

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: jueves 16 de Julio 00.00 horas (Buenos Aires)

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.

El desarrollo de este plan de comunicación comenzó en marzo de 2020 y se extiende hasta finales de septiembre de 2020. La Secretaría Regional (SR) de la RedLacTrans, es la encargada de la implementación de este plan de comunicación.

La RedLacTrans busca contratar a una agencia de comunicación para desarrollar una campaña de comunicación con alcance regional. **La agencia seleccionada trabajará con la SR de la RedLacTrans a partir del lunes 20 de julio de 2020, hasta el jueves 16 de octubre inclusive.**

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.

2. 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.

3. 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.

4. INSUMOS PROPORCIONADOS POR LA REDLACTRANS.

La SR de la RedLacTrans se compromete a entregar a la Agencia seleccionada un Briefing Creativo con el contenido estratégico y lineamientos para la campaña, es decir, objetivos, un eslogan o lema madre que ampara y sirve como paraguas para toda la campaña, mensajes, tono de la campaña, y definición de público o públicos objetivos.

La entrega de este Briefing será el día 20 de Julio 2020.

5. ORIENTACIONES PARA LA PRESENTACIÓN DE PRESUPUESTO.

Creación y desarrollo de la campaña: Del 20 de Julio al 15 de septiembre 2020

Ejecución de la campaña: Del 15 de septiembre al 15 de octubre 2020

El presupuesto presentado debe estar fundamentado en los siguientes productos y actividades:

PRODUCTO 1: Estrategia creativa basada en el briefing proporcionado por la RedLacTrans y plan de trabajo:

- Presentación de una propuesta creativa para la campaña, productos de comunicación, mensajes claves, estrategia, públicos metas, canales.

- Un presupuesto detallado con la inversión en publicidad para redes sociales. La gestión y costo de la pauta en redes sociales y medios electrónicos y digitales, debe ser asumidas por la empresa contratada.

PRODUCTO 2: Diseño y producción de todos los mensajes acordados para la campaña de comunicación masiva.

Producción y distribución de 9 clips audiovisuales ilustrados/animados de sensibilización en calidad full HD.

- Tres de 3 minutos
- Tres de 1 minutos
- Tres de 40 segundos.
- Todos con pista de audio en español y subtítulos en español.
- Versiones de los mismos clips con subtítulos en inglés y portugués.

Materiales gráficos para redes sociales.

- 15 flyers en español para Facebook, Twitter e Instagram feed, con versiones en portugués e inglés. Adaptados a