



## SOLICITUD DE PROPUESTAS: RFP 23-24/176/LIM-PE TERMINOS DE REFERENCIA

*“Elaboración de identidad visual y productos de comunicación para Campaña #HablemosdeCuidados”*

### 1. RESUMEN

<b>Título:</b>	<i>“Consultoría para la elaboración de identidad visual y productos de comunicación para Campaña #HablemosdeCuidados”</i>
<b>Programa Oxfam:</b>	<i>Programa Único País: Eje de Justicia Económico y Social</i>
<b>Objetivo del servicio:</b>	<i>Contratar los servicios de una empresa de comunicación con el fin de elaborar la identidad visual y productos comunicacionales que amplifiquen y posicionen la Campaña #HablemosdeCuidados</i>
<b>Fecha del servicio:</b>	Fecha estimada: Del 8 de enero al 11 de marzo del 2024
<b>Lugar del servicio:</b>	<i>Lima, Perú</i>
<b>Tipo de proveedor:</b>	<i>Individual y/o empresa</i>
<b>Presupuesto estimado:</b>	7,000 USD (incluido IGV)
<b>Fecha límite para recibir ofertas:</b>	<i>3 de enero del 2024, hasta las 23:59 horas.</i>
<b>Autoras de los TdR:</b>	<i>Coordinación de Comunicación Eje programático de Justicia Económica y Social</i>

## 1 CONTEXTO

### 1.1 Contexto y justificación

Oxfam es una confederación internacional de 20 organizaciones que trabajan conjuntamente en más de 90 países como parte de un movimiento global por el cambio. Su objetivo global es construir un futuro libre de injusticias y pobreza. El equipo de Oxfam trabaja con socios locales para llegar a las comunidades e implementa actividades de incidencia para contribuir a mejorar las condiciones de vida de las personas, promoviendo que éstas sean partícipes de las decisiones y acciones relacionadas con sus problemáticas y oportunidades.

En Oxfam en Perú entendemos a los cuidados como un pilar central para el bienestar social y la sostenibilidad de la vida. En este sentido, un hito regional en el reconocimiento del cuidado se dio en la X Conferencia Regional de la Mujer (2007) -Consenso de Quito- y se vio profundizado en las siguientes Conferencias (2010, 2013, 2016, 2022), en la Convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos de las Personas Adultas Mayores (2015), y en la Meta 5.4 del Objetivo 5 de la Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas. En Perú, se ha ido avanzando en discusiones sobre el alcance de los cuidados y políticas de cuidado. En el año 2019 se aprueba la “Política Nacional de Igualdad de Género” que incorpora el objetivo de “Implementar el Sistema Nacional de Cuidado con enfoque de género para personas en situación de dependencia” y en el Congreso de la República se encuentra en discusión diferentes proyectos de ley vinculados al trabajo de cuidado, entre otros.

Desde el eje de Justicia Económica y Social de Oxfam en Perú consideramos clave contribuir a la evidencia, narrativas y a la incidencia en la valoración de cuidar y ser cuidado como un derecho y en construcción de políticas de cuidado bajo esquemas de corresponsabilidad. En dicho marco, ha contribuido a la discusión con diferentes estudios y/o publicaciones en alianza con diferentes socias y aliadas, a saber: “Tiempos de Cuidados” (2020), Encuesta de Uso del Tiempo y Trabajo Doméstico No Remunerado (2021), Encuesta Nacional de Representaciones sobre el Trabajo de Cuidados (2023), Infraestructura de cuidados y salud comunitaria: Estudio de Comité Comunitario Anti-COVID 19 de Santa Rosa de Comas (2023); así como a través de diferentes espacios de discusión.

En este contexto, en el primer trimestre de 2024, en alianza con el Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán (CMP Flora Tristán), se llevará adelante la Campaña #HablemosdeCuidados que busca sensibilizar y educar a la opinión pública en torno a la corresponsabilidad social en la provisión de cuidados a partir de su reconocimiento como derecho desde las propias voces en territorio, con especial énfasis en Lima (costa), Chanchamayo (selva central) y Huancayo (sierra).

