

CONSULTORÍA DE IDENTIDAD DE MARCA Y DISEÑO DE ESTRATEGIA COMUNICACIONAL DEL COMPONENTE DE PREVENCIÓN DEL PROYECTO FORTALECIENDO LA PREVENCIÓN Y LA JUSTICIA FRENTE A LA VIOLENCIA DE GÉNERO CONTRA LAS MUJERES

CONTEXTO:

El proyecto “Fortaleciendo la prevención y la justicia frente a la violencia de género contra las mujeres” liderado por la cooperación internacional: Unión Europea, Cooperación Española – AECID y Cooperación Alemana – GIZ, busca promover la erradicación de la violencia contra las mujeres, desde una doble perspectiva: la prevención y la justicia.

Este proyecto impulsará cambios sustanciales en los patrones socioculturales y estereotipos que legitiman la violencia de género, asimismo, trabajará en la prevención de la violencia a través de la puesta en marcha de la *Estrategia nacional de prevención de la violencia de género*, a ser implementada por el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables como ente rector. Al mismo tiempo, busca la movilización de actores claves, socios estratégicos del proyecto, que, en conjunto desarrollan iniciativas y campañas de movilización de la opinión pública.

Además, desde el componente de justicia, contribuye a la protección y atención a las víctimas y la sanción de los culpables a través de la consolidación del Sistema Nacional Especializado de Justicia frente a la violencia hacia las mujeres (SNEJ) como un espacio multisectorial y articulado de respuesta efectiva.

En tanto, la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo – AECID toma parte activa del componente de prevención del proyecto, teniendo a la *Estrategia nacional de prevención de la violencia de género contra las mujeres* como seña de identidad y elemento articulador, intersectorial y centrada en el territorio, con la participación del sector público, el sector privado, la academia, la sociedad civil y los medios de comunicación representados por los aliados: Ministerio de la Mujer - MIMP, Defensoría del Pueblo - DP, Ministerio Público – Fiscalía de la Nación, Cámara de Comercio de Lima – CCL, Pontificia Universidad Católica del Perú – PUCP, Sociedad Civil – CLADEM, y ACS Calandria.

OBJETIVO:

- Diseñar e implementar una estrategia de marca y comunicación que contribuya a posicionar el proyecto en su componente de prevención, teniendo como seña de identidad y elemento articulador a la *Estrategia nacional de prevención de la violencia de género contra las mujeres* liderada por el MIMP. Debe considerar un branding propio, un plan de visibilidad y sensibilización, en coordinación con AECID y sus contrapartes en el proyecto.

SOBRE EL PROVEEDOR:

- Agencia especializada en comunicación, con al menos cinco años de experiencia comprobada en branding, diseño de manuales de marca y gestión de estrategias de comunicación.
- La agencia, además, deberá contar con un equipo de profesionales multisectorial que incluya diseñadores, creativos, comunicadores especializados en gestión social y comunicación corporativa y periodistas (PR).
- De preferencia con experiencia en el trabajo de proyectos de carácter social y con agencias de cooperación internacional.

SOBRE EL REQUERIMIENTO:

El servicio a contratar busca que la agencia pueda preparar lo siguiente:

1. **Manual de identidad de marca + guía de uso y aplicación enfocado en la Estrategia nacional de prevención de la violencia de género:** identificación, validación y socialización de un lema, isotipo, colores, fuente, y adaptación a diferentes usos y formatos: banner, PPT, covers para RRSS, etc, para el ejercicio de los siete actores claves del componente de prevención del proyecto.
 2. **Estrategia de comunicación para el fortalecimiento de la articulación de la Estrategia:** mapeo y calendarización de actividades de las socias integrantes del componente de prevención y propuesta de difusión sinérgica en redes: planificador, identificación de canales que manejan las socias y usuarios, directorio de prensa con enfoque de género, identificación de activistas en RRSS.
 3. **Landing dinámica y amigable:** que transmita el perfil del componente de prevención del proyecto, orientado a la Estrategia como elemento articulador: objetivos, resultados esperados, socias que intervienen. Es importante contar con un planificador de actividades (con posibilidad de actualización mensual), materiales de sensibilización y documentos de producción de conocimiento descargables.
 4. **Pack de videos y campaña de difusión:** alineados al posicionamiento de marca del componente de prevención del proyecto, enfocado en la Estrategia. Se espera contar con un video institucional y de sensibilización en el que se explique en qué consiste y por qué es importante la prevención y una serie de videos en el que cada socia explique su aporte a la implementación de la Estrategia. Es decir, un video general y siete pastillas de cada uno de los actores: Ministerio de la Mujer - MIMP, Defensoría del Pueblo - DP, Ministerio Público – Fiscalía de la Nación, Sociedad Civil – CLADEM, Pontificia Universidad Católica del Perú – PUCP, Cámara de Comercio de Lima y ACS Calandria.
- La consultoría estará a cargo de la coordinación entre todas las contrapartes durante todo el proceso.

