

## TÉRMINOS DE REFERENCIA

**TITULO:** Consultoría para apoyar la generación de evidencia que contribuya en mejorar los entornos escolares saludables para los niños, niñas y adolescentes en Panamá, conforme a la normativa vigente.

### 1. Contexto

El Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, UNICEF, tiene como mandato colaborar con los gobiernos y organismos de la sociedad civil para que los derechos de los niños, niñas y adolescentes que viven en el país, sean respetados, protegidos y realizados, tal como lo establece la Convención sobre los Derechos de los Niños (CDN), que fue ratificada por Panamá en 1990. Para llevar adelante esta colaboración, UNICEF y el Gobierno de Panamá suscribieron un Programa de Cooperación 2021-2025, cuyo propósito es “garantizar el ejercicio de los derechos de la niñez y la adolescencia mediante el fortalecimiento de políticas públicas que contribuyan, a su vez, a avanzar en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en Panamá”.

En Panamá, la cooperación de UNICEF se enfoca en apoyar al Estado en procesos de fortalecimiento institucional para una gestión eficaz de políticas públicas que garanticen servicios y atenciones a la niñez y la adolescencia con una perspectiva de equidad y enfoque de género. El Programa de Cooperación 2021-25 aspira a lograr resultados a favor de niños, niñas y adolescentes en tres áreas claves: 1) Desarrollo de la Primera Infancia, Salud y nutrición 2) Educación, 3) Protección de la Niñez y la Adolescencia contra todo tipo de violencia. En términos de Desarrollo de la Primera Infancia (resultado 1), se espera que para el 2025, los niños y niñas entre 0 y 8 años en Panamá, en particular aquellos en condiciones de mayor desventaja, reciban atención de calidad para su desarrollo físico, cognitivo y socioemocional.

Si bien Panamá cuenta con normativas y regulaciones sobre aspectos relacionados con la nutrición en los entornos educativos, tales como la Ley 75 de 15 de noviembre de 2017 y la Resolución del Ministerio de Salud 049 de 30 de enero 2018, la prevalencia de sobrepeso y obesidad en la niñez y la adolescencia siguen siendo alarmantes: 37% de los niños y niñas de 5 a 9 años y un 36% de los adolescentes de 10 a 14 años tienen exceso de peso (ENSPA 2019). Se trata, por tanto, de un problema de salud pública, ya que la obesidad infantil está estrechamente relacionada con las enfermedades no transmisibles (ENT).

El entorno alimentario escolar desempeña un papel esencial en los patrones dietéticos de la niñez. Los estudios han demostrado que la variedad y calidad de los alimentos disponibles en las escuelas y sus alrededores pueden influir en los resultados de salud y nutrición de esta población. Para poder avanzar en la reducción de la obesidad y sobrepeso infantil en Panamá, se requiere la generación de evidencia que contribuyan a los esfuerzos de abogacía y a la toma de decisiones para la adopción de entornos protectores (físicos y virtuales) y regulaciones efectivas para acceder a alimentos saludables desde la infancia, a la vez que se generan hábitos alimentarios que contribuyan al bienestar y desarrollo integral en todas las etapas de la vida.

En este contexto, UNICEF viene acompañando al Estado panameño para el impulso e implementación del Plan Acelerado para Detener el Sobrepeso y la Obesidad con énfasis en la niñez y la adolescencia; incluyendo el mejoramiento de los entornos alimentarios saludables. Por tal razón, desde UNICEF busca

contratar un(a) empresa para realizar un estudio y generar evidencia sobre la situación de los entornos alimentarios escolares y ofrecer recomendaciones que contribuyan a que estos entornos sean más saludables

## **2. Objetivo General**

Brindar apoyo técnico para revisar y generar evidencia que incida en la toma de decisiones y actualización de marcos normativas relacionados con la presencia de productos obesogénicos en los ambientes escolares en Panamá.

