

## REQUEST FOR PROPOSALS

**Release Date:** January 15, 2025

**Subject:** Request for proposal for the design, production, and implementation of a communication campaign

**RFP Number:** RFP 002 Y2 2025

**Deadline for Questions:** January 21, 2025

**Offer Deadline:** January 31, 2025

Counterpart International (hereinafter "Counterpart") requests proposals from qualified national firms for the supply of the technical assistance services described in this Request for Proposals (RFP). These services are required under the USAID Transparency and Integrity Project (hereinafter "the Project").

Firms (hereinafter "Offerors" or "firm") invited by Counterpart to submit offers (hereinafter "proposals") for the services described in this RFP are under no obligation to do so. Offerors shall bear all costs associated with the preparation and submission of their proposals. In no event shall Counterpart be liable for such costs, regardless of the conduct or outcome of the solicitation.

This RFP comprises the following sections:

- I. Instructions to Offerors
- II. Technical Specifications

All correspondence and/or inquiries regarding this RFP should be requested in accordance with the enclosed Instructions to Offerors (Section I, Clause 7, Questions and Requests for Clarification).

The Instructions to offerors shall not form part of the proposal nor any resulting vendor contract. They are merely intended to aid offerors in the preparation of proposals. For the purposes of interpretation of these instructions, unless otherwise stated, the number of days stated herein shall be consecutive calendar days.

## SOLICITUD DE PROPUESTAS

**Fecha:** 15 de enero de 2025

**Asunto:** Solicitud de propuesta para diseño, producción e implementación de una campaña comunicacional

**Número de RFP:** RFP 002 Y2 2025

**Fecha límite para preguntas:** 21 enero de 2025

**Fecha límite para ofertas:** 31 de enero de 2025

Counterpart International (en adelante, "Counterpart") solicita propuestas de empresas consultoras nacionales calificadas para la prestación de servicios descritos en esta Solicitud de Propuestas (RFP). Estos servicios se requieren en el marco del Proyecto por la Transparencia e Integridad financiado por USAID (en adelante "el Proyecto").

Las empresas consultoras (en adelante "El Oferente" o la empresa consultora) invitadas por Counterpart a presentar ofertas (en adelante "propuestas") para los servicios descritos en esta RFP no tienen ninguna obligación de hacerlo. Los oferentes correrán con todos los costos asociados con la preparación y presentación de su propuesta. En ningún caso Counterpart será responsable de esos costos, independientemente de la conducta o el resultado de la solicitud.

Esta Solicitud de Propuesta incluye las siguientes secciones:

- I. Instrucciones para los oferentes.
- II. Especificaciones Técnicas.

Toda correspondencia y/o consulta con respecto a esta Solicitud de Propuestas deberá ser enviada y/o formulada de acuerdo con las Instrucciones para oferentes adjuntas (Sección I, Cláusula 7, Preguntas y Solicitudes de Aclaración).

Las Instrucciones a los oferentes no formarán parte de la propuesta ni del contrato de proveedor resultante. Únicamente tienen por objeto ayudar a los oferentes en la preparación de las propuestas. A efectos de interpretación de las presentes instrucciones, salvo que se indique lo contrario, el número de días que se indica en ellas será de días naturales consecutivos.

Proposals must be submitted in accordance with the enclosed Instructions to Offerors (Section I, Clause 8, Proposal Submission Instructions).

## **SECTION I – INSTRUCTIONS TO OFFERORS:**

### **1. Introduction**

Counterpart, through its Transparency and Integrity Project, requests proposals from qualified national firms to design and produce a communication campaign focused on sensitizing, informing, and raising awareness of integrity among public servants and users of the Alimony Registry (hereafter, “AR”), of the Unit for the Defense of the Family, Children and Adolescents of the Advocate General's Office (hereafter, “PGR”), especially in the context of the provision of administrative, judicial and extrajudicial services aimed at ensuring the payment of alimony payments and which are susceptible to potential irregular conduct such as bribery.

### **2. Eligible Source Countries for Goods and Services**

All goods and services to be supplied under any vendor contract resulting from this RFP must meet the requirements for USAID Geographical Code 937, which is defined as “any area or country including the United States, the cooperating/recipient country (in this case, El Salvador), and developing countries other than advanced developing countries<sup>1</sup>, and excluding prohibited sources.”

A bidder will be considered ineligible if it has been suspended, debarred, or determined to be ineligible as indicated on (1) the “List of Parties Excluded from Federal Non-procurement Programs” and/or (2) the “Consolidated Lists of Designated Nationals.”

La presentación de las propuestas se realizará según las Instrucciones para los Oferentes adjuntas (Sección I, cláusula 8, Instrucciones para Presentación de Ofertas).

## **SECCIÓN I – INSTRUCCIONES PARA LOS OFERENTES:**

### **1. Introducción**

Counterpart, a través del Proyecto por la Transparencia e Integridad, solicita propuestas de empresas nacionales calificadas para diseñar y producir una campaña comunicacional, enfocada en sensibilizar, informar y concientizar en materia de integridad a los servidores públicos y usuarios/as del Registro de Pensión Alimenticia (en adelante, “RPA”), de la Unidad de Defensa de La Familia, Niñez y Adolescencia de la Procuraduría General de la República (en adelante, “PGR”), especialmente en el marco de la prestación de servicios administrativos, judiciales y extrajudiciales que tienen como finalidad asegurar el pago de cuotas alimenticias y que son susceptibles de potenciales conductas irregulares como el soborno.

### **2. Países de origen elegibles para bienes y servicios**

Todos los bienes y servicios por suministrar bajo cualquier contrato resultante de esta RFP deberán cumplir los requerimientos establecidos en el Código Geográfico 937 de USAID, definido como “cualquier área o país, incluidos los Estados Unidos, el país cooperante/receptor (en este caso, El Salvador) y los países en desarrollo distintos de los países en desarrollo avanzados<sup>2</sup>, y excluyendo las fuentes prohibidas”.

Un oferente será considerado inelegible si ha sido suspendido, excluido o no es elegible, como se indica en (1) la “Lista de Entidades Excluidas de los Programas Federales de Contratos Especiales” y/o (2) las “Listas consolidadas de nacionales designados”.

<sup>1</sup> A complete list of advanced developing countries as defined by USAID can be found here: [https://pdf.usaid.gov/pdf\\_docs/PBAAE881.pdf](https://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PBAAE881.pdf)

<sup>2</sup> Puede encontrar una lista completa de países en desarrollo avanzados según la definición de USAID aquí.: [https://pdf.usaid.gov/pdf\\_docs/PBAAE881.pdf](https://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PBAAE881.pdf)

### **3. Preparation of Proposal**

Offerors are expected to examine and adhere to the specifications and all instructions contained in this RFP. Failure to do so shall be at the Offeror's own risk.