ENTREGABLES:

- Manual de marca.
- Estrategia de comunicación.
- Landing dinámica en funcionamiento y con sus respectivos accesos para actualizar.
- Pack de videos solicitados.

PRESUPUESTO, CRONOGRAMA Y FORMA DE PAGO

La presente consultoría contempla un presupuesto de referencia de US\$ 12,000 (doce mil dólares), incluido el IGV. La propuesta económica deberá situarse en un 5 % por encima o por debajo de esta cantidad (es decir, entre US\$ 11,400 y US\$ 12,600), quedando excluidos los postores que superen este rango.

Con la firma del contrato, se establecerán dos pagos:

1. Primer pago: 30 % del importe total, a la entrega y aprobación de la propuesta de plan de trabajo, metodología y cronograma. La propuesta será presentada en un máximo de cinco (7) días hábiles, tras la firma.

2. Segundo pago: 70 % del importe total. En la semana 11 – 12 de la firma del contrato, previa entrega de la totalidad de productos solicitados en un repositorio digital e informe. La consultora presentará su informe final preliminar; AECID trasladará en los cinco (5) días hábiles siguientes, sus observaciones (si las hubiera), tras lo cual la empresa subsanará lo que considere pertinente en los últimos 5 días. Tras la conformidad, AECID hará efectivo el pago final.

DURACIÓN DE LA CONSULTORIA:

3 meses o 12 semanas.

COORDINACIÓN Y SUPERVISIÓN

La consultoría tendrá como supervisión al responsable de programa del área correspondiente de la OTC de AECID en Lima, quien facilitará la información y documentación complementaria requerida.

PLAZO DE LA CONVOCATORIA

La recepción de las propuestas se realizará desde el viernes 1 de abril hasta el viernes 15 de abril de 2022. Las propuestas serán remitidas exclusivamente al correo electrónico: convocatoria.aecid@gmail.com; indicando como asunto: **Consultoría de identidad de marca y diseño de estrategia comunicacional del componente de prevención del proyecto Fortaleciendo la prevención y la justicia frente a la violencia de género contra las mujeres.**

De no recibirse ninguna propuesta dentro del plazo establecido, la convocatoria podrá ser extendida por un periodo adicional que se comunicará a través de la www.aecid.pe

Para cualquier información o consulta relacionada con los Términos de Referencia de esta convocatoria, pueden dirigirse al correo convocatoria.aecid@gmail.com.

CRITERIOS DE VALORACIÓN

Concluido el plazo de presentación de postulantes, un Equipo Técnico de la especialidad de género de la AECID Perú valorará las propuestas recibidas en un plazo máximo de dos (3) días útiles. Los criterios para la valoración de las postulaciones serán los siguientes:

MÉRITOS Y EXPERIENCIA	PORCENTAJE DE VALORACIÓN
Perfil y trayectoria profesional de la agencia en el rubro de la comunicación para el	35 %

desarrollo y campañas de sensibilización y transformación social mayor a 5 años.	
Equipo de trabajo multisectorial: creativos, diseñadores, audiovisuales, relaciones públicas, organizacional.	25%
Experiencia o conocimiento de la situación de los derechos humanos de las niñas y mujeres y la violencia de género en Perú.	25%
Experiencia en ejecución de productos comunicacionales para la cooperación internacional para el desarrollo.	10%
Oferta económica	5%

La propuesta con mayor puntaje en relación a la tabla de valoración suscribirá el contrato para la presente consultoría. En caso de presentarse una sola propuesta, el Equipo Técnico procedería a su adjudicación siempre que obtenga más del 70% en el rango establecido. En caso contrario, se optará por ampliar el plazo de recepción de propuestas. El Equipo Técnico puede llamar a entrevistas a las postulaciones preseleccionadas.