### **2.1 Objetivos específicos**

1. Analizar la legislación nacional vs la internacional y los avances en Panamá con relación a la regulación el suministro, la promoción y la publicidad de alimentos y bebidas no saludables en los ambientes escolares y su grado de cumplimiento.
2. Caracterizar y dimensionar el nivel de exposición del marketing de alimentos y bebidas no saludables en niños, niñas y adolescentes dentro de los entornos educativos en Panamá de ámbitos rural/urbano/comarcal e incluyendo los servicios de primera infancia – CAIPI y de preescolar hasta la media) en escuelas públicas y privadas.
3. Identificar y caracterizar las prácticas de marketing digital que están utilizando las principales empresas de alimentos y bebidas no saludables para dirigirse a NNyA, para evaluar su nivel de exposición y el poder de dichas prácticas; con la finalidad de generar recomendaciones de política pública para regular este tipo de publicidad. Tener en consideración los sitios de compra de alimentos, publicidad exterior, canales tradicionales (televisión, radio, periódicos) y canales digitales (sitios web, aplicaciones y redes sociales), según: tipo de producto comestible, contenido comunicacional, tiempo de exposición y medio de difusión).
3. Identificar las prácticas sobre el consumo de los principales alimentos y bebidas no saludables disponibles en los distintos entornos educativos en Panama y su relación con el mercadeo y la publicidad.
4. Realizar recomendaciones operativas que permitan orientar la toma de decisiones relacionadas con la actualización de marcos normativos y diseño de estrategias que incidan en la disminución a la exposición de estos productos en los ambientes escolares y según el marketing digital utilizado en Panamá.

### **3. Resultados esperados**

Para alcanzar los objetivos de la consultoría se requiere la realización de las siguientes actividades

1. Elaborar un plan de trabajo para el logro de los productos, en donde se cuente con un cronograma de actividades para cada uno de los productos a entregar. Este plan de trabajo deberá ser socializado y



validado en conjunto con el equipo de UNICEF (Oficial de Primera Infancia, Oficial de Nutrición y MINSA Departamento de salud nutricional).

2. Participar en las reuniones presenciales y virtuales con el equipo de UNICEF y las contrapartes de gobierno o instituciones con las que se estarán coordinando la consultoría. Para lo anterior, deberá llevar la lista de asistencia y tomar notas de los acuerdos que deberá compartir con el grupo de trabajo.

3. Realizar una revisión de la evidencia internacional y nacional sobre alimentación en entornos escolares con énfasis a regular el suministro, la promoción y la publicidad de alimentos y bebidas no saludables en los ambientes escolares y su grado de cumplimiento, para identificar que condiciona la selección y preferencias alimentarias y que elementos facilitan el consumo de alimentos no saludables. Presentar un resumen ejecutivo de no más de 2 páginas con los principales resultados.

4. Identificar las estrategias de comunicación y marketing tradicional de las principales marcas comerciales de productos ultraprocesados y con nutrientes críticos orientados a la niñez utilizadas en los entornos escolares de Panamá, el tipo de productos promocionados, los grupos de edad target (diana) para las campañas y la participación o vinculación de los administradores de los kioscos escolares.

5. Desarrollo y validación de la metodología a utilizar para el levantamiento de la información cualitativa y cuantitativa en los entornos educativos (escuelas y servicios de primera infancia). La metodología deberá asegurar la desagregación de la información de escuelas en áreas urbano, rural o comarcal y por tipologías de escuela (CAIPI, primaria, secundaria) y deberá cumplir con los criterios éticos y de manejo de la información de UNICEF. En el marco del estudio, se propone realizar una consulta con adolescentes a través de la [plataforma UReport](#).

En colaboración con la oficina, la empresa deberá ofrecer asesoría sobre las preguntas a realizar en dicha consulta, analizar los resultados e incluir dicho análisis en el informe final.

**Nota:** U-Report es la comunidad digital de UNICEF para jóvenes, por jóvenes, donde pueden alzar su voz y compartir opiniones sobre temas que les importan. A través de u-report, UNICEF puede consultar a los adolescentes y/o jóvenes sobre los temas que les afectan.

6. Recoger información en una muestra de centros educativos que permita:

A) Caracterizar y dimensionar la exposición de la niñez y la adolescencia al marketing de productos alimenticios y bebidas no saludables dentro de las escuelas y CAIPIs de entornos rural/urbano/comarcal.

B) Caracterizar el tipo de productos alimenticios disponibles y a los que están expuestos los niños, niñas y adolescentes en los ambientes escolares, a través de la venta u oferta en los kioscos escolares. Para lo anterior, deberá tenerse en cuenta la clasificación de productos de la Resolución 049 de 2018.

C) Conocer la percepción y/o conocimiento de los niños, niñas y adolescentes, los docentes, el personal administrativo y los padres de familia sobre la exposición a productos alimentarios no saludables en entornos escolares.