### **4. Format and Content of Proposals**

Proposals submitted in response to this RFP must contain the following three sections:

#### *1. Administrative Documentation:*

- Copy of the firm/organization's legal registration deed, including a copy of the board's registration in the Commercial Registry.
- Copy of the firm/organization's commercial registration number (NRC by its Spanish acronym).
- Copy of legal representative's ID and record of his/her appointment.
- Offeror's physical address.

#### *2. Technical Proposal:*

Offerors must present a technical proposal comprising the following sections:

- a) Summary of the offeror's firm/organization describing its institutional capabilities and past experience providing similar training and technical assistance services to those described in Section II below, particularly in areas related to social campaigns and communication for development.
- b) A firm's portfolio summarizing previous similar works as required here, including links to videos or websites.
- c) Technical proposal approach describing how the firm will implement successively the services required in Section II.
- d) Draft work plan and implementation timeline.
- e) Resumes of the Offeror's staff displaying at least three years of experience in the requested services and who will be assigned to carry out the scope of work, including a summary of each person's proposed role.

### **3. Preparación de las Ofertas**

Se espera que los oferentes verifiquen y se adhieran a las especificaciones y todas las instrucciones contenidas en esta Solicitud de Propuestas. En caso de no hacerlo, será por cuenta y riesgo de los ofertantes.

### **4. Formato y contenido de la Oferta**

Las ofertas deben contener lo establecido en las tres secciones siguientes:

#### *1. Documentación Administrativa*

- Escritura de constitución de la empresa, incluyendo copia vigente del acta de inscripción de junta directa en el Registro de Comercio.
- Copia del Número de Registro de Comercio, (NRC) del Oferente
- Copia de DUI del representante legal y registro de su nombramiento.
- Dirección del domicilio del Oferente.

#### *2. Propuesta técnica*

Los oferentes presentarán una propuesta técnica que comprenda las siguientes secciones:

- a) Resumen de la empresa/organización del oferente que describa sus capacidades institucionales y experiencia pasada brindando servicios descritos en la Sección II, particularmente en áreas relacionadas con el desarrollo de campañas sociales y comunicación para el desarrollo.
- b) Portafolio de la empresa en el que se resuman trabajos anteriores similares al requerido, con enlaces a videos o sitios web.
- c) Propuesta con el enfoque técnico detallado que describe cómo el oferente implementará exitosamente los servicios descritos en la Sección II.
- d) Borrador de plan de trabajo y calendario de ejecución.
- e) Currículos del personal del oferente, cada uno con al menos tres años experiencia demostrada en la realización del servicio requerido y que será

- f) Must submit at least three signed letters of reference from local or international entities, demonstrating similar previous work described ahead of time on the scope of work.
- g) Each letter must include the person's contact information and the entity that issues it to request more information if necessary.

asignado para llevar a cabo el alcance del trabajo, incluido un resumen del rol propuesto de cada persona en la implementación del alcance del trabajo.

- f) Indispensable al menos tres cartas de referencia firmadas por entidades, ya sea locales o internacionales, que evidencien servicios similares a los descritos en el ámbito de trabajo que figuran a continuación.
- g) Cada carta debe incluir los datos de contacto de la persona y entidad que la emite para solicitar más información si fuera necesario.

### *3. Price Quote*

Offerors must submit a price quote/cost proposal that presents all proposed costs for carrying out the scope of work described in Section II.

Offerors must prepare their price quotes in an editable Microsoft Excel document specifying the detailed cost breakdown for each deliverable and the total price of services offered in response to this RFP. Projects may provide a template on firm's request.

Offerors must indicate unit prices in USD, without and with value-added tax (VAT), in separate columns, a description of each cost, the quantity, and the total cost in USD (including VAT) of the entire proposal, which will comprise the total price. If there is any discrepancy between the unit price and the total amount, the unit price shall be considered correct, and the total amount adjusted accordingly.

The Offerors must bear all the campaign's costs, including the design, production, and implementation, as well as all the costs of its staff's transportation.

### **5. Proposal Validity Period**

Proposals must remain valid for at least ninety (90) calendar days after the offer deadline listed on the cover page of this RFP. A proposal valid for a shorter period may be rejected as non-responsive.

### *3. Cotización de precios*

Los oferentes deben presentar una cotización de costos propuestos para llevar a cabo el alcance del trabajo descrito en la Sección II.

Los oferentes deben preparar una cotización de precio en un documento editable de Microsoft Excel que especifique el desglose detallado de los costos por producto y el precio total de los servicios ofrecidos en respuesta a esta RFP. El Proyecto puede proporcionar un formato a solicitud del oferente.

Los oferentes deberán indicar el precio unitario en USD con y sin Impuesto al Valor Agregado (IVA), en columnas separadas la descripción de cada costo, la cantidad y al costo total en USD (incluyendo IVA) de la propuesta para hacer un total que comprenderá el precio total de la propuesta. Si existe alguna discrepancia entre el precio unitario y el importe total, el precio unitario se considerará correcto y el importe total se ajustará en consecuencia.

El proveedor deberá asumir todos los costos de la campaña incluyendo, diseño, producción e implementación, así como costos de traslados de su personal entre otros.

### **5. Plazo de validez de las ofertas**

Las ofertas deben indicar claramente un período de validez de un mínimo de noventa (90) días calendario después de la fecha límite de la presentación de la oferta, mencionada en la portada de esta RFP. Una

oferta por un periodo inferior será rechazada al ser considerada no conforme a requerimientos.

#### **6. Proposal Deadline and Late Proposals**

It is the Offeror's sole responsibility to ensure that its proposal is submitted on or before **January 31, 2025, at 05:00 pm El Salvador time.**

A proposal that is received after the proposal deadline may be rejected. Counterpart reserves the right to accept a late proposal if it determines it is in its best interest to do so.

#### **7. Questions and Requests for Clarifications**

Clarifications regarding the administrative or technical requirements of this RFP may be requested in writing not later than **January 21, 2025, 05:00 pm local El Salvador time** to [compras.sv1119@counterpart.org](mailto:compras.sv1119@counterpart.org) with the subject "**Inquiry for RFP 002 Y2 2025.**" Answers to all questions received will be shared with all Offerors who indicated an interest in submitting a proposal in response to this RFP.

