



## SOLICITUD DE PROPUESTAS: 22 275 LIM PE

### TERMINOS DE REFERENCIA

«Mentoría comunicacional y acompañamiento a colectivos y organizaciones para fortalecer sus capacidades en el desarrollo de sus iniciativas y campañas de comunicación digital»

#### 1. RESUMEN

<b>Titulo:</b>	<i>Mentoría comunicacional y acompañamiento a colectivos y organizaciones para fortalecer sus capacidades en el desarrollo de sus iniciativas y campañas de comunicación digital</i>
<b>Eje Programático de Oxfam:</b>	<i>Programa Único País: Eje de Justicia Económica</i>
<b>Objetivo del servicio:</b>	<i>Contratar los servicios de un/a consultor/a o empresa para desarrollar una mentoría comunicacional y acompañamiento a organizaciones de la sociedad civil, colectivos y organizaciones de base ganadores del fondo concursable “#25N Tejiendo Cuidados contra las Violencias”, para fortalecer sus capacidades en el desarrollo de sus iniciativas y campañas de comunicación digital</i>
<b>Fecha del servicio:</b>	Fechas estimadas del 14 de septiembre al 9 de diciembre
<b>Lugar del servicio:</b>	<i>Lima-Perú</i>
<b>Tipo de proveedor:</b>	<i>Individual y/o empresa</i>
<b>Presupuesto máximo :</b>	9,000 Soles (incluido el IGV)
<b>Fecha y hora límite para recibir ofertas:</b>	<i>11 de septiembre del 2022 a las 23:59 horas.</i>

<b>Autores de los TdR :</b>	<i>Eje programático de Justicia Económica</i>
-----------------------------	---

## 1 CONTEXTO

### 1.1 Contexto y justificación

Oxfam es una confederación internacional de 20 organizaciones que trabajan junto a organizaciones socias y comunidades locales en más de 70 países. Nuestra visión es tener un mundo justo sin pobreza; un mundo en el que las personas puedan influir en las decisiones que afectan sus vidas, disfrutar de sus derechos y asumir sus responsabilidades como ciudadanos y ciudadanas de pleno derecho, y en el que todos los seres humanos sean valorados y tratados con equidad.

En Perú, la orientación principal de nuestro trabajo es la de confrontar las desigualdades en la sociedad peruana. Consideramos que la desigualdad extrema es perniciosa para el país, ya que implica la negación de derechos fundamentales para quienes nacen y crecen en zonas y segmentos desfavorecidos; a la vez, actúa como un freno a la diversificación y el crecimiento económico. Para confrontar la desigualdad, nuestro accionar se enmarca un Programa Único País, cuyos ejes de intervención son: Eje de Justicia Económica y Desigualdad; Eje de Justicia Ambiental y Climática; y Eje de Ciudadanía Activa.

En el marco del eje de Justicia Económica y Desigualdad 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. Para alcanzar esta tarea es clave:

- 1) Contribuir a caracterizar la “crisis de cuidados”, que ha sido agudizada por la pandemia, con la consecuente sobrecarga de trabajo de cuidados en las mujeres.
- 2) Generar y acompañar espacios de aprendizaje y diálogo que permitan caracterizar los cuidados e imaginar alternativas a la “crisis de cuidados” desde diversas voces.
- 3) Acompañar a las actorías y tejidos sociales en espacios de toma de decisión sobre políticas de cuidados (Estado, luchas sociales y comunitarias).

Para ello, iniciamos un trabajo de caracterización cuyo primer producto fue una publicación titulada [“Tiempos de Cuidados” \(2020\)](#), continuando con la [Encuesta Nacional de tiempo asignado a labores de cuidado no remunerados](#), en asociación con el Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán. Además, se generó un espacio de difusión de experiencias y diálogo en el Ciclo de conversatorios virtuales “Cuidar en tiempos de pandemia” (marzo 2022) con 3 episodios que abordaban: [1\) Experiencias de cuidados en los territorios](#); [2\) ¿De qué hablamos cuando hablamos de Sistema Nacional de Cuidados?](#); [3\) Avances de políticas de cuidados en América Latina](#).

