

Consultoría en marketing digital del proyecto Alma Llanera para la región Tumbes

I. ANTECEDENTES

El proyecto “Alma Llanera” tiene como principal objetivo “Mejorar la autosuficiencia y la integración de los refugiados y migrantes venezolanos vulnerables en Perú a través de un mayor acceso a los servicios de Protección y Salud Mental”. Para alcanzar el mismo, el proyecto cuenta con cuatro objetivos, cada uno de ellos con resultados específicos:

Objetivo 1: Al menos 4,130 refugiados venezolanos, de los cuales aproximadamente el 70% serán mujeres y niñas, tienen mejor acceso a servicios diseñados para reducir las dificultades de protección y las violaciones de sus derechos.

Objetivo 2: Al menos 26,500 refugiados venezolanos en el Perú tienen mejor acceso a servicios de salud y salud mental de calidad de conformidad con los protocolos de salud nacionales.

Objetivo 3: Al menos 8,500 refugiados venezolanos (aproximadamente 75%) y los miembros vulnerables de las familias de acogida (aproximadamente 25%) en Perú (en su mayoría jóvenes y mujeres en riesgo) han mejorado sus medios de vida mediante el aumento de la empleabilidad y/o ingresos

Objetivo 4: Al menos 800 refugiados venezolanos que han sobrevivido a la violencia (aproximadamente el 90% de mujeres) en Perú satisfacen sus necesidades básicas a través de asistencia en efectivo.

En esta línea, desde el Proyecto “Alma Llanera” se busca contribuir al fortalecimiento de un Entorno Protector para esta población objetivo y para la población de acogida. Se entiende el Entorno Protector como un espacio en el que principalmente los actores del Estado, acompañados de la sociedad civil: personas, familias y comunidad contribuyen a generar redes de cuidado hacia los colectivos de mayor vulnerabilidad para facilitar su desarrollo pleno, así como favorecer la promoción, prevención y atención oportuna de personas afectadas por problemas psicosociales como la violencia basada en género y/o trata de personas.

II. OBJETIVO DE LA CONSULTORÍA

Implementar las actividades/acciones de la estrategia comunicacional en temas de marketing digital para el componente medios de vida del proyecto Alma Llanera de CARE Perú en Tumbes.

II.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

1. Promover la inscripción al chatbot de medios de vida dirigido a personas refugiadas y/o migrantes venezolanas que desean fortalecer sus emprendimientos por medio de contenidos en marketing digital.
2. Desarrollar las acciones para el fortalecimiento de los emprendimientos por medio de concursos, sesiones informativas y difusión en redes sociales.

III. LUGAR DEL SERVICIO

Se desarrollará en la región Tumbes.

IV. ACTIVIDADES

1. Aplicar el marco normativo nacional sobre la protección de datos personales y la normativa interna de CARE Perú para garantizar la protección de datos personales y sensibles de las personas beneficiarias.
2. Asegurar que la política de igualdad de género y la política de salvaguarda (Protección contra el Acoso Sexual, la Explotación y Abuso y el Abuso Infantil) de CARE Perú, sea apliquen en todas las acciones realizadas.
3. Promover la inscripción de personas refugiadas y/o migrantes venezolanas que desean fortalecer sus emprendimientos, al chatbot de medios de vida por medio de la difusión del link y materiales comunicacionales brindados por el proyecto Alma Llanera.
4. Adaptar la grilla de contenidos para la difusión en el chatbot de medios de vida según cada eje temático. (en caso sea necesario para la región de intervención)
5. Asistir a las reuniones de coordinación de las acciones comunicacionales del componente Medio de Vida del proyecto Alma Llanera
6. Implementar la estrategia para la difusión del chatbot de medios de vida en la región de Tumbes. La cual debe contemplar la promoción de la inscripción al chatbot de medios de vida en grupos de interés.
7. Desarrollar mínimo 3 concursos, 3 sesiones virtuales (para las personas inscritas al chatbot de medios de vida), 12 diseños gráficos para cada emprendimiento ganador/a de los concursos dirigidos a potenciar la estrategia de marketing digital según las necesidades de temáticas identificadas y la asignación de pauta publicitaria a las publicaciones.
8. Coordinar la difusión con influencers en la región Tumbes de los emprendimientos ganadores del concurso.
9. Reporte sobre el alcance de las personas tanto migrantes en la región Tumbes por medio de las siguientes acciones:

# Personas alcanzadas con todas las actividades (nominalmente)	1000 personas
# de posts con pauta publicitaria (mínimo 5/ 20)	12
# de sesiones virtuales de capacitación	3
# de concursos	3
# de diseños gráficos por cada emprendimiento	12

10. El consultor/a deberá tener una licencia de zoom para el desarrollo de las reuniones virtual.

V. PERFIL DE LA CONSULTORÍA:

- Con estudios profesionales en administración y marketing.
- Conocimientos en marketing digital y/o contenidos.
- Experiencia en el desarrollo pauta publicitaria, branding y analítica en redes sociales.
- Experiencia en la gestión de campañas publicitarias y creación de contenido.
- De preferencia experiencia en la utilización de programas como canva, adobe illustrator y adobe premier.
- Se valorará la experiencia en el trabajo en temas relacionados como la movilidad humana y con personas refugiadas y migrantes.