7. Identificar y caracterizar las prácticas de marketing digital que están utilizando las principales empresas de alimentos y bebidas no saludables para dirigirse a NNyA, evaluando su nivel de exposición y el poder de dichas prácticas, para lo cual deberá utilizar el marco metodológico **CLICK** (por sus siglas en inglés)<sup>1</sup> propuesto por la Oficina Regional Europea de la OMS para monitorear el marketing digital de productos no saludables dirigidos a niñas, niños y adolescentes.

7.1. Mapear las practicas digitales dirigidas de NNyA. Identificando: i) los 10 medios digitales que más utilizan los NNyA a nivel local (segmentando por edades, idealmente de 5 a 8, de 9 a 12, de 13 a 15 y de 16 a 18 años) y ii) Cual de esos medios digitales contiene publicidades.

7.2. Analizar que marcas de productos alimenticios y bebidas altos en nutrientes críticos más probablemente apelen a NNyA. Esto requiere analizar datos de ventas, marketing y otros a nivel local (chequear con grupo de expertos).

7.3 Identificar y tipificar el tipo de productos alimenticios a los que son expuestos los niños, niñas y adolescentes en los ambientes escolares de Panamá.

8. Presentar un informe final con:

- i) Resumen ejecutivo (no más de 1000 palabras) que debe incluir objetivos, alcance, metodología, resultados y conclusiones;
- ii) Descripción de la metodología (desagregada para los objetivos planteados)
- iii) Resultados con el desagregado según los objetivos planteados (hallazgos de la exposición al marketing de niños y niñas en entornos escolares, de la oferta y/o disponibilidad de productos en los kioscos escolares; de la exposición del marketing digital) ;
- iv) Recomendaciones en términos normativos, operativos, administrativos, técnicos, comunicacionales y de cambio de normas sociales, de involucramiento de niños, niñas y adolescentes, de política pública en torno a la regulación del marketing de alimentos ultraprocesados o altos en grasas, azúcares, sodio y calorías.

v) Conclusiones y discusión.

---

<sup>1</sup> <http://www.euro.who.int/en/health-topics/disease-prevention/nutrition/publications/2019/monitoring-and-restricting-digital-marketing-of-unhealthy-products-to-children-and-adolescents-2019>  
[Monitoring and restricting digital marketing of unhealthy products to children and adolescents: report based on the expert meeting on monitoring of digital marketing of unhealthy products to children and adolescents: Moscow, Russian Federation, June 2018 \(who.int\)](#)

9. A partir de la toda la información recabada y los análisis realizados, presentar recomendaciones de política pública que permitan orientar la toma de decisiones relacionadas con la actualización de marcos normativos y diseño de estrategias que incidan en la disminución a la exposición de estos productos en los ambientes escolares en Panamá, así como de la regulación del marketing digital.

10. Preparar las presentaciones e informes para socializar la estrategia al equipo MINSA, MEDUCA y demás actores involucrados.

11. Realizar los ajustes solicitados o sugeridos posterior a la presentación y validación de los productos.

Nota: Para el desarrollo del proyecto, se conformará un comité técnico con la participación de UNICEF, MINSA y MEDUCA.

#### 4. Entregables

Producto	Fecha de entrega
<b>Producto # 1</b> Plan de trabajo y metodología para el levantamiento de información y logro de los objetivos, socializada y validada en conjunto con el comité técnico del proyecto.	A los 21 días de haber iniciado la consultoría
<b>Producto #2</b> Informe de ejecución del avance del proyecto, que incluye: i) Levantamiento de información cualitativa y cuantitativa para exposición de marketing de alimentos y oferta de productos en kioscos escolares). Resumen ejecutivo de no más de 2 páginas con los principales resultados de la revisión documental y ii) Resultados del mapeo de las practicas digitales dirigidas a NNyA.	4 meses después de iniciada la consultoría
<b>Producto #3</b> Informe con: i) los hallazgos y la caracterización de la exposición al marketing de productos alimenticios y bebidas no saludables dentro de las escuelas y CAIPs de entornos rural/urbano/comarcal conforme a la metodología validada, así como de la oferta de productos en los kioscos escolares, las recomendaciones y un resumen ejecutivo y ii) El análisis de las marcas de productos alimenticios y bebidas altos en nutrientes críticos según el marketing digital.	6 meses después de iniciada la consultoría
<b>Producto #4</b> <b>Informe final que incluya:</b> i)Resumen ejecutivo (no más de 1000 palabras) que debe incluir objetivos, alcance, metodología, resultados y conclusiones; ii) Descripción de la metodología (desagregada para los objetivos planteados) iii) Resultados con el desagregado según los objetivos planteados (hallazgos de la exposición al marketing de niños y niñas en entornos escolares, de la oferta y/o	8 meses después de iniciada la consultoría