## 2 DEFINICION DEL SERVICIO

### 2.1 Objetivo y alcance

Se requiere contratar los servicios de una empresa de comunicación con el fin de elaborar la identidad visual y productos comunicacionales que amplifiquen y posicionen la Campaña #HablemosdeCuidados

#### **Descripción de Campaña:**

La necesidad de políticas y normas para una distribución justa de las responsabilidades de cuidados en los hogares, sociedad y Estado está poco abordada desde la opinión pública, lo que contribuye a perpetuar las desigualdades de género desde los roles y estereotipos socializados y normalizados desde las infancias. Por eso, la campaña “Hablemos de Cuidado”, que realizará Oxfam en coordinación con el Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán (CMP Flora Tristán), busca sensibilizar a la ciudadanía en general y brindar información a las personas que brindan cuidados y necesitan cuidados para interpelarlas en torno al derecho al cuidado. En este sentido, entendemos que la existencia de un empoderamiento desde las subjetividades con el acceso a la información es un paso sólido y necesario en el camino hacia el acceso al derecho al cuidado, a la exigibilidad de las necesidades insatisfechas y la rendición de cuentas en torno a las medidas de política pública orientadas a la corresponsabilidad en la provisión de cuidados que involucra al Estado, comunidad y hogares.

En ese sentido, la identidad visual y productos de comunicación de la campaña deberán contribuir al proceso de sensibilización, interpelación, educación y empoderamiento de las personas que realizan cuidados, aquellas que necesitan cuidados y la ciudadanía en general. La identidad visual y los productos de comunicación deberán tener en cuenta que la campaña se implementará en **dos niveles: i) local/territorial (focalizado en Lima y Junín):** donde el principal medio de información es la radio local/comunitaria; **y ii) opinión pública digital (masivo):** con audiencias que se informan principalmente a través de las diversas redes sociales y/o plataformas digitales.

### **Sobre concepto de campaña:**

1. Deberá ser una campaña que permita permear el sentido común de las personas e interpelarlas en torno a su derecho al cuidado y una distribución más justa de las responsabilidades del trabajo de cuidados.
2. Es importante que la campaña considere a las mujeres en su diversidad, con enfoque de género, intercultural y territorial.
3. Los productos de comunicación deben tomar como insumos las evidencias generadas por Oxfam en alianza con sus organizaciones socias y aliadas, con especial atención Mapeo de necesidades de cuidados (en proceso de revisión), y la Encuesta Nacional de Representaciones sobre el Trabajo de Cuidados (2023), entre otras priorizadas.

El servicio tendrá cinco actividades específicas:

- **Desarrollo de logo de campaña e identidad visual**, incluye manual de uso y paleta de colores
- **Desarrollar 8 piezas gráficas sobre contenido de la campaña**, 1 gráfica para cabecera de redes sociales, sobre la campaña, 7 gráficas ilustradas con información relevante sobre la campaña
- **Producir 3 piezas audiovisuales** (entre 2 a 6 minutos) con el performance de artista que será parte de la campaña.
- **Elaborar 03 cuñas radiales de 45 segundos** con los mensajes de la Campaña, (incluye la elaboración del guion en conjunto con el equipo de Oxfam y el CMP Flora Tristán), para su transmisión en radios locales de Junín y Lima.

Todos los diseños gráficos se deben entregar en formato editable. Todos los productos para redes sociales se deben entregar en alta y baja resolución y en formato para redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn). Todos los productos deben estar validados y consensuados con el equipo de Oxfam.