#### **8. Proposal Submission Instructions**

Only electronic submissions will be accepted. Hand-delivered or faxed submissions will not be accepted and will be removed from consideration. Proposals must be submitted no later than **January 31, 2025, 05:00 pm local El Salvador time** to [compras.sv1119@counterpart.org](mailto:compras.sv1119@counterpart.org) with the subject "**Proposal for RFP-002 Y2 2025.**" Counterpart will confirm receipt of all proposals submitted to this email.

#### **9. Amendment to RFP**

Counterpart may, at its discretion, for any reason, whether at its own initiative or in response to a clarification by an Offeror, modify this RFP by formal amendment. All prospective Offerors who have received bidding documents and/or have indicated an interest in submitting a proposal will be notified of any amendment by e-mail, and such amendments will be final.

#### **6. Plazo de presentación y ofertas tardías**

Es responsabilidad exclusiva del ofertante asegurarse de que las ofertas sean recibidas antes o a más tardar el **31 de enero de 2025 a las 5 p.m. hora de El Salvador.**

Una propuesta que se reciba después de la fecha límite de propuesta podrá ser rechazada. Counterpart se reserva el derecho de aceptar una propuesta tardía si determina que es lo mejor para sus intereses hacerlo.

#### **7. Preguntas y solicitudes de aclaraciones**

Las aclaraciones sobre los requisitos administrativos o técnicos de esta RFP se pueden solicitar por escrito a más tardar **21 de enero de 2025, 05:00 pm, hora local de El Salvador** al correo [compras.sv1119@counterpart.org](mailto:compras.sv1119@counterpart.org) en respuesta a esta RFP, con el asunto "**Consulta para RFP 002 Y2 2025**". Las respuestas a todas las preguntas recibidas se compartirán con todos los Oferentes que hayan indicado interés en presentar una propuesta en respuesta a esta RFP.

#### **8. Instrucciones para presentación de las ofertas**

Sólo se aceptarán envíos electrónicos. No se aceptarán envíos entregados personalmente, los enviados de esta manera no se considerarán. Las propuestas deben enviarse a más tardar el **31 de enero de 2025, 05:00 pm, hora local de El Salvador** a [compras.sv1119@counterpart.org](mailto:compras.sv1119@counterpart.org) con el asunto "**Propuesta para RFP-002-Y2-2025**". Counterpart confirmará la recepción de todas las propuestas enviadas a este correo electrónico.

#### **9. Modificación a la Solicitud de Propuestas**

Counterpart podrá, a su discreción y por cualquier motivo, ya sea por iniciativa propia o en respuesta a una solicitud de aclaración de un Oferente, modificar esta RFP mediante enmienda formal. Todos los posibles Oferentes que hayan recibido los documentos de licitación y/o hayan indicado interés en presentar una propuesta serán notificados de cualquier enmienda por correo electrónico. Dichas enmiendas serán definitivas y vinculantes.

## **10. Proposal Modifications**

Any Offeror has the right to withdraw, modify, or correct its proposal after it has been delivered to Counterpart provided the request for such a withdrawal, modification, or correction, together with full details of such modification or correction, is received by Counterpart prior to the proposal deadline. Counterpart may ask any Offeror for a clarification of its proposal; nevertheless, no Offeror will be permitted to alter its total proposal price or make any other material modification after the deadline unless the RFP has been amended and/or the deadline extended. Clarifications that do not change the proposal price or other material aspects of the proposal may be accepted at the Counterpart's sole discretion.

## **11. Evaluation Criteria**

Counterpart anticipates awarding a firm-fixed-price vendor contract to that Offeror whose proposal is considered acceptable and which offers the best value based upon the evaluation criteria established in Section II, Technical Specifications, Evaluation Criteria. For a proposal to be considered acceptable, it must comply with all the terms and conditions of the RFP without material modification. A material modification is one which affects the price, quantity, quality, delivery, or installation date of the equipment or materials or which limits in any way any responsibilities, duties, or liabilities of the Offeror or any rights of Counterpart. In addition, the successful Offeror must be determined to be responsible. A responsible offeror is one who has the technical expertise, management capability, workload capacity, and financial resources to perform the work successfully. Counterpart may, at its option, reject all proposals.

## **12. Counterpart's Right to Accept Any Proposal and Reject Any and All Proposals**

Counterpart will reject any proposal that it deems nonresponsive. Furthermore, Counterpart reserves the right to waive any minor informalities in the proposals received if it appears in Counterpart's best interests to do

## **10. Modificación de Ofertas**

Cualquier oferente tendrá el derecho de retirar, modificar o corregir su oferta después de que haya sido entregada a Counterpart, siempre que la solicitud de tal retiro, modificación o corrección junto con todos los detalles de dicha modificación o corrección sea recibida por Counterpart antes de la hora establecida para la recepción de las ofertas. Counterpart podrá solicitar a cualquier oferente una aclaración de su oferta; sin embargo, a ningún Oferente se le permitirá alterar el Precio de la Oferta ni realizar alguna otra modificación importante después del vencimiento del plazo, a menos que la Solicitud de Propuestas haya sido enmendada o el plazo se haya prorrogado. Las aclaraciones que no modifiquen el Precio de la Oferta u otros aspectos importantes de la oferta podrán ser aceptadas a exclusivo criterio de Counterpart.

## **11. Criterios de Evaluación**

Counterpart anticipa otorgar el contrato de proveedor de precio fijo en firme a aquel ofertante cuya propuesta se considere aceptable y que ofrezca el mejor valor según los criterios de evaluación en la Sección II - Especificaciones Técnicas - Criterios de Evaluación. Para que una oferta se considere aceptable, debe cumplir con todos los términos y condiciones de la RFP sin modificaciones sustanciales. Una modificación material es aquella que afecta el precio, la cantidad, la calidad, la fecha de entrega, instalación del equipo, los materiales, o que limita de alguna manera las responsabilidades, deberes u obligaciones de los oferentes o cualquier derecho de Counterpart. Además, se debe determinar que el adjudicatario es responsable. Un ofertante responsable es aquel que tiene la experiencia técnica, la capacidad de gestión, la capacidad de carga de trabajo y los recursos financieros para realizar el trabajo satisfactoriamente. Counterpart puede, a su elección, rechazar todas las ofertas.

## **12. Derecho de Counterpart de aceptar cualquier oferta o de rechazar cualquiera o todas las ofertas**

Counterpart rechazará cualquier oferta que considere no conforme. Además, Counterpart se reserva el derecho de ignorar cualquier informalidad menor en

so; to reject any Offeror's proposal if, in Counterpart's judgment, the Offeror is not fully qualified to provide the services as specified in the RFP; or to reject all proposals if it appears in Counterpart's best interests to do so.

