adolescentes 2020-2030.

PAQUETE DE PRODUCTOS ENTREGABLES 2: Diseñados, validados y producidos todos los productos comunicacionales y mensajes que se acuerden para la campaña.

II.1 Mensajes elaborados y validados.

II.2 Producidos 6 videos para redes sociales de 1 minuto de duración (incluirá historias de vida).

II.3 Producidos al menos 1 mensaje y realización de perifoneo en zonas focalizadas.

II.4 Diseñados al menos 20 (4 por subtema) infografías que incluya fotografías de personas de la audiencia.

II.5 Diseñados e impresos 5 banderolas a full (tamaño 350x 110 cm) y 12 exhibidores a full color en banner (2.5x5 pulgs) (con mensajes de los diferentes subtemas).

II.6 Entregados fotografías, escaletas, y los guiones para los videos.

II.7 Entregados todos los diseños, mensajes, spots de perifoneo y videos para medios digitales/redes sociales.

II.8 Colocación en prensa escrita en tamaño de media página de mensaje alusivo a la campaña (al menos 5 colocaciones)

II.9 500 brochures tripticos tamaño 11x8.5 pulgadas, 1500 flyers en tamaño 5.5x11 pulgs, 250 camisetas, 250 gorras con mensaje a alusivo a la campaña.

El proceso de producción de estos productos, serán desarrollados y validados en estrecha colaboración con el equipo del MSP designado, para lo cual se realizarán sesiones de trabajo. Además, serán validados con las audiencias objetivo de la campaña.



TSM

8. CRONOGRAMA DE ENTREGA DE PRODUCTOS

PRODUCTO	FECHA DE ENTREGA
PRODUCTOS 1	30 días
PRODUCTOS 2	60 días

9. TABLA DE PONDERACION PARA DISEÑO CAMPAÑA NACIONAL SOBRE CUIDADO OPORTUNO DE SALUD SEXUAL Y REPRODUCTIVA, LA SALUD INFANTIL Y LA SALUD DE LAS PERSONAS ADOLESCENTES

10. PRESUPUESTO

El monto total presupuestado para esta campaña es de RD\$4,411.430.00

La realización del pago de hará de la siguiente manera:

- 20% del valor de la contratación luego de la firma.
- 80% restante luego de la entrega del informe final aprobado.

Supervisión

El proceso de producción de estos productos, serán desarrollados y validados en estrecha colaboración con el equipo del MSP designado, para lo cual se realizarán sesiones de trabajo.

Fuentes: Plan Nacional para Reducción del Embarazo en Adolescentes 2019-2023 PREA-RD, Alianza para Acelerar la Reducción de la Mortalidad Materna e Infantil, Análisis de situación de mortalidad materna República Dominicana Semana 1 al 20 2021, Boletín Epidemiológico (DIGEP), <https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/51621/CD57-12-s.pdf?sequence=2&isAllowed=y>, Estrategia para Fortalecer la Respuesta del Sistema Nacional de Salud para el Abordaje de la Salud Integral de las Personas Adolescentes 2020-2030.

10. CRITERIO DE EVALUACION

Las propuestas técnicas de los ofertantes serán evaluadas según mediante los criterios detallados a continuación, con un valor total de cien puntos (100), siendo el mínimo aceptable ochenta (80) puntos.

CONCEPTO		REQUERIMIENTO	DOCUMENTO A PRESENTAR	PUNTAJE
1	Certificación	Individual de trabajo: acreditación profesional.	Título profesional y otras certificaciones.	20
2	Experiencia	Dos trabajos similares concluidos y publicados.	Campañas diseñadas para otras instituciones/empresas.	30
3	Estructura y contenido de la propuesta técnica.	Propuesta acorde con especificaciones en los términos de referencia. Actividades con conexión lógica. Cronograma de trabajo.	Propuesta técnica para la campaña.	20
4	Criterios de calidad y responsabilidad.	Dos trabajos similares.	Productos comunicacionales de campañas producidos y publicados para otras instituciones/empresas.	30
Total				100



La campaña será diseñada desde los enfoques de Comunicación para el Cambio de Comportamiento, derechos humanos y género. Serán involucrados actores clave y poblaciones objetivo en el proceso de producción y validación de los productos comunicacionales, con el fin de maximizar su aceptación y alcance.