## **2.2 Entregables\***

De manera general, los resultados previstos de esta consultoría incluyen:

### **Entregable 1: Identidad y logo de la campaña**

#### **Entregable 2: 1 gráfica de cabecera, 7 gráficas ilustradas y 3 guiones**

- 1 gráfica para cabecera de redes sociales sobre la campaña
- 7 gráficas ilustradas
- 3 guiones de cuñas radiales

#### **Entregable 3: 3 cuñas radiales y 3 videos reel**

- 3 cuñas radiales producidas
- 3 videos reel testimoniales sobre Cuidados



## **2.3 Calendario provisional**

Nº	Etapas	Duración en Días	Fechas	% Pago
1	Entregable 1 - Identidad y logo de la campaña	10 días	18 de enero de 2024	40% del total de presupuesto
2	Entregable 2 - 1 gráfica de cabecera, 7 gráficas ilustradas y 3 guiones para cuñas radiales	18 días	26 de enero de 2024	
3	Entregable 3 - 3 cuñas radiales y 3 videos reel	37 días	14 de febrero de 2024	60% del total de presupuesto
4	Revisión de último entregable y gestión de pago	46 días	23 de febrero	
<b>TOTAL</b>		<b>46 días</b>	<b>Del 8 de enero al 23 de febrero del 2024</b>	<b>100%</b>

La remuneración se basa en la entrega de los entregables finales mencionados en el calendario provisional. No se hará ningún pago por adelantado.

### 3 PROCEDIMIENTO DE SOLICITUD DE PROPUESTA

#### 3.1 Procedimiento

Este procedimiento de solicitud de propuesta se organiza para contratar una consultoría para llevar adelante la Elaboración de identidad visual y productos de comunicación para la Campaña #HablemosdeCuidados. Después de un cuidadoso examen y una preselección, se pide a una selección de posibles proveedores que participen en el procedimiento negociado competitivo para el contrato mencionado. Se pide a esos posibles proveedores que hagan una oferta basada en los criterios administrativos, los criterios de selección y los criterios de adjudicación que se mencionan a continuación. Estas cotizaciones se evalúan en función de su cumplimiento, calidad y precio. En principio, el contrato se adjudicará a la organización con la cotización más ventajosa económicamente. Esto significa que no sólo se tendrá en cuenta el precio, sino también todos los criterios de adjudicación. Oxfam Intermón se reserva el derecho de realizar entrevistas con uno o más proveedores potenciales antes de tomar una decisión de adjudicación. El propósito de la entrevista es pedir más aclaraciones sobre las cotizaciones presentadas y conocer mejor los antecedentes y las experiencias previas de los posibles proveedores y sus equipos.

#### 3.2 Fechas limites

- Las ofertas se deben presentar, a más tardar, a las **23:59 horas del miércoles 3 de enero del 2024**.

#### 3.3 Contenido de las ofertas

En las ofertas se debe incluir lo siguiente:

- Currículum vitae** de los/las consultore(as) propuestos (as) – equipo de trabajo, que demuestren la experiencia y / o los diplomas pertinentes.
- Propuesta técnica y metodológica** para realizar el servicio y alcanzar los objetivos propuestos incluyendo una planificación de tiempos basada en estos TdR
- Al menos los contactos de **dos referencias** relevantes realizadas previamente por el proveedor.
- Presupuesto total acompañado de un desglose de costes y la tarifa correspondiente.

El presupuesto total debe detallar el desglose de costos por entregables / día / horas de trabajo con la tarifa diaria asociada.

- a) Los precios deben aparecer en nuevos soles, indicando los detalles con y sin IGV.
- b) El presupuesto total propuesto por el Consultor debe incluir todos los costos facturados a Oxfam: todos los servicios técnicos, viajes al destino y desde los países (clase económica), tarifas de visado, vacunas y profilaxis requeridas y el seguro correspondiente.

### 3.4 Instrucciones para la presentación de ofertas:

Las Ofertas se deben remitir por correo electrónico a: [compras.peru@oxfam.org](mailto:compras.peru@oxfam.org)

El asunto del mensaje de correo electrónico debe ser:

**Número de referencia de la REQ 23-24 176– Presentación de propuesta + [Nombre del licitador]**

***Nota:*** Quedará descalificado todo licitador que agregue otra dirección de correo electrónico de Oxfam en su propuesta de RFP.

### 3.5 Validez de las ofertas

- Las propuestas / ofertas deben ser válidas durante 90 días a partir de la fecha de vencimiento de la solicitud de propuesta (RFP). Si esto no es factible, el licitador puede proponer otro plazo.
- La oferta / propuesta incluirá, entre otros, metodología, precios, condiciones, niveles de servicio y cualquier otra información. Si el licitador obtiene el contrato, toda la información en la solicitud de propuesta (RFP) y su oferta serán legalmente vinculantes.