De la Encuesta Nacional de tiempo asignado a labores de cuidado no remunerados surgieron datos relevantes sobre la desigual distribución del uso del tiempo para el trabajo de cuidados no remunerado entre mujeres y varones. Un 82% de personas encuestadas afirma que, en su hogar, alguna mujer (sea la misma encuestada mujer u otra persona mujer en el hogar) es la principal responsable. A su vez, ellas son quienes destinan el doble –o más– de horas (en promedio, semanal) que sus pares varones a tareas como cuidar a otras personas, lavar, cocinar, limpiar, acompañar a menores en clases virtuales, entre otras. Este peso desigual de las tareas de cuidados sobre las espaldas de las mujeres puede traer consecuencias para sus trayectorias de vidas, autonomía económica y la exposición a múltiples violencias.

Por ello, es importante que en el marco de la movilización ciudadana por el Día Internacional de la Eliminación de las Violencias contra las Mujeres (25 de noviembre) grupos y colectivos de activismo puedan alzar la voz a través de campañas de comunicación y acciones de incidencia digital que visibilicen y valoricen las labores de cuidados y, a su vez, llamen la atención y cuestionen su vínculo con patrones discriminatorios, cultura del privilegio, estereotipos y barreras que exponen a mujeres y niñas a diversas



tipologías de violencias y pérdida de autonomía.

El 15 de agosto se lanzó el fondo concursable “#25N Tejiendo Cuidados contra las Violencias”<sup>1</sup>, el mismo que busca apoyar a **tres (03) iniciativas y campañas de comunicación digital** de organizaciones de la sociedad civil, colectivos y organizaciones de base, en particular, colectivos feministas, de mujeres, ambientales, climáticos y organizaciones de pueblos indígenas orientadas a sensibilizar a la ciudadanía y a las autoridades sobre la necesidad de promover acciones en las siguientes temáticas:

- Cuidados y violencias en el espacio público: sensibilizar sobre la necesidad de un nuevo paradigma que evidencie los riesgos de la no neutralidad de género en cómo se vive y experimenta la ciudad, los espacios públicos y la participación política.
- Cuidados y violencias extractivistas: sensibilizar sobre la necesidad de evidenciar los impactos diferenciados de las actividades extractivas en las vidas de las mujeres, sobre todo, aquellos relacionados a los cuidados y violencias en contexto de contaminación, despojo territorial, afectaciones a la salud y falta de acceso a derechos individuales y colectivos.
- Cuidados y violencias domésticas: contribuir en prácticas de reconocimiento, reducción, redistribución y remuneración de las labores de cuidados, evidenciando la división sexual del trabajo que se perpetúa en patrones, roles y estereotipos de género que exponen a mujeres a diversas tipologías de violencias en el ámbito del hogar y la consecuente pérdida de autonomía económica.

Ante esto, existe la necesidad de contratar un servicio especializado para implementar una mentoría comunicacional para fortalecer capacidades, asesorar y acompañar las iniciativas y campañas de comunicación digital dirigidas por los equipos ganadores del fondo concursable.

## 2 DEFINICION DEL SERVICIO

### 2.1 Objetivos

#### Objetivo

Se requiere contratar los servicios de una persona consultora o empresa para **desarrollar una mentoría comunicacional y acompañamiento a organizaciones de la sociedad civil, colectivos y organizaciones de base** ganadores del fondo concursable “#25N Tejiendo Cuidados contra las Violencias”, para fortalecer sus capacidades en el desarrollo de sus iniciativas y campañas de comunicación digital.

#### Objetivos Específicos:

- Diseñar e implementar un plan de acompañamiento y asesoramiento para cada uno de los 3 equipos de las propuestas ganadoras, que incluya:
  - o Diagnóstico que identifique sus principales brechas de conocimiento y necesidades de asistencia sobre temas de comunicación en el ámbito digital para la efectiva implementación de sus propuestas.
  - o Espacios de fortalecimiento de capacidades sobre iniciativas y campañas de comunicación digital, que incluya el uso de herramientas de comunicación para lograr los objetivos planteados por las propuestas.
  - o Asesoramiento a cada una de las 3 propuestas ganadoras durante la preparación y desarrollo de su iniciativa y campaña de comunicación digital.

#### Consideraciones de la consultoría

- Las propuestas ganadoras del fondo concursable tendrán aproximadamente 9 semanas para la preparación y ejecución de sus iniciativas, desde el 23 de septiembre al 30 de noviembre. Las primeras semanas será

<sup>1</sup> Nos encontramos en la recepción de propuestas de postulación hasta el 7 de septiembre, a mediados de septiembre se conocerán a las iniciativas ganadoras. Las bases del fondo concursable “Tejiendo Cuidados contra las Violencias” se puede descargar en el siguiente link: <https://peru.oxfam.org/tejiendo-cuidados-25N>



para la planificación/ajuste de la propuesta, y en noviembre comenzará la ejecución de sus iniciativas en el marco del Día Internacional de la Eliminación de las Violencias contra las Mujeres (25 de noviembre). Se espera que la persona o equipo consultor de mentoría comunicacional les陪伴 durante todo el proceso.