### **13. Notification of Award**

Before the proposals' validity expires, Counterpart will notify the successful Offeror in writing that its proposal has been selected for the award.

Upon the successful Offeror acknowledging receipt of the award notification, Counterpart will promptly notify each unsuccessful Offeror that their proposals were unsuccessful and not selected for award.

### **14. Acceptance of Counterpart's Privacy Policy Terms and Conditions**

By submitting a proposal to Counterpart International, the Offeror consents to Counterpart's privacy policy terms and conditions (<https://www.counterpart.org/terms-and-conditions/>) and provides Counterpart International permission to process the firm's or individual's personal data specifically for the performance of and purposes identified in this solicitation document and in compliance with Counterpart's legal obligations under applicable United States and European Union laws and data protection regulations and any other applicable legal requirements. The Offeror may withdraw its consent at any time by contacting [privacy@counterpart.org](mailto:privacy@counterpart.org). If consent is withdrawn, Counterpart reserves the right to accept or reject the Offeror's proposal.

## **SECTION II – TECHNICAL SPECIFICATIONS**

### **1. Consultancy's objective and expected outcomes**

To hire the services of a firm to design and produce a communications campaign focused on raising awareness, informing, and raising integrity awareness among public servants and users of the AR, especially in the context of

las ofertas recibidas si al hacerlo se actúa en el mejor interés del Proyecto; de rechazar la oferta de cualquier oferente si, a juicio del Proyecto, el oferente no está calificado para suministrar los servicios como se especifica en la RFP; o de rechazar todas las ofertas si al hacerlo se actúa en el mejor interés de Counterpart.

### **13. Notificación de la Adjudicación**

Previo al vencimiento del plazo de validez de las ofertas, Counterpart notificará por escrito al oferente elegido que su oferta ha sido aceptada.

Una vez el oferente elegido haya acusado de recibo la notificación de la adjudicación, Counterpart notificará sin demora a cada oferente restante que su propuesta no fue seleccionada para adjudicación.

### **14. Aceptación de la Política de Privacidad y Términos y Condiciones.**

Al enviar una oferta a Counterpart International, el individuo da su consentimiento ante los términos y condiciones de la política de privacidad de Counterpart (<https://www.counterpart.org/terms-and-conditions/>), y otorga el permiso de Counterpart International para procesar los datos personales de la persona específicamente para el desempeño y los propósitos identificados en este documento de solicitud y en cumplimiento de las obligaciones legales de Counterpart, conforme a las leyes aplicables de los Estados Unidos y la Unión Europea, protección de datos y regulaciones, y cualquier otro requisito legal aplicable. La organización, empresa / persona puede retirar su consentimiento en cualquier momento poniéndose en contacto con [privacy@counterpart.org](mailto:privacy@counterpart.org). Si se retira el consentimiento, Counterpart se reserva el derecho de aceptar o rechazar la oferta del ofertante.

## **SECCIÓN II – ESPECIFICACIONES TÉCNICAS**

### **1. Objetivo y resultado esperado de la contratación**

Contratar los servicios de una empresa para diseñar y producir una campaña comunicacional, enfocada en sensibilizar, informar y concientizar en materia de

the provision of administrative, judicial, and extrajudicial services aimed at ensuring the alimony payments and which are susceptible to potential irregular conduct such as bribery. In addition, this initiative will complement the efforts of the PGR in the adoption of an Integrity Model, promoted since 2018 and which to date is in a transition period that aims at the adoption of a Model Integrity and Anti-Bribery System (SIAS), with the support of the Project.

## **2. Methodology and Scope of Work**

**Through the consultancy it will be achieved the following specific goals:**

- a) Provide the PGR with strategic communication tools to raise awareness and promote a culture of integrity in the services provided by the RPA to users and public servants.
- b) Provide the PGR with materials, such as videos, infographics, publications, or other similar materials, ensuring the sustainability of the awareness-raising efforts initiated.
- c) Inform and rising awareness on general public about the services of the AR, such as internal processes, operation, and stages of incorporation of files into the registry, among others.
- d) Communicate the benefits of promoting integrity in the RPA in order to ensure greater public efficiency, reduce bureaucracy, and reduce risks of unethical practices and bribery.

## **3. Scope of work**

- a) Elaborate a work plan (1) and timeline that detail the consultancy's implementation, including the design of a communication campaign, its strategy, proposal, and implementation with a national scale and a length of eight months designed to sensitize, inform, and raise awareness regarding the RPA's services before the users and public servants. The work plan must include an outcome list, delivery

integridad a los servidores públicos y usuarios/as del RPA, especialmente en el marco de la prestación de servicios administrativos, judiciales y extrajudiciales que tienen como finalidad asegurar el pago de cuotas alimenticias y que son susceptibles de potenciales conductas irregulares como el soborno. Además, esta iniciativa, permitirá complementar los esfuerzos de la PGR en la adopción de un Modelo de Integridad, impulsado desde el año 2018 y que a la fecha se encuentra en un periodo de transición que apunta a la adopción de un Modelo de Sistema de Integridad y Antisoborno (SIAS), con el apoyo del Proyecto.

## **2. Objetivos específicos:**

**A través de esta consultoría, se alcanzarían los siguientes objetivos específicos:**

- a) Proporcionar a la PGR herramientas comunicacionales estratégicas que permitan sensibilizar y fomentar una cultura de integridad en los servicios prestados por el RPA frente a los usuarios/as y servidores públicos.
- b) Que la PGR disponga de materiales, tales como videos, infografías, publicaciones u otros similares, asegurando la sostenibilidad de los esfuerzos de concientización iniciados.
- c) Informar y concientizar a la ciudadanía en general sobre los servicios del RPA tales como procesos internos, funcionamiento, etapas de incorporación de los expedientes al registro, entre otros.
- d) Comunicar los beneficios de promover la integridad en el RPA con el final de garantizar mayor eficiencia pública, disminución de la burocracia y riesgos de prácticas antiéticas y de soborno.

## **3. Alcance del trabajo**

- a) Elaborar un (1) plan de trabajo y su respectivo cronograma del desarrollo de la consultoría el cual debe incluir el diseño, estrategia, propuesta e implementación de una campaña comunicacional de alcance nacional y con duración de 8 meses, orientada a sensibilizar, informar y concientizar sobre los servicios prestados por el RPA frente a los usuarios/as y servidores/as públicos. El plan de trabajo, deberá incluir un listado de productos por entregar, fecha



date, a reviewing and approving period by the Project and PGR, a budget breakdown for each outcome, and advertising on social networks.

