**Términos de Referencia**

**Contratación de servicios para el diseño y ejecución de campaña de comunicación para sensibilizar a la población sobre los derechos humanos de las personas Trans.**

## Fecha límite: lunes 15 de septiembre 00.00 horas (Buenos Aires)

## OBS: Pueden participar Agencias de Comunicación o publicitarias con sede en algún país de Latinoamérica y el Caribe.

1. **INTRODUCCIÓN:**

La Red Latinoamericana y del Caribe de personas Trans (RedLacTrans) se encuentra implementando un proyecto con el auspicio del Fondo Mundial de la lucha contra el SIDA, la tuberculosis y la malaria. El proyecto llamado "Promoviendo mejores condiciones de vida y derechos humanos de las personas con VIH y otras poblaciones clave, a través de servicios integrales, diferenciados y con mayores recursos para apoyar la sostenibilidad de la respuesta regional al VIH" tiene como objetivo general mejorar la calidad de vida y disfrute de los derechos humanos de las personas con VIH y las otras poblaciones clave en América Latina, accediendo a una atención integral y diferenciada, en una región con Estados que respondan efectivamente, ofrezcan calidad en los servicios y mejoren la inversión de presupuestos para la sostenibilidad integral de la respuesta al VIH.

Este proyecto contempla un plan de comunicación impulsado desde la RedLacTrans, el cual debe desarrollar una "Estrategia de comunicación externa e interna para la red regional y para las organizaciones nacionales de personas con VIH y otras poblaciones clave". Este plan contempla una estrategia de comunicación que alcanza a los siguientes países: Bolivia, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Paraguay y Perú.

**La RedLacTrans busca contratar a una agencia de comunicación o publicitarias con sede en cualquier país de Latinoamérica y el Caribe** para desarrollar una campaña de comunicación con alcance regional. A continuación, se detalla información sobre la organización y el perfil de la agencia para la consultoría externa, así como también información sobre el proceso de selección.

1. **INFORMACIÓN SOBRE REDLACTRANS**

La RedLacTrans fue creada en 2004 y en la actualidad está integrada por 23 organizaciones lideradas por mujeres trans, promoviendo y asegurando que sean ellas quienes hablen por sí mismas. La red promueve los principios de inclusión y participación sin discriminación de ningún tipo, con particular énfasis en la equidad de los géneros, el respeto de las etnias, de las identidades y las expresiones de género, de la edad, del país de origen y/o situación socioeconómica y cultural.

La Red Latinoamericana y del Caribe de Personas Trans trabaja en la actualidad en Argentina, Bahamas, Barbados, Belice, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Suriname, Trinidad y Tobago y Uruguay.

La red está conformada por una Secretaría Regional y una Junta de Gobierno, la cual delega todas las funciones de gestión, ejecución y representación a la Secretaría Regional.

La RedLacTrans tiene un objetivo general, “***implementar la agenda de derechos humanos de las personas trans de América Latina y el Caribe***”, y cuatro objetivos específicos estratégicos:

* Asegurar la sostenibilidad de la RedLacTrans en la región y de las organizaciones integrantes en los países.
* Promover el reconocimiento de la Identidad de Género por parte de los Estados de la región.
* Impulsar la protección y disfrute de los derechos civiles, políticos, económicos, sociales y culturales de las personas trans en Latinoamérica y el Caribe.
* Lograr el reconocimiento por los Estados del derecho a reparación de las personas trans, por la discriminación y exclusión históricas, y su instrumentalización jurídica.

1. **INFORMACIÓN SOBRE EL PROYECTO**

Proyecto regional “SOSTENIBILIDAD DE LOS SERVICIOS DE VIH DESTINADOS A LAS POBLACIONES CLAVE EN LA REGIÓN DE AMÉRICA LATINA” Proyecto financiado del FM, financiado a ALEP, con HIVOS como RP.

ALEP es la Alianza Liderazgo en Positivo y está compuesta por 6 redes:

* + Red Centroamericana de Personas con VIH – REDCA+
  + Red Latinoamericana de Personas con VIH – RedLa+
  + Coalición Internacional de Preparación para el Tratamiento América Latina y Caribe ITPC/LATCA
  + Comunidad Internacional de Mujeres con VIH – ICW Latina
  + Movimiento Latinoamericano y del Caribe de Mujeres Positivas – MLCM+
  + Red Latinoamericana y del Caribe de Jóvenes Positivos – J+LAC

El proyecto tiene como objetivo general “Mejorar la calidad de vida y disfrute de los derechos humanos de las personas con VIH y las otras poblaciones clave en América Latina, accediendo a una atención integral y diferenciada, en una región con Estados que respondan efectivamente, ofrezcan calidad en los servicios y mejoren la inversión de presupuestos para la sostenibilidad integral de la respuesta al VIH.”

