

“THE IGNITE INITIATIVE PROJECT: LIBERANDO EL PODER DE LAS EMPRESARIAS”

CONSULTORÍA

Servicio de difusión de contenidos de la campaña de marketing social de producto financiero Emprendiendo Mujer

I. ANTECEDENTES

CARE Perú y MasterCard han dado inicio al proyecto “The Ignite Initiative Project: Liberando el Poder de las Empresarias” que tiene como objetivo fortalecer el crecimiento de las mujeres empresarias. Para alcanzar el objetivo del proyecto, se desarrollarán productos financieros, adecuados a las demandas de los participantes, que serán complementados con un programa de acompañamiento para la mejora de sus capacidades y competencias empresariales.

El proyecto busca beneficiar directamente a 36,000 empresarios de los cuales al menos el 50% serán mujeres. Dentro de las actividades, se realizarán campañas de información sobre las oportunidades y necesidades de las mujeres empresarias. “The Ignite Initiative Project: Liberando el Poder de las Empresarias” es financiado de manera global por Fundación MasterCard, se ejecuta en Perú, Pakistan, Vietnam y Estados Unidos y tiene un tiempo de ejecución de 3 años desde marzo 2020. En marzo de 2021, el Estado Peruano mediante Decreto Supremo N° 044-2020-PCM declaró el Estado de Emergencia Nacional por las graves circunstancias que afectan la vida de la Nación a consecuencia del brote del COVID-19. Esta norma dispone, entre otras medidas, el aislamiento social obligatorio (cuarentena). Esta medida ordena a la población quedarse en sus domicilios para prevenir la propagación del COVID-19.

En concordancia con esta disposición, “The Ignite Initiative Project” así como los demás Proyectos de CARE Perú, han suspendido la mayoría de las actividades que se ven impedidas por el aislamiento social. Sin embargo, para continuar desarrollando acciones de comunicación establecidas dentro del proyecto como, la campaña de marketing social que acompañe el desarrollo del proyecto, con el propósito de que vincular a las mujeres emprendedoras con las herramientas financieras que existen en el mercado es que, se requiere el servicio del diseño de la estrategia y plan de acción de marketing social, adaptado al desarrollo de estrategias virtuales y remotas para asegurar los objetivos de comunicación e incidencia.

En el marco del proyecto y en alianza con Financiera Confianza, esta última ha diseñado y lanzado al mercado un nuevo producto financiero, pensando en las barreras que las mujeres empresarias suelen tener para acceder a crédito de calidad. Así nace “Emprendiendo Mujer”, destinado a mujeres que buscan un producto financiero que promueve el acceso y control sobre recursos económicos para beneficio propio y el de su familia y comunidades.

Del 18 octubre al 28 de noviembre del 2021, se realizó una campaña de difusión del producto financiero “Emprendiendo Mujer” en radios nacionales, provinciales y medios digitales, dirigida a mujeres de 25 a 55 años. Los resultados de la campaña tuvieron como alcance multimedia 1,674,362 personas alcanzadas.

II. OBJETIVO DEL SERVICIO

Brindar el servicio de difusión de contenidos de la campaña de marketing social del producto financiero: Emprendiendo Mujer, en dos campañas, la primera en marzo y la segunda en julio.

III. ACTIVIDADES

El servicio incluirá las siguientes actividades:

- Despliegue nacional y con foco en: Cajamarca, Cajamarca; Alto Piura, Talara, Piura; Satipo, Satipo, Junín; Cerro de Pasco, Pasco; Huamanga, Ayacucho; Anta, Cusco; Chinchero, Cusco.
- Medición de la difusión en redes sociales y radio de los contenidos de la campaña de marketing social de lanzamiento del producto financiero “Emprendiendo Mujer”, en dos campañas, la primera en marzo y la segunda en julio.
- Selección de emisoras radiales nacionales y locales de mayor audiencia y mejor rendimiento.
- Por cada campaña, se realizará una pauta de 4 semanas.
- Los materiales que tendremos por campaña son (los secundajes son estimados, de haber cualquier cambio, se indicará oportunamente para ajustar el plan en coordinación con la central de medios escogida.)
 - Clips de video: 10 a 15 segundos aproximadamente.
 - Anuncios (imágenes): 2 a 5 por campaña
 - Radio: de 20 a 25 segundos aproximadamente.
- El objetivo de ambas campañas de difusión es de alcance, sin embargo, de haber cualquier cambio, se indicará oportunamente para ajustar el plan en coordinación con la central de medios escogida. De haber cualquier cambio en los materiales, objetivos, locaciones y medios escogidos, se indicará oportunamente para ajustar el plan en coordinación con la central de medios escogida.