- b) Develop a communicational strategy considering the following phases: phase #1 “sensitizes,” phase #2 “inform” and phase #3 “raising awareness. .
- c) In phase #1 five (5) videos should be designed and produced, which should not exceed 30 seconds in social media format (Facebook, Instagram and YouTube), three (3) graphic pieces in social media format (Facebook and Instagram) and one (1) PGR social media advertising plan and grid corresponding to the phase.
- d) In phase #2, five (5) videos not exceeding 30 seconds must be designed and produced in social media format (Facebook, Instagram, and YouTube), ten (10) graphic pieces in social media format (Facebook and Instagram) as well as in triptychs, flyers and roll up format, design, and proposal of one (1) plan for the PGR's social media advertising corresponding to the phase.
- e) In phase #3, one (1) RPA launch video will be produced, with a minimum duration of 1:30 minutes, and one (1) PGR social media schedule and grid plan will be created corresponding to the phase. In addition, the production of five (5) videos in social media format (Facebook, Instagram, and YouTube) must not exceed 30 seconds.
- f) design and reproduction of one thousand (1000) flyers, two thousand (2000) triptychs, two hundred (200) posters, and two (2) roll up; canvas and structure, materials in full color, of the best quality.
- g) Schedule from PGR’s social networks. The firm will not obtain access to social network passwords; thus, advertising activities will be implemented from PGR’s offices, or alternative options adopted by the parties may be applied.
- h) Three (3) reports on execution guidelines corresponding to each of the campaign phases.
- i) One (1) final report of the implemented campaign, including a summary of metrics, scope, lessons learned, and recommendations.

de entrega de cada producto incluyendo el período de revisión y aprobación por parte del Proyecto y PGR.

- b) Elaborar una estrategia comunicacional considerando las siguientes fases: fase #1 “sensibilización”, fase #2 “informativa” y fase #3 “concientización”.
- c) En la fase #1, deberán diseñarse y producirse cinco (5) vídeos, que no deberán exceder los 30 segundos en formato de redes sociales (Facebook, Instagram y YouTube), tres (3) piezas gráficas en formato de redes sociales (Facebook e Instagram) y un (1) plan de pauta y parrilla de publicidad en redes sociales de la PGR correspondiente con la fase.
- d) En la fase #2, se deberá diseñar y producir cinco (5) vídeos que no deberán exceder 30 segundos, en formato de redes sociales (Facebook, Instagram y YouTube), diez (10) piezas gráficas en formato de redes sociales (Facebook e Instagram), diseño y propuesta de un (1) plan de pauta y parrilla en redes sociales de la PGR correspondiente con la fase.
- e) En la fase #3, producción de un (1) vídeo de lanzamiento del RPA, con una duración mínima de 1:30 minutos, creación de un (1) plan de pauta y parrilla en redes sociales de la PGR correspondientes con la fase. Adicionalmente, la producción de cinco (5) vídeos en formato de redes sociales (Facebook, Instagram y YouTube) que no deberán exceder los 30 segundos.
- f) En el marco de la fase #2, el diseño y reproducción de mil (1000) flyers, dos mil (2000) trípticos, doscientos afiches (200) y dos (2) roll up; lona y estructura, impresiones en formato full color, de la mejor calidad disponible.
- g) Programar la pauta respectiva desde las redes sociales de la PGR. La empresa no obtendrá acceso a las contraseñas de las redes sociales, por lo que implementará la pauta desde las instalaciones de la PGR o utilizará otro mecanismo alternativo a convenir entre las partes.
- h) Tres (3) informes de ejecución pautas correspondientes a cada una de las fases de campaña.

- i) Un (1) informe final de la campaña implementada, incluyendo resumen de métricas, alcances, lecciones aprendidas y recomendaciones.

#### **4. Qualifications Required**

##### **Qualifications and requirements of the firm/entity**

- a) The designated firm must demonstrate broad experience of at least 5 years of work in the areas of campaign design and production, especially in social campaigns and development communication.
- b) Portfolio demonstrates specific experience in the implementation of digital marketing strategies, social media management (Facebook, YouTube, etc.), social data analysis, and digital content strategies, among others.
- c) The portfolio must also demonstrate experience of at least two years in social communication diagnostics.
- d) At least 3 years of experience in animated audiovisual production.
- e) Have developed at least five audiovisual works that are compatible with digital media and adaptable to social networks and formats such as full HD, PNG, and CMYK.
- f) Experience in the use of specialized software, such as After Effects, Premiere Pro, Illustrator, Photoshop, and others.
- g) Previous experience in consulting or contracts with governmental entities will be a plus.
- h) In addition, experience working on content related to the promotion of integrity in the public sector, as well as in the field of human rights and/or transparency, will be a plus.
- i) Capacity and availability to deploy equipment throughout the national territory for the production of audiovisual materials, using their own resources of transportation.

#### **4. Perfil requerido**

##### **Cualificaciones y requisitos de la empresa/entidad**

- a) La empresa designada deberá demostrar experiencia general de al menos 5 años de trabajo en las áreas de diseño y producción de campañas, especialmente en campañas sociales y comunicación para el desarrollo.
- b) Portafolio demostrando experiencia específica en la implementación de estrategias de marketing digital, gestión de redes sociales (Facebook, YouTube, etc.) análisis de datos sociales, estrategias de contenido digital, entre otros.
- c) El portafolio deberá también demostrar experiencia de al menos dos años en diagnósticos de comunicación social.
- d) Al menos 3 años de experiencia en producción audiovisual animada.
- e) Haber desarrollado al menos 5 trabajos audiovisuales que sean compatibles con medios de difusión digital, adaptables en redes sociales y formato tales como full HD, PNG, CMYK.
- f) Experiencia en el manejo de software especializado, como After Effects, Premiere Pro, Ilustrador, Photoshop y otros.
- g) Se valorará experiencia previa de consultorías o contratos con entidades gubernamentales.
- h) Además, se valorará experiencia de trabajos en contenidos relacionados con promoción de la integridad en el sector público, así como en materia de Derechos Humanos /o transparencia.
- i) Con capacidad y disponibilidad de desplegar equipo en todo el territorio nacional para la producción de materiales audiovisuales, usando medios propios de transporte.

## Team Composition and Description

The bidding firm will propose the ideal combination of skills and experience in the technical team proposal. However, the composition of the team must include at least one coordinator or team leader and one person in charge of the PGR's social networks, who will coordinate with the Communications Management to perform the programming from the PGR's facilities. The offeror will include resumes of the proposed personnel demonstrating the team's capacity and experience of the proposed team. The offeror will also include a description of the proposed role for each position during the assignment.