<p>disponibilidad de productos en los kioscos escolares; de la exposición del marketing digital);</p> <p>iv) Recomendaciones en términos normativos, operativos, administrativos, técnicos, comunicacionales y de cambio de normas sociales, de involucramiento de niños, niñas y adolescentes, de política pública en torno a la regulación del marketing de alimentos ultra procesados o altos en grasas, azúcares, sodio y calorías.</p> <p>v) Conclusiones y discusión</p> <p>Esta versión deberá incluir todas las recomendaciones y los comentarios del equipo de trabajo a todos los productos entregados durante la consultoría.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar la socialización de los resultados a los equipos de gobierno.</li> <li>• Realizar los ajustes solicitados o sugeridos posterior a la presentación y validación de los productos.</li> <li>• Presentación (Power Point, CANVAS,etc) con los resultados de la consultoría y las principales recomendaciones.</li> <li>• Carpeta compartida con los documentos finales, listas de asistencia, registro fotográfico, metodología, etc.</li> </ul>	
--	--

## 5. Ubicación y duración del contrato

Ubicación: Panamá, con recolección de datos en comarcas y provincias.

**Período de inicio: agosto 2024**

**Período de acabado previsto o duración: 8 meses**

## 6. Perfil requerido

Se requieren los servicios de una empresa, institución y/o centro de investigación especializado con experiencia en estudios cuantitativos y cualitativos con énfasis en: marketing con enfoque social, mapeo de entornos digitales, ejecución y análisis de datos. La empresa, institución y/o centro de investigación especializada deberá tener garantizada presencia física en Panamá al momento de la ejecución de la consultoría.

La empresa, institución y/o centro de investigación especializada debe acreditar:

- Equipo multidisciplinario y multicultural el cual deberá estar conformado por mínimo 3 profesionales que deberán cumplir con el perfil que se detalla en la tabla 2. **Criterio de evaluación del Perfil.**
- La acreditación de la experiencia y perfil del equipo deberá documentarse y será calificada según los criterios de la tabla 2. **Criterio de evaluación del Perfil.**
- Experiencia de trabajo con instituciones del gobierno y agencias del Sistema de Naciones Unidas, especialmente UNICEF, será considerado.

## 6.1 Evaluación del Perfil

Cargo en el Equipo	Calificaciones Académicas	Experiencia General	Experiencia Específica
Líder o coordinador/a del equipo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nivel Maestría Doctorado en Salud Pública, Ciencias Sociales, Psicología, Marketing social, Tecnología</li> <li>(con enfoque en salud)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Investigador/a con experiencia (mínimo 5 años); liberando estudios de: cambio de comportamiento y marketing social; marketing digital; publicidad dirigida a niños; ecosistema digital; etc.</li> <li>Experiencia en metodologías de análisis cuantitativo y cualitativo.</li> <li>Experiencia en metodologías para NNA.</li> <li>Experiencia en el manejo de estudios con un enfoque de multicultural.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencia trabajando con la población objetivo y en temas de marketing social o marketing digital (con enfoque en salud).</li> <li>Deseable: Experiencia en mapeo de ecosistema digital y conocimiento de la metodología <b>Click</b> para monitoreo del marketing digital (u otras similares avaladas internacionalmente)</li> <li>Deseable: experiencia trabajando con agencias de Naciones Unidas (en especial UNICEF).</li> </ul>
Equipo de apoyo multidisciplinario (mínimo 2 integrantes del equipo)	Licenciatura en Ciencias Sociales, Psicología, Salud Pública, Nutrición, Marketing, Tecnología (con enfoque en publicidad y marketing a nivel de salud pública.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencia en desarrollo e implementación.</li> <li>Mínimo 4 años de estudios.</li> <li>Habilidades técnicas en el diseño, captura de respuestas, procesamiento y análisis de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conocimiento de la normatividad panameña en torno a temas de salud, nutrición, publicidad y marketing a nivel de salud pública.</li> <li>Experiencia en mapeo de ecosistema digital</li> <li>Experiencia brindando apoyo técnico a estudios de salud y</li> </ul>