- Los instrumentos que se diseñen para recoger la información para el diagnóstico, así como los materiales para los espacios de fortalecimiento de capacidades en comunicación deberán ser aprobados por Oxfam antes de su aplicación.
- El acompañamiento de la mentoría comunicacional se realizará de forma remota/virtual a los colectivos y/o organizaciones ganadoras, de forma individual (por equipo) y/o grupal (reuniendo a todos los equipos), según necesidad de cada equipo y en coordinación con Oxfam.
- Los temas de especial interés para los planes de fortalecimiento de capacidades son: 1. la planificación estratégica de comunicación (construcción de objetivos, alcance de campaña, estrategias y definición de audiencias, mensajes clave), 2. las herramientas de comunicación digital y/o uso TICs y 3. el uso estratégico de plataforma de redes sociales, formatos de productos, entre otros.

## Actividades

- 1) Elaboración de un **diagnóstico** que identifique las **principales brechas de conocimiento y necesidades de asistencia** sobre temas de las propuestas ganadoras para la efectiva implementación de sus propuestas.
- 2) En base al diagnóstico, **formular un plan de fortalecimiento de capacidades** en los temas mencionados de especial interés y asesorar a los equipos de las propuestas ganadoras conforme el plan.
- 3) **Participar en las reuniones de presentación, seguimiento y cierre** de la implementación del fondo concursable y otras convocadas por el equipo de Oxfam.
- 4) **Elaborar un informe final** con los resultados del acompañamiento y asesoramiento a los equipos, que incluya recomendaciones en la implementación de iniciativas y campañas comunicación digital.

## 2.2 Entregables

De manera general, los productos esperados del servicio son:

- **Primer entregable – Plan de trabajo**

El 23 de septiembre se desarrollará la primera reunión virtual *kick off* con todas las propuestas ganadoras. Se espera que la persona o equipo consultor de la mentoría comunicacional pueda presentar a los equipos ganadores el plan de trabajo para el acompañamiento de las iniciativas en esa sesión.

- **Segundo entregable – Informe diagnóstico y plan de fortalecimiento de capacidades**

- Informe diagnóstico que identifique las principales brechas de conocimiento y necesidades de asistencia sobre temas de comunicación en el ámbito digital de los colectivos y organizaciones para la efectiva implementación de sus propuestas
- Plan de fortalecimiento de capacidades y asesoría comunicacional de las iniciativas ganadoras del fondo concursable.

- **Tercer entregable – Informe de avance en la preparación de las propuestas de los equipos ganadores**

- Informe de avance en la preparación de las iniciativas y campañas de comunicación digital, que incluya los temas de especial interés que han sido incorporado en los planes de fortalecimiento de capacidades: planificación estratégica de comunicación (construcción de objetivos, alcance de campaña, estrategias y medición de audiencias, mensajes clave), herramientas de comunicación digital y/o uso TICs y uso estratégico de plataforma de redes sociales, formatos de productos, entre otros.

- **Cuarto entregable - Informe final del proceso de acompañamiento**



- Informe final con los resultados del acompañamiento y asesoramiento en temas de comunicación estratégica.

## 2.3 Calendario y Presupuesto

Nº	Etapas / Entregables	Duración en Días	Fecha límite	[% Pago]
1	ENTREGABLE 1 Plan de trabajo	8 días de la firma del contrato	22 de septiembre del 2022	50% del total del presupuesto de la consultoría
2	ENTREGABLE 2 Informe diagnóstico y plan de fortalecimiento de capacidades	23 días de la firma del contrato	7 de octubre del 2022	
3	ENTREGABLE 3 Informe de avance en la preparación de las propuestas	54 días de la firma del contrato	7 de noviembre de setiembre del 2022	20% del total del presupuesto de la consultoría
4	ENTREGABLE 4 Informe final del proceso de acompañamiento	86 días de la firma del contrato	9 de diciembre del 2022	30% del total del presupuesto de la consultoría
TOTAL		86 desde la firma del contrato	Del 14 de septiembre al 9 de diciembre	100% del total del presupuesto de la consultoría

## 3 PROCEDIMIENTO DE SOLICITUD DE PROPUESTA

### 3.1 Procedimiento

Este procedimiento de solicitud de propuesta se organiza para contratar los servicios de un/a consultor/a o empresa para desarrollar una mentoría comunicacional y acompañamiento a colectivos y organizaciones para fortalecer sus capacidades en el desarrollo de sus iniciativas y campañas de comunicación digital. 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.