### 5. Monitoring and Reporting.

The selected offeror must maintain regular communication with the designated point of contact of the Project and the PGR to validate the activities and products delivered during the consultancy in accordance with the provisions set forth in the contractual documents. At the beginning of the work, the team will hold a meeting with the offeror to clarify questions.

### 6. Assignment length, place of performance, and other Conditions

The Project has planned for the selected offeror to deliver these products and services over **up to nine months**. The selected offeror will not be required to be physically located in Counterpart International's offices in El Salvador during the period of service but will operate independently and participate in meetings with the Project team as needed. This includes working from their own premises. The consulting firm will be responsible for all necessary logistical coordination for the implementation of the services.

The firm must comply with the PGR and Counterpart's protection and safeguarding policies and indispensable standards regarding honesty, integrity, independence, accuracy, transparency, and respect.

## Composición del equipo de trabajo y perfil

La empresa ofertante propondrá la combinación idónea de capacidades y experiencia en la propuesta del equipo técnico. No obstante, la composición del equipo deberá contemplar al menos un coordinador o líder de equipo y un responsable de pauta en las redes sociales de la PGR que coordine con la Gerencia de Comunicaciones para ejecutar la programación desde las instalaciones de la PGR. La empresa ofertante incluirá en su propuesta técnica las hojas de vida y los atestados que demuestren la capacidad y experiencia mínima de los perfiles propuestos. La empresa ofertante también incluirá el rol y las responsabilidades que desempeñará cada uno de ellos durante el servicio.

### 5. Seguimiento e informes.

El ofertante seleccionado deberá mantener una comunicación periódica con la persona designada como punto de contacto del Proyecto y la PGR para aspectos técnicos, monitoreo y validación de las actividades y productos entregados durante la contratación, de conformidad a lo establecido en los documentos contractuales. Al inicio de la consultoría se llevará a cabo una reunión de trabajo para aclarar dudas entre el ofertante seleccionado y el equipo del Proyecto.

### 6. Duración de la tarea, lugar de ejecución y otras condiciones

El Proyecto ha contemplado que la empresa seleccionada haga entrega de estos productos y servicios en **el transcurso de hasta nueve meses**. El proveedor no tendrá presencia física en las oficinas de Counterpart International en El Salvador, sino que operará de forma independiente y participará en reuniones con el Proyecto según sea necesario. Esto incluye trabajar desde sus propias instalaciones. La empresa consultora se encargará de toda la coordinación logística necesaria para la ejecución de los servicios.

La empresa deberá cumplir con las políticas de protección y salvaguardia de la PGR y el Proyecto, así como con estándares indispensables en cuanto a

honestidad, integridad, independencia, precisión, transparencia y respeto.

### 7. Expected Results / Deliverables

The selected offeror, at minimum, will be expected to deliver the following results/deliverables:

#### Deliverables:

Deliverable	Additional Instructions	Delivery Time
No. 1: Work plan and communication campaign strategy	<p>The consulting firm will design and submit one (1) work plan, including activities, which must include deliverables, the delivery date of each deliverable, the project and PGR review and approval period, a budget breakdown of deliverables, and national advertising in social networks.</p> <p>Elaborate one (1) communication strategy considering the following phases: phase #1, "sensitization," phase #2, "informative," and phase #3, "awareness."</p>	30 days after the date of contracting
No. 2: Design and proposal for phase #1 Campaign ("awareness raising"), which includes the following materials:  Design and production of five (5) videos (in Facebook, Instagram, and YouTube format).  Design and creation of three (3) graphic pieces (in Facebook and Instagram format).  Creation of the social PGR's	<p>Videos must not exceed 30 seconds and must be accompanied by the respective scripts and storyboards. In addition, the videos must include subtitles. The graphic pieces must be designed in harmony with the messages of the audiovisual production.</p> <p>The proposed advertising and programming plan must be national in scope.</p>	60 days after the contracting date

### 7. Resultados Esperados / Entregables

El ofertante seleccionado como mínimo deberá cumplir con los siguientes resultados/entregables:

#### Entregables:

Entregable	Instrucciones adicionales	Tiempo de entrega
No. 1: Plan de trabajo y estrategia de campaña comunicacional.	<p>La empresa consultora diseñará y presentará un (1) plan de trabajo con su respectivo cronograma de actividades donde detalle: productos por entregar, fecha de entrega de cada producto incluyendo el período de revisión y aprobación por parte del Proyecto y PGR, desglose de presupuesto de productos y pauta nacional en redes sociales.</p> <p>Elaborar una (1) estrategia comunicacional considerando las siguientes fases: fase #1 "sensibilización", fase #2 "informativa" y fase #3 "concientización".</p>	30 días posteriores a la fecha de contratación
No. 2: Diseño y propuesta de fase #1 de Campaña ("sensibilización") la cual incluye los siguientes materiales:  Diseño y producción de cinco (5) videos (en formato de Facebook, Instagram y YouTube)  Diseño y creación de tres (3) piezas gráficas (en formato de Facebook e Instagram)  Creación de plan de pauta y parilla de publicidad en redes sociales de la PGR	<p>Los videos no deberán exceder de 30 segundos y deberán ser acompañados de los respectivos guiones y storyboards. Además, los videos deberán incluir subtítulos. Las piezas gráficas deberán diseñarse en sintonía con los mensajes de la producción audiovisual</p> <p>La propuesta del plan de pauta y programación deberá ser con alcance nacional</p>	60 días posteriores a la fecha de contratación

media advertising plan and programming for phase #1 of the communication campaign.		
No. 3:  Design and proposal for phase #2 Campaign (“informative”), which includes the following materials:  Design and creation of five (5) videos (in Facebook, Instagram, and YouTube format).  Design and creation of ten (10) graphic pieces (in Facebook and Instagram format, triptychs, flyers, roll up).  Create an advertising plan and program advertising in the PGR’s social networks corresponding to phase #2 of the communication campaign.  Report on executing the PGR’s social media advertising plan corresponding to phase #1 of the communication campaign.	Videos must be no more than 30 seconds long and accompanied by the respective scripts and storyboards. They must also include subtitles. The graphic pieces must be designed in harmony with the messages of the audiovisual production.  The proposed advertising and programming plan must be national in scope.  The advertising execution report must include metrics such as advertising value, reach, and demographic data.	Between 60 and 120 days after the date of hire
No. 4: Design and proposal of phase #3 of the Campaign (“awareness raising”), which includes the following materials:  Creation of one (1) AR launching video.  Creation of a publicity plan and	The video must have a minimum duration of 1:30 minutes and a maximum duration to be suggested by the firm. The video must be accompanied by the respective scripts, storyboards, as well as include subtitles.	Between 60 and 120 days after the date of hire