### 3.6 Confirmación de intención de licitar:

Se solicita a los licitadores que, tras recibir esta Solicitud de propuesta, **confirмен por escrito su intención de participar en este proceso de licitación dentro de los 3 días.**

### 3.7 Criterios de adjudicación

La evaluación de las ofertas se basará en el criterio de la mejor relación calidad-precio, que cumple o supera el nivel de calidad técnica (la metodología de evaluación y el currículum del consultor) y el precio de la oferta.

#### 3.7.1 Evaluación de la oferta técnica

La evaluación de la oferta técnica se basará en los siguientes criterios. La oferta técnica que mejor se adapte a los requisitos recibirá la mayor cantidad de puntos.

- 1) Comprensión de los términos de referencia
- 2) Coincidencia de la propuesta con los tiempos establecidos en el punto 2.3
- 3) Claridad en la explicación y/o sustentación de la propuesta.

#### 3.7.2 Evaluación de los CVs

La evaluación de los CVs se basará en la adecuación de los consultores propuestos en base a los siguientes criterios. Al CV que mejor se adapte al servicio requerido se le dará la mayor cantidad de puntos. Las siguientes competencias deben quedar claras en los CV proporcionados:

##### Requerido

- a) >3 años de experiencia en trabajo en medios de comunicación y/o
- b) Experiencia demostrable de trabajo en campañas con organizaciones internacionales del tercer sector
- e) Experiencia de trabajo con otras ONG nacionales y/o internacionales

- f) Excelentes habilidades de coordinación y motivación
- g) Excelente escritura y habilidades comunicativas

### 3.8 Selección y evaluación

La evaluación de las ofertas empezará con una evaluación de los criterios administrativos, mencionados en el capítulo 3.2. Estos criterios son todos criterios de knock-out. Esto significa que, si estos criterios no se cumplen en su oferta, se descartará y no se evaluarán según los criterios de adjudicación definidos.

Las ofertas que cumplan los criterios administrativos se evaluarán en función de los criterios de adjudicación. Los criterios de adjudicación se evalúan de acuerdo con la siguiente distribución de puntos.

Criterios		Knock out (KO) / Max. Point
Criterios administrativos		
Oferta recibida dentro del plazo		KO
Al menos dos referencias de servicios relevantes		KO
Una oferta técnica incluyendo una planificación de tiempo basada en este TdR		KO
CV(s) del consultor(es) propuesto(s), que demuestren la experiencia y/o los diplomas pertinentes		KO
Criterios de adjudicación		
Criterios técnicos	Oferta técnica	40 de 100
	CVs	30 de 100
Precio		30 de 100

## 4 CÓDIGO DE CONDUCTA

OXFAM Intermón se compromete a aplicar las normas más exigentes en todas nuestras actividades y a proporcionar servicios y productos de alta calidad. En el marco de este compromiso, es fundamental cumplir con todas las leyes y normas y garantizar la competencia leal.

El [CODIGO CONDUCTA PROVEEDORES \(pdf\)](#) expresan las expectativas que tenemos de todos los proveedores de OXFAM Intermón, quienes están obligados a firmar y remitir el Código de conducta adjunto.

## 5 CÓMO INFORMAR EN CASO DE FRAUDE O CONDUCTA INADECUADA

Para informar acerca de algún caso de fraude, abuso o conducta poco ética, póngase en contacto con nosotros por correo electrónico por medio de la dirección: [buzon.etico@oxfam.org](mailto:buzon.etico@oxfam.org)

## OXFAM

Oxfam es una confederación internacional de 20 organizaciones que trabajan juntas en 90 países, como parte de un movimiento mundial para generar un cambio y crear un futuro sin injusticias ni pobreza.

Si desea obtener más datos sobre OXFAM o para consultar más información, visite nuestras páginas [www.oxfam.org](http://www.oxfam.org) y [www.oxfamintermon.org](http://www.oxfamintermon.org)