Y tiene 3 objetivos específicos:

**OE1.** Establecer mecanismos regionales y nacionales para el mapeo, monitoreo y movilización del incremento de la financiación doméstica para intervenciones en personas con VIH y las otras poblaciones clave, para movilización de recursos para sus organizaciones.

**OE2.** Promover y demandar la institucionalización de estrategias políticas, técnicas y financieras para la reducción de las desigualdades en el acceso a los servicios de salud integral para las personas con VIH y las otras poblaciones clave de la región de América Latina.

**OE3.** Consolidar las habilidades para la mejora del conocimiento, generación y uso de información estratégica sobre personas con VIH y las otras poblaciones clave, para la toma de decisiones y la incidencia desde las comunidades afectadas.

El proyecto impacta 11 países: Bolivia, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Paraguay y Perú.

1. **INSUMOS PROPORCIONADOS POR LA REDLACTRANS.**

La SR de la RedLacTrans se compromete a entregar a la Agencia ganadora un Briefing Creativo con el contenido estratégico de cada uno de los productos abajo mencionados, es decir, objetivos, un eslogan o lema madre que ampara y sirve como paragua para toda la campaña, mensajes, tono de la campaña, y definición de público o públicos objetivos.

1. **ORIENTACIONES PARA LA PRESENTACIÓN DE PRESUPUESTO.**

El presupuesto presentado debe estar fundamentado en los siguientes productos.

FAVOR DETALLAR EL PRECIO UNITARIO POR PRODUCTO.

**PRODUCTO 1:** Video de sensibilización animado 2D con ilustraciones (no vectoriales) de 1 minuto de duración con pista de audio en español y subtitulado en español, con versión subtitulada en inglés y portugués.

**PRODUCTO 2:** Video de sensibilización animado 2D con ilustraciones (no vectoriales) de 1 minuto de duración con pista de audio en español y subtitulado en español, con versión subtitulada en inglés y portugués.

**PRODUCTO 3:** Video de sensibilización animado 2D con ilustraciones (no vectoriales) de 1 minuto de duración con pista de audio en español y subtitulado en español, con versión subtitulada en inglés y portugués.

**OBSERVACIONES IMPORTANTES:**

* El presupuesto debe tener el precio unitario por cada producto en dólares americanos.
* Pueden participar agencias de comunicación con sede en cualquier país de Latinoamérica y el Caribe.
* Con la presentación del presupuesto se deben presentar trabajos anteriores realizados por la agencia, en preferencia si tienen videos animados. Favor leer con detenimiento el punto 11 de estos términos de referencia.
* La traducción y subtitulado de los materiales corre por cuenta de la Agencia.
* Todos los materiales deberán tener visibles el logotipo de la RedLacTrans y el Fondo Mundial. Los logotipos serán facilitados a la Agencia contratada que se compromete a respetar el manual de estilo.
* Crear en estrecha colaboración y someter a validación de la SR de la RedLacTrans los productos antes señalados.
* Se realizarán reuniones generales de trabajo con el equipo de la SR de la RedLacTrans durante el proceso de trabajo para supervisar los avances de los productos.

1. **CRONOGRAMA DE ENTREGA DE PRODUCTOS Y PAGOS**

Se acordará la entrega de productos y calendario de pagos con la Agencia seleccionada.

1. **PERFIL PROFESIONAL DE LA EMPRESA**

* Formación en el área de ciencias sociales con énfasis en comunicación, publicidad o carrera afín.
* Amplios conocimientos sobre la cultura latinoamericana.
* Conocimiento sobre derechos humanos y empatía con la diversidad sexual y los derechos de las poblaciones LGBTI.
* Experiencia demostrada en diseño y ejecución de estrategias de comunicación y producción de campañas.
* Experiencia en el diseño y ejecución de campañas de sensibilización en temas sociales.
* Experiencia demostrable en campañas de comunicación participativas.
* Capacidad para presentar los productos de esta consultoría en los tiempos y forma establecidos en estos términos de referencia.
* Personas responsables y proactivas, con alta capacidad de trabajo en equipo y en contextos multiculturales.
* Excelente comunicación verbal y escrita, en español, así como gráfica y audiovisual.