correspondiente a la fase #1 de la campaña comunicacional		
No. 3:  Diseño y propuesta de fase #2 de Campaña (“informativa”) la cual incluye los siguientes materiales:  Diseño y creación de cinco (5) videos (en formato de Facebook, Instagram y Youtube)  Diseño y creación de diez (10) piezas gráficas (en formato Facebook e Instagram)  Creación de plan de pauta y parrilla de publicidad en redes sociales de la PGR correspondiente a la fase #2 de la campaña comunicacional  Informe de ejecución de plan de pauta y publicidad en redes sociales de la PGR correspondiente a la fase #1 de la campaña comunicacional	Los videos no deberán exceder de 30 segundos y deberán ser acompañados de los respectivos guiones y storyboards. Además, los videos deberán incluir subtítulos. Las piezas gráficas deberán diseñarse en sintonía con los mensajes de la producción audiovisual  La propuesta del plan de pauta y programación deberá ser con alcance nacional  El informe de ejecución de pauta deberá incluir métricas, valor de pauta, alcance, entre otros similares.	Entre 60 y 120 días posteriores a la fecha de contratación
No. 4: Diseño y propuesta de fase #3 de Campaña (“concientización”), la cual incluye los siguientes materiales:  Creación de un (1) video de lanzamiento del RPA  Creación de plan de pauta y parilla de publicidad en redes sociales de la PGR correspondiente a la fase #3 de la	El video debe tener una duración mínima de 1:30 minutos y una duración máxima a sugerir por la empresa. El video debe ir acompañado de los respectivos	Entre 120 a 200 días posteriores a la fecha de contratación

<p>programming of publicity in social networks of the PGR corresponding to phase #3 of the communication campaign.</p> <p>Report on the execution of the PGR's social media advertising plan corresponding to phase #2 of the communication campaign.</p> <p>Design and production of five (5) videos in Facebook, Instagram, and YouTube formats).</p> <p>Design and creation of three (3) graphic pieces (in Facebook and Instagram format).</p>	<p>The videos must not exceed 30 seconds and must be accompanied by the respective scripts and storyboards. In addition, the videos must include subtitles. The graphic pieces must be designed in harmony with the messages of the audiovisual production.</p>	
<p>No. 5: Reproduction of two thousand (2000) flyers, two thousand (2000) triptychs, two hundred (200) posters, and two (2) roll-up.</p>	<p>The firm shall design and deliver the final version of the printed materials prior to approval of the Project and PGR.</p>	<p>Between 120 to 200 days after the contracting date.</p>
<p>No. 6: Report on the execution of the PGR's social media advertising and publicity plan corresponding to phase #3 of the communication campaign.</p> <p>Final report on the execution of the communication campaign</p>	<p>The consulting firm must submit a report on the execution of the PGR's social media advertising plan.</p>	<p>Between 200 and 250 days after the contracting date.</p>

<p>campana comunicacional</p> <p>Informe de ejecución de plan de pauta y publicidad en redes sociales de la PGR correspondiente a la fase #2 de la campana comunicacional</p> <p>Diseño y producción de cinco (5) videos en formato de Facebook, Instagram y YouTube)</p> <p>Diseño y creación de tres (3) piezas gráficas (en formato de Facebook e Instagram)</p>	<p>guiones, storyboards, así como incluir subtítulos.</p> <p>Los vídeos no deberán exceder de 30 segundos y deberán ser acompañados de los respectivos guiones y storyboards. Además, los videos deberán incluir subtítulos. Las piezas gráficas deberán diseñarse en sintonía con los mensajes de la producción audiovisual.</p>	
<p>No. 5: Reproducción de mil (1000) flyers, dos mil (2000) trípticos, doscientos (200) afiches y dos (2) roll up</p>	<p>La empresa deberá diseñar y entregar los materiales impresos en su versión final, previa aprobación del Proyecto y PGR</p>	<p>Entre 120 a 200 días posteriores a la fecha de contratación</p>
<p>No. 6: Informe de ejecución de plan de pauta y publicidad en redes sociales de la PGR correspondiente a la fase #3 de la campana comunicacional</p> <p>Informe final de ejecución de campana comunicacional</p>	<p>La empresa consultora deberá presentar un reporte de ejecución del plan de pauta en las redes sociales de la PGR.</p>	<p>Entre 200 y 250 días posteriores a la fecha de contratación</p>

Note: All deliverables and their annexes will be subject to review and approval by the project team, these documents will be subject to changes prior to approval. All products must be delivered in a digital, final, and editable version. In addition, all costs incurred during the production process must be assumed by the firm and must make use of its production equipment.

The consulting firm may submit an alternate proposal for the delivery dates of the products with due justification, with the exception of the first product.

Additionally, the consulting firm must sign a confidentiality contract and abide by the PGR's privacy conditions for the management of social networks and advertising.

**8. Evaluation Criteria.**

Offerors will be assessed on their ability to respond to the specific services and tasks described above. Offerors should include information and documentation that allows the Project to adequately assess the following:

Criterion	Points
At least five years of demonstrable experience and solid past performance of the firm providing similar services to the detailed in sections two and three (reflected in years of experience, quality and timely delivery, and creativity according to the firm's portfolio)	20
Demonstrable knowledge and capability of the proposed team members for the consultancy team (demonstrated through the CVs and credentials of the proposed team members)	20
Technical offer, including preliminary implementation plan and schedule	40
Clear presentation of pricing offer, including proposal of reasonable and competitive costs within the local market	20
<b>Total:</b>	<b>100</b>

Nota: Todos los productos y sus anexos serán sujetos a revisión y aprobación del equipo responsable del Proyecto, estos documentos serán sujetos a cambios previo a ser aprobados. Todos los productos deberán ser entregados en versión digital, final y editable. Además, todos los costos que se incurran durante el proceso de producción deben ser asumidos por la empresa y deberá hacer uso de su equipo de producción.

La entidad consultora podrá presentar una propuesta alterna de fechas de entrega de los productos con la debida justificación, con excepción del primer producto.

Adicionalmente, la empresa consultora deberá firmar un contrato de confidencialidad y regirse por las condiciones de privacidad de la PGR en el manejo de las redes sociales y pauta de publicidad.