IV. PRODUCTOS Y CRONOGRAMA

Productos y entregables de los Productos del servicio	Fecha de entrega
<p>Producto 1</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plan y cronograma de difusión a nivel nacional de contenidos (RRSS y radio), incluyendo información sobre métrica (análisis de selección de medios en base a su cobertura en la zona y/o alcance en redes sociales) para campaña 1. • Plan de monitoreo y supervisión: detalle sobre cómo se realizará la medición de alcance e interacción en RRSS y radio (indicadores, formas de medición y frecuencia de medición) para campaña 1. 	<p>A 10 días de firmado contrato</p>
<p>Producto 2</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informe de difusión de contenidos, con métrica de alcance e interacción por tipo de plataforma, de campaña 1. 	<p>A 60 días de firmado el contrato</p>

<p>Producto 3</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plan y cronograma de difusión a nivel nacional de contenidos (RRSS y radio), incluyendo información sobre métrica (análisis de selección de medios en base a su cobertura en la zona y/o alcance en redes sociales) para campaña 2. • Plan de monitoreo y supervisión: detalle sobre cómo se realizará la medición de alcance e interacción en RRSS y radio (indicadores, formas de medición y frecuencia de medición) para campaña 2. 	<p>A los 154 días de firmado el contrato</p>
<p>Producto 4</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informe de difusión de contenidos, con métrica de alcance e interacción por tipo de plataforma, de campaña 2. 	<p>A los 216 días de firmado el contrato</p>

CARE Perú entregará lo siguiente:

- La aprobación final de los productos estará a cargo de CARE Perú y Financiera Confianza
- Financiera Confianza brindará los materiales para la difusión.

V. LUGAR TIEMPO Y FORMA DE PAGO DEL SERVICIO

El servicio se desarrollará de forma virtual y tendrá un periodo de 216 días, a partir de la firma del contrato.

VI. FORMA DE PAGO

El monto total del servicio se realizará en cuatro (4) pagos contra recepción y aprobación de cada uno de los entregables, de acuerdo con el siguiente detalle:

- Primer pago: correspondiente al 25% del valor total a la entrega del producto N°1
- Segundo pago: correspondiente al 25% del valor total a la entrega del producto N°2
- Tercer pago: correspondiente al 25% del valor total a la entrega del producto N°3
- Cuarto pago: correspondiente al 25% del valor total a la entrega del producto N°4

La facturación del servicio se realizará mediante factura electrónica a nombre estipulado en el contrato respectivo. CARE efectuara los pagos mediante abono o transferencia electrónica bancaria por lo que se solicita al contratista proporcionar los datos de cuenta bancaria.

VII. MONTO REFERENCIAL DE LA CONSULTORIA

El monto referencial para la presente consultoría no debe exceder de S/. 200,000 soles a todo costo incluyendo impuestos de ley.

VIII. PERFIL DEL PROVEEDOR

El perfil del proveedor:

- **Formación académica:** Publicidad, Comunicaciones, Periodismo o afines.
- **Experiencia:** experiencia profesional mínima de tres (3) años en el rubro de relaciones públicas y/o gestión de medios, estrategias y/o campañas de comunicación y/o monitoreo de noticias y/o monitoreo de medios de comunicación.
- **Deseable:** conocimiento y experiencia en proyectos similares, o trabajo previo con CARE Perú en servicios similares.

IX. PLAZOS DE LA CONVOCATORIA Y DOCUMENTACIÓN

El/la consultor/a o firma consultora deberá presentar su propuesta técnica y económica A TODO COSTO (honorarios, pagos a terceros, IGV, etc.), copia de ficha ruc, curriculum vitae de la empresa y del equipo ejecutor (mínimo 2 años previos) y adjuntar referencias de trabajo previo (portafolio, etc.).

Las/os interesadas/os enviar su propuesta económica con atención al área de compras de CARE Perú a los siguientes correos electrónicos: convocatoria@care.org.pe indicando en el asunto: **difusión de contenidos de la campaña de marketing social de producto financiero Emprendiendo Mujer**, a más tardar hasta las 24:00 horas del 27 de febrero 2022.

NOTA: Las propuestas enviadas a cualquier otro correo o destinatario de esta institución invalidarán su participación, así como su envío posterior a la fecha y hora señaladas. La/os postulantes deben tener un buen historial crediticio. El resultado de la convocatoria será comunicado solo al postulante que obtuvo la buena pro.