Las 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 económica. 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 límites

- Las ofertas se deben presentar, a más tardar, hasta las 23:59 horas del **11 de septiembre del 2022**

### 3.3 Contenido de las ofertas

En las ofertas se debe incluir lo siguiente:

1. **Curriculum vitae** de los/las consultor(es) propuestos – equipo de trabajo, que demuestren la experiencia y / o los diplomas vinculados a los objetivos de la consultoría.
2. **Propuesta técnica y metodológica** para realizar el servicio y alcanzar los objetivos propuestos incluyendo una planificación de tiempos basada en estos TdR
3. Al menos dos (02) referencias de trabajos previos vinculados a los objetivos de esta consultoría.
4. Presupuesto total acompañado de un desglose de costes:
  - a. Los precios deben aparecer en nuevos soles, indicando los detalles con y sin IGV.
  - b. El presupuesto total propuesto por el Consultor/a o equipo consultor debe incluir todos los costos: todos los servicios técnicos, viajes al destino y desde los países (clase económica), tarifas de visado, vacunas y profilaxis requeridas y el seguro correspondiente, etc.

### 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 RFP275 – 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, confirmen por escrito su intención de participar en este proceso de licitación dentro de 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) Dominio temático, marcos y enfoques conceptuales
- 3) Suficiencia técnica
- 4) Cronograma realista del tiempo en función de los requerimientos



### 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) Formación académica en periodismo, ciencias de la comunicación o afines.
- b) Experiencia de trabajo en la temática de género y/o derechos de las mujeres
- c) Experiencia de trabajo con otras ONG nacionales y/o internacionales.
- d) Buenas habilidades de coordinación y motivación.
- e) Buena escritura y habilidades comunicativas.

#### Deseado

- f) Experiencia en materia de diseño y producción de campañas de comunicación y otros vinculados

### 3.7.3 Evaluación de las ofertas financieras

La oferta técnica se deberá acompañar de la oferta financiera, a todo costo (incluyendo IGV). Además, el proveedor tendrá que hacer provisiones para cubrir todos los gastos relacionados a la realización del servicio.

Esto incluye, pero no se limita a, lo siguiente:

- Investigación, desarrollo de instrumentos, recopilación y análisis de datos, redacción de informes y gastos de edición.
- Se considera que los gastos de secretaría/oficina que pueden incluir comunicaciones (teléfono, fax, telecomunicaciones, correo, fotocopias, mensajería, etc.), producción de informes y servicios de secretaría tanto en la sede del proveedor y/o la oficina del consultor como en el lugar de realización del servicio están incluidos en la oferta financiera del proveedor. No se podrán imputar gastos adicionales de esta naturaleza. Oxfam Intermón o las ONG copartes no proporcionarán servicios de oficina, secretaría o comunicación].
- El proveedor/consultor se encargará de los arreglos de secretaría y logística para todas las consultas con las partes interesadas.

La remuneración se basa en la entrega de los entregables finales, como mencionado en el capítulo 2.3.

### 3.8 Criterios de selección y evaluación

Los siguientes criterios administrativos son indispensables. Esto significa que, si estos criterios no se cumplen en su oferta, se descartará y no se evaluarán según los criterios de adjudicación definidos.

Criterios administrativos	
Oferta recibida dentro del plazo	Indispensable.
Al menos dos referencias de servicios relevantes realizados previamente por el proveedor que sean comparables en contenido, tiempo y dinero.	Indispensable.
Una oferta técnica incluyendo una planificación de tiempo basada en este TdR	Indispensable.
Incluye CV(s) del consultor(es) propuesto(s), que demuestren la experiencia y/o los diplomas pertinentes	Indispensable.
Dentro del presupuesto	Indispensable.

Los criterios de adjudicación se evalúan de acuerdo con la siguiente distribución de puntos:

Criterios de adjudicación		
Criterios técnicos	Oferta técnica	40 de 100

	CVs	30 de 100
Presupuesto		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 [CÓDIGO 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), <https://www.peru.oxfa.org>