**8. Criterios de Evaluación**

Los oferentes serán evaluados en función de su capacidad para responder a los servicios específicos descritos anteriormente, así como en los anexos. Los oferentes deberán incluir información que permita al Proyecto evaluar adecuadamente lo siguiente:

Criterio	Puntos
Al menos cinco años de experiencia demostrable y sólido desempeño pasado de la empresa proporcionando servicios similares a los detallados en la sección 2 y 3 de este RFP (reflejado en años de experiencia, cartas de referencia, calidad y creatividad del trabajo desarrollado acorde al portafolio)	20
Conocimiento e idoneidad demostrables de los miembros del personal propuesto para el equipo de la consultoría (demostrados a través de los CV y atestados de los miembros del equipo propuesto)	20
Propuesta técnica, clara, detallada, viable y que de respuesta al requerimiento, incluyendo cronograma preliminar de actividades que se adapte al tiempo establecido de ejecución.	40

Presentación clara de la oferta económica, incluyendo propuesta de costos razonables y competitivos dentro del mercado local.	20
<b>Total:</b>	<b>100</b>

Note: All deliverables and their annexes will be reviewed and approved by the project team. These documents will be subject to changes prior to approval. All products must be delivered in a digital, final, and editable version. In addition, the firm must assume all costs incurred during the production process and use its production equipment.

The consulting firm may submit an alternate proposal for the delivery dates of the products with due justification, with the exception of the first product. Additionally, the consulting firm must sign a confidentiality contract and abide by the PGR's privacy conditions for the management of social networks and advertising.

The proposal will be evaluated in accordance with the criteria established above and will be applied at the discretion of the Project to ensure the bid represents the best value. The minimum number of points required to be considered is **70 points**. The winning bidder will be the one who obtains the highest score.

Nota: Todos los productos y sus anexos serán sujetos a revisión y aprobación del equipo responsable del Proyecto, estos documentos serán sujetos a cambios previo a ser aprobados. Todos los productos deberán ser entregados en versión digital, final y editable. Además, todos los costos que se incurran durante el proceso de producción deben ser asumidos por la empresa y deberá hacer uso de su equipo de producción.

La entidad consultora podrá presentar una propuesta alterna de fechas de entrega de los productos con la debida justificación, con excepción del primer producto. Adicionalmente, la empresa consultora deberá firmar un contrato de confidencialidad y regirse por las condiciones de privacidad de la PGR en el manejo de las redes sociales y pauta de publicidad.

La propuesta será evaluada de conformidad con los criterios establecidos anteriormente y se aplicarán a discreción del Proyecto para asegurar que la oferta representa el mejor valor para el Proyecto. El mínimo de puntos requeridos para poder ser considerada es de **70 puntos**. El oferente ganador o ganadora será quien obtenga el mayor puntaje.



## **Attachment A Offer Cover Letter/ Anexo A: Carta de presentación de oferta**

The following cover letter must be placed on letterhead and completed/signed/stamped by a representative authorized to sign on behalf of the offeror:

La siguiente carta de presentación debe colocarse en papel membretado y debe ser completada / firmada / sellada por un representante autorizado para firmar en nombre del oferente:

To: Proyecto por la Transparencia e Integridad de USAID  
Calle La Reforma y Avenida Las Palmas No. 187, Colonia San Benito, San Salvador.

Reference: RFP No. 002 Y2 2025

To Whom It May Concern: / A quien corresponda:

We, the undersigned, hereby provide the attached offer to perform all work required to complete the activities and requirements as described in the above-referenced RFP. Please find our offer attached. / Nosotros, los abajo firmantes, por la presente proporcionamos la oferta adjunta para realizar todo el trabajo requerido para completar las actividades y requisitos como se describe en la RFP antes mencionada. Encuentre nuestra oferta adjunta.

We hereby acknowledge and agree to all terms, conditions, special provisions, and instructions included in the above-referenced RFP. We further certify that the below-named firm—as well as the firm’s principal officers and all commodities and services offered in response to this RFP—are eligible to participate in this procurement under the terms of this solicitation and under USAID regulations. / Por la presente reconocemos y aceptamos todos los términos, condiciones, disposiciones especiales e instrucciones incluidas en la solicitud de cotización mencionada anteriormente. Además, certificamos que la firma mencionada a continuación, así como los funcionarios principales de la firma y todos los productos y servicios ofrecidos en respuesta a esta RFP, son elegibles para participar en esta adquisición según los términos de esta solicitud y las regulaciones de USAID.

Furthermore, we hereby certify that to the best of our knowledge and belief: / Además, por la presente certificamos que, según nuestro leal saber y entender:

- We have no close, familial, or financial relationships with any Counterpart Transparency and Integrity Project staff members; / No tenemos relaciones cercanas, familiares o financieras con ningún miembro del personal del Proyecto por la Transparencia e Integridad.
- We have no close, familial, or financial relationships with any other offerors submitting proposals in response to the above-referenced RFP; and / No tenemos relaciones cercanas, familiares o financieras con ningún otro oferente que presente propuestas en respuesta a la solicitud de cotización mencionada anteriormente; y
- The prices in our offer have been arrived at independently, without any consultation, communication, or agreement with any other offeror or competitor for the purpose of restricting competition. / Los precios de nuestra oferta se han establecido de forma independiente, sin ninguna consulta, comunicación o acuerdo con ningún otro oferente o competidor con el fin de restringir la competencia.
- All information in our proposal and all supporting documentation is authentic and accurate. / Toda la información de nuestra propuesta y toda la documentación de respaldo es auténtica y precisa.
- We understand and agree to Counterpart’ prohibitions against fraud, bribery, and kickbacks. / Comprendemos y aceptamos las prohibiciones de Counterpart contra el fraude, el soborno y las comisiones ilegales.

We hereby certify that the enclosed representations, certifications, and other statements are accurate, current, and complete. / Por la presente certificamos que las representaciones, certificaciones y otras declaraciones adjuntas son precisas, actuales y completas.

Authorized Signature / Firma autorizada: \_\_\_\_\_

Name and Title of Signatory / Nombre y cargo de quien firma: \_\_\_\_\_

Date/Fecha: \_\_\_\_\_

Company Name/Razón social: \_\_\_\_\_

Name of the legal representative / Nombre del Representante Legal:

Company Address / Dirección de la empresa: \_

Name of Bank with account in the name of the company to receive bank transfers / Nombre de Banco con cuenta a nombre de la empresa para recibir transferencias bancarias, include account number / incluir numero de cuenta.

Company Telephone and Website / Telefono de contacto y Sitio web:  
\_\_\_\_\_