VI. PRODUCTOS

☒ Los productos programados a ser entregados son los siguientes:

a. **Producto 1:** Informe sobre la promoción del chatbot de medio de vida.

Debe incluir:

- Mapeo de medios de difusión.

b. **Producto 2:** Informe y reporte de avance en la asistencia en marketing digital.

Debe incluir:

- Informe sobre las acciones implementadas y rendimiento.
- Reporte de mínimo 500 personas inscritas al chatbot medios de vida.
- Informe de avance sobre la implementación de concursos y sesiones virtuales desarrolladas. Incluir el detalle de la entrega de los premios a los ganadores de los concursos.

c. **Producto 3:** Informe y reporte de avance e implementación de asistencia técnica.

Debe incluir:

- Informe sobre las acciones implementadas y rendimiento.
- Reporte de mínimo 500 personas inscritas al chatbot medios de vida.
- Informe de avance sobre la implementación de concursos y sesiones virtuales desarrolladas. Incluir el detalle de la entrega de los premios a los ganadores de los concursos.

VII. PLAZO

El plazo programado según producto es el siguiente:

Producto 1: Al 4 de abril del 2022 (25%)

Producto 2: Al 9 de mayo del 2022 (35%)

Producto 3: Al 25 de julio del 2022 (40%)

VIII. FORMA DE PAGO

- Producto 1: 25%
- Producto 2: 35%
- Producto 3: 40%

IX. PROPUESTA TÉCNICA Y ECONÓMICA

Debe presentar los siguientes documentos:

- a. Ficha RUC.
- b. Currículum Vitae sin documentar (documentados en relación con el requerimiento del Término de Referencia) y ficha institucional de corresponder.
- c. Propuesta técnica:
Planteamiento según lo solicitado en los términos de referencia.
- d. Propuesta económica:
El interesado deberá hacernos llegar su propuesta económica **A TODO COSTO** (incluidos los impuestos de ley).
- e. Copia de constancia virtual de no estar registrado/a en el Registro de Deudores Alimentarios Morosos del Poder Judicial (REDAM).
<https://casillas.pj.gob.pe/redam/#>
- f. Copia del Certificado Único Laboral del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo en que constate que no tiene antecedentes penales, judiciales y policiales.
<https://www.empleosperu.gob.pe/CertificadoUnicoLaboral>

Los documentos deberán enviarse al siguiente correo: convocatoria@care.org.pe, señalando en el asunto: **Consultoría en marketing digital para la región de Tumbes del proyecto Alma Llanera** a más tardar las 23 hrs. del 25/03/2022

Nota. - Se aceptará las propuestas de postulantes que adjunten lo solicitado, lo envíen al correo y con el asunto indicado en esta convocatoria. Las propuestas enviadas a cualquier otro correo o destinatario de esta institución invalidarán su participación. Los postulantes deben tener un buen historial crediticio. En caso de ser seleccionado/a, el/la postulante deberá presentar sus antecedentes (penales, judiciales, policiales) y poseer un seguro de salud y vida vigente. El resultado de la convocatoria será comunicado solo al postulante que obtuvo la buena pro.

X. PROHIBICIÓN DE CESIÓN

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

XI. 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.

XII. 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 consultoría¹¹.

XIII. ACUERDO DE CONFIDENCIALIDAD

Toda información relacionada al proyecto, CARE Perú o instituciones aliadas a la que tenga acceso el/la consultor/a es estrictamente confidencial. El/la consultor/a debe comprometerse a mantener las reservas del caso y no transmitirla a ninguna persona (natural o jurídica) que no sea debidamente autorizada por CARE Perú. El/la consultor/a deberá mantener confidencialidad absoluta respecto de la información a la que tenga acceso como producto de la presente consultoría, por lo que será utilizada únicamente para los fines de la consultoría, quedando prohibido cualquier tipo de reproducción, publicación o divulgación pública o con terceros, por cualquier medio verbal y/o escrito.

El/la consultor/a cede en exclusiva a favor de CARE Perú, los derechos patrimoniales reconocidos en el artículo 30º del Decreto Legislativo Nº 822 – Decreto Legislativo sobre Derechos de Autor, respecto de las obras creadas como consecuencia del presente servicio.