		<p>resultados de encuestas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencia en trabajo de campo y aplicación de instrumentos.</li> <li>Cambio de conducta y marketing con enfoque social; mapeo de entornos digitales, etc.</li> </ul>	<p>marketing digital; marketing social; entornos digitales.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Conocimiento del contexto de salud del país, marcos regulatorios y cultural de Panamá</li> <li>Deseable que la conformación del equipo sea multidisciplinario y multicultural</li> </ul>
--	--	---	---

Las empresas deben presentar una **propuesta técnica** que incluya:

ELEMENTO	PUNTOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>Perfiles del equipo multidisciplinario e intercultural que incluya: <b>Calificaciones Académicas, experiencia general y específicas</b> del Investigador/a líder y el equipo de apoyo. (Tabla 2. Criterio de evaluación del Perfil).</li> </ul>	30
<ul style="list-style-type: none"> <li>Plan de trabajo que incluya el cronograma de actividades planeados en los presentes TdR</li> </ul>	25
<ul style="list-style-type: none"> <li>Metodología para el logro de los objetivos (ver TdR e incluir el método a utilizar para el trabajo en escuelas y el uso de la metodología <b>CLIK</b>). La metodología, deberá contemplar cómo realizará el trabajo, con quiénes, qué herramientas se utilizarán para el procesamiento o análisis de datos, cómo se hará la muestra o cual es la propuesta de muestra para el levantamiento de información. Para el uso de la metodología Click (explicado en la sección de lineamientos de la propuesta metodológica pag.9 de este documento)</li> </ul>	25

Por separado, la empresa debe someter una **propuesta económica** que incluya:

- Costo por entregable (Tabla 1)
- Los costos deben incluir pasajes y viáticos requeridos para la recolección de datos en campo.

Para la evaluación de las propuestas se asignará un puntaje del 80% a la propuesta técnica y 20% a la propuesta económica. Las propuestas técnicas deberán alcanzar un puntaje mínimo de 56 para ser consideradas aptas técnicamente. Aquellas que no reciban el puntaje mínimo no serán tomadas en consideración.





Propuesta técnica* (propuesta metodológica + perfil del equipo)		Propuesta económica
Propuesta metodológica de acuerdo con los elementos descritos en estos TdR + Plan de trabajo. (50%)	Perfil del equipo a evaluar de acuerdo con los lineamientos descritos en estos TdR (30%)	Propuesta económica (20%)

## 7. Condición jurídica de las partes

El contratista tendrá la condición jurídica de contratista independiente con respecto a UNICEF. Ni el personal ni los subcontratistas del contratista serán considerados en ningún sentido empleados o agentes de UNICEF.

## 8. Supervisión del servicio

*Yohana Amaya Pinzón*

**Yohana Amaya Pinzón**  
Oficial de ECD

*Verónica Hidalgo Villanueva*

**Verónica Hidalgo**  
Oficial de Nutrición

La empresa contratada deberá realizar el trabajo en Panamá y mantener constante comunicación y trabajo directo con el designado desde UNICEF (oficial de ECD y con el apoyo de la oficial de Nutrición), así como los puntos focales del proyecto. En caso de realizar sesiones virtuales, deberá garantizar la conectividad y las condiciones tecnológicas que faciliten la comunicación.

## 9. Criterios de evaluación de propuestas

Las empresas deben presentar una propuesta técnica que incluya:

ELEMENTO	PUNTOS
1. Certificaciones de trabajos realizados por la empresa, que acrediten la experiencia relacionada con el objeto de la consultoría	20
2. Plan de trabajo y cronograma tentativo para alcanzar los objetivos de la consultoría	10
3. Metodología para el logro de los objetivos (ver TdR e incluir el método a utilizar para el trabajo en escuelas y el uso de la metodología CLIK)	25
4. Hojas de vida actualizadas del equipo de gestión del proyecto, incluyendo los roles dentro del equipo	25

Lineamientos para la propuesta metodológica y el uso de la metodología **CLIK**)

Se sugiere el uso de la metodología CLIK (<http://www.euro.who.int/en/health-topics/disease-prevention/nutrition/publications/2019/monitoring-and-restricting-digital-marketing-of-unhealthy-products-to-children-and-adolescents-2019>) para el monitoreo del marketing digital de productos malsanos dirigidos a niñas, niños y adolescentes. Se puede integrar otras metodologías avaladas internacionalmente en este ámbito.