X. PROHIBICIÓN DE CESIÓN

El contratista no podrá ceder ni subcontratar el desarrollo de los productos contratados sin el consentimiento previo, expreso y escrito de CARE Perú.

XI. CONFIDENCIALIDAD

El contratista se obliga a mantener en reserva y a manejar adecuada e idóneamente la información que le sea entregada de carácter confidencial, respetando la confidencialidad de esta, en el sentido de no divulgar o hacer uso no autorizado o abusivo de la misma, de acuerdo con las normas que regulen la materia.

El término "Información Confidencial" comprende toda aquella información no disponible al público, ya sea de manera escrita, oral o por cualquier otro medio, sobre la cual el contratista haya adquirido, o adquiera conocimiento como resultado de la preparación, negociación, celebración y/o ejecución de esta contratación, y que se entienda de manera razonable como confidencial, habiéndose establecido o no tal calidad previamente, que se relacione con la actividad y el objeto social de CARE Perú, o de sus compañías relacionadas, subsidiarias, controlantes, controladas, sucursales o subsidiarias.

El contratista reconoce y acepta que toda la Información Confidencial revelada por CARE Perú para los fines de la presente contratación, es y continuará siendo de su única y exclusiva propiedad. En consecuencia, el contratista acepta y declara que toda base de datos, documentos, modelos, diseños, presentación o cualquier otro método que conozca y/o al que tenga acceso en relación o con ocasión de la preparación, negociación, celebración y/o ejecución de esta contratación, son de propiedad exclusiva de CARE Perú y están amparados, en lo pertinente, por toda la legislación vigente en materia de derechos de autor y propiedad intelectual. En ningún caso, la Parte receptora de la información obtiene licencia, derecho o interés alguno en relación con o respecto de la Información Confidencial de CARE Perú.

El contratista se obliga a adoptar las medidas pertinentes para proteger la información frente a sus empleados y a las personas naturales y/o jurídicas que puedan tener eventualmente acceso a la misma. En particular, durante la ejecución del presente contrato para desarrollo de productos, el contratista entrará en posesión de informaciones técnicas, procesos, diseños relativos al know-how de CARE Perú, tales informaciones, procesos y/o diseños deberán ser tratados como reservados a su uso preventivo. La información apenas referida no podrá ser transmitida a personas no autorizadas, ni usada fuera de lo establecido en estos términos y en los proyectos que de éste se desprendan, sin la autorización por escrito de CARE Perú.

XII. CONSIDERACIONES ÉTICAS

El/la consultor/a y quienes integren el equipo consultor no deberán estar denunciado(s)/a(s) por hechos de violencia contra las mujeres e integrantes del grupo familiar, violencia sexual, hostigamiento sexual laboral y no haber sido demandado/a por materias que afecten los derechos del niño, niña y no estar registrada/o en el Registro de Deudores Alimentarios Morosos del Poder Judicial (REDAM).

Igualmente, durante la vigencia del contrato, deberá mantener una conducta ética acorde a las políticas institucionales de Care Perú.

Así también, el/la consultor/a o el equipo consultor deberá cumplir con el llenado de la declaración del conflicto de interés, que podría generar que nuestra objetividad e independencia tome decisiones que afecten o puedan verse indebidamente afectadas por intereses personales, financieros, profesionales o pretendan beneficiar a algún familiar o alguna persona cercana; por ello, se solicita a los proveedores que identifiquen situaciones de conflictos de interés pueden ser los vínculos familiares, la representación o inversión financiera en empresas o entidades competidoras, aliadas, socias o proveedores, entre otros.

XIII. APLICACIÓN DE LA POLÍTICA y CÓDIGO DE CONDUCTA DE SALVAGUARDA DE CARE

CARE Perú cuenta con una Política y Código de Conducta de Salvaguarda (Protección contra el Acoso Sexual, la Explotación y Abuso y el Abuso Infantil), que tiene alcance a cada una de las personas que trabajan en asociación o relación con CARE, incluye miembros de la junta, voluntarios/as, pasantes/practicantes, visitantes y consultores/as internacionales y locales, además de contratistas individuales y corporativos de estas entidades y las personas que trabajan en asociación con CARE. En conformidad a lo expresado, el/la consultor/a o equipo de consultores/as seleccionados/as para la presente convocatoria deberá firmar y cumplir con lo establecido en el referido código durante la vigencia de la presente consultoría.