1. **CONDICIONES GENERALES**

**Condiciones de la contratación**

* Los honorarios pactados deberán considerar cualquier gasto por desplazamiento, logística, etc. que se incurran durante la contratación.
* La parte contratante no reconocerá cargos adicionales por concepto de tasas impositivas, seguros, costo de transferencias bancarias y demás gravámenes. Éstos se suponen fueron considerados en el precio ofrecido (todo incluido).
* La contratación se formalizará mediante un Contrato por Servicios establecido por la RedLacTrans
* RedLacTrans se reservará el derecho de convocar a una entrevista o reuniones a las empresas participantes y pedirá portafolio de proyectos.

1. **DERECHOS DE AUTOR, PATENTES Y OTROS DERECHOS DE PROPIEDAD**

La RedLacTrans será el titular de los derechos de propiedad intelectual y otros derechos de propiedad incluyendo, pero no limitado a las patentes, derechos de autor y marcas registradas, con respecto a los documentos y otros materiales que tengan una relación directa con o hayan sido preparados o recogidos en consecuencia o en el curso de la ejecución del contrato para cuya adjudicación se convoca el presente concurso.

A petición de la RedLacTrans, la empresa contratada deberá tomar todas las medidas necesarias, ejecutar todos los documentos necesarios y generalmente asistir en la transferencia, el aseguramiento y la formalización de esos derechos de propiedad a la RedLacTrans en cumplimiento de los requerimientos de la legislación aplicable. Es la responsabilidad de la empresa contratada asegurar que se cuenta con la cesión de los debidos derechos en el caso del uso de fotografías, imágenes, música etc., lo que deberá constar por escrito, o sea usado material libre de derechos.

1. **LINEAMIENTOS DE GÉNERO Y DIVERSIDAD**

La agencia contratada deberá usar como eje transversal el enfoque de género y diversidad, así como deberá asegurarse de fomentar la efectiva participación de las mujeres y diversidades en las fases del desarrollo de la campaña. Adicionalmente deberá utilizar un lenguaje inclusivo y demostrar sensibilidad en el abordaje a los temas de derechos humanos, diversidad, género y no discriminación.

1. **PRESENTACIÓN DE DOCUMENTOS DE MANIFESTACION DE INTERÉS EN LA CONSULTORÍA**

Las agencias interesadas en aplicar como oferentes para esta contratación, deberán remitir, a más tardar el día lunes 15 de septiembre, los siguientes documentos:

1. Carta de exposición de motivos o interés en la campaña a desarrollarse
2. Portafolio digital con una muestra de trabajos previos de la Agencia, preferentemente videos animados.
3. Presupuesto detallado según lo indicado en el punto 5 de este TDR. **El presupuesto presentado debe ser en dólares americanos y con precio unitario por producto.**

## OBS: No se tomarán en cuenta solicitudes que no cumplan con todos los requisitos mencionados.

**Información sobre el asunto del correo y el nombre de los archivos adjuntos**

Con el fin de agilizar el proceso y asegurar que la documentación de las solicitudes sea la adecuada, se deberán seguir los siguientes requisitos:

**Correo electrónico:** El correo electrónico debe llevar como asunto las iníciales de la convocatoria más el nombre de la agencia que se postula (por ejemplo: A*C-AgenciaProper*). AC significa (Agencia de Comunicación)

**Adjuntos:** Los documentos adjuntos no deben superar el máximo de páginas exigido y deben nombrarse con el cargo al que se presenta, más tipo de documento más el apellido (por ejemplo: AC-Carta de Interés; AC-Plan de Trabajo y Presupuesto).

**Las solicitudes para la contratación se recibirán en el correo** [**convocatoriaredlactrans@gmail.com**](mailto:convocatoriaredlactrans@gmail.com) **hasta las 00.00 horas de (Argentina) del lunes 15 de septiembre de 2020. Todas las solicitudes recibidas con posterioridad no serán consideradas. No se recibirán solicitudes por otros medios.**

**Proceso de presentación, selección y contratación**

La RedLacTrans se comunicará exclusivamente con aquellas Agencias candidatas que han sido pre- seleccionados/as y solicitará una reunión virtual con las preseleccionadas.