El estudio tendrá que seguir los estándares éticos de UNICEF para la investigación, evaluación y recolección de datos y análisis disponible, así como las Normas y Estándares UNEG y seguir lineamientos del Sistema Global de Reportes de UNICEF conocido como GEROS, cuya información está disponible en [https://www.unicef.org/evaluation/files/GEROS\\_Methodology\\_v7.pdf](https://www.unicef.org/evaluation/files/GEROS_Methodology_v7.pdf)

Asimismo debe seguir los lineamientos establecidos en las Directrices éticas de UNICEF para la información sobre la infancia disponible en: [https://www.unicef.org/mexico/spanish/mx\\_directrices\\_eticas\\_unicef\\_para\\_informar\\_sobre\\_infancia.pdf](https://www.unicef.org/mexico/spanish/mx_directrices_eticas_unicef_para_informar_sobre_infancia.pdf) y las notas técnicas de evaluación “Children Participating in Research, Monitoring And Evaluation (M&E) — Ethics and Your Responsibilities as a Manager” disponibles en el siguiente link: [https://www.unicef.org/evaluation/files/TechNote1\\_Ethics.pdf](https://www.unicef.org/evaluation/files/TechNote1_Ethics.pdf).

Por otro lado, los integrantes del equipo consultor deben seguir El Código de Conducta de los Proveedores de las Naciones Unidas disponible en: [https://www.un.org/Depts/ptd/sites/www.un.org.Depts.ptd/files/files/attachment/page/pdf/unsc/cond\\_uct\\_english.pdf](https://www.un.org/Depts/ptd/sites/www.un.org.Depts.ptd/files/files/attachment/page/pdf/unsc/cond_uct_english.pdf)

De acuerdo con lo establecido en el El Código de Conducta de los Proveedores de las Naciones Unidas, se espera que el equipo consultor revele a la Organización de las Naciones Unidas (ONU) cualquier situación que pueda parecer como conflicto de interés y divulgar a la ONU si algún funcionario o profesional de la ONU contratado por la ONU puede tener algún tipo de interés en el negocio del proveedor o en cualquier tipo de vínculo económico con el proveedor.

Por separado, la empresa debe someter una **propuesta económica** que incluya:

- **Costo por entregable.**
- **Los costos deben incluir pasajes y viáticos requeridos para la recolección de datos en campo.**

Para la evaluación de las propuestas se asignará un puntaje del 80% a la propuesta técnica y 20% a la propuesta económica.

## 10. FORMA DE PAGO

Pagos de acuerdo con la validación de productos y conformidad por parte del supervisor de consultoría. Payments will be made upon delivery of the requested service; provided they have UNICEF approval. Payments against service delivery and to the satisfaction of the supervisor of UNICEF Panama. In order to receive the payment, the original invoice must be delivered in accordance with the current regulations of Panama or the country where the document is issued. Payments will be credited to the provider's account after the invoice has been delivered to UNICEF Panama, in accordance with the general terms and conditions of UNICEF payment. Payment to the supplier in



accordance with the contract will be subject to the full and complete performance of the activities and service expected under the contract to the full satisfaction of UNICEF Panama.

## 11. PRESENTACIÓN DE LAS PROPUESTAS

Las propuestas se deben enviar de manera electrónica dos correos separados:

- **Correo A** debe contener la propuesta TÉCNICA y documentación de respaldo.  
Documentación de respaldo

Documentación legal que debe adjuntar de manera digital: Acta de fundación o Acta de constitución.

- Correo B debe contener la propuesta ECONÓMICA.

Debe enviarse en un correo separado de la propuesta TECNICA.

Cada uno de los correos debe enviarse dentro del plazo establecido, indicando en el "asunto o referencia" el número y nombre de la convocatoria: "LRPS-2024-90191031 Consultoría para apoyar la generación de evidencia que contribuya en mejorar los entornos escolares saludables para los niños, niñas y adolescentes en Panamá, conforme a la normativa vigente" al e-mail: [consultantpanama@unicef.org](mailto:consultantpanama@unicef.org)

La fecha límite de recepción de ofertas es el 21 de julio del 2024 a las 23:59 hora de Panamá.

**Nota:** cualquier oferta enviada a un mail diferente o posterior a esta fecha indicada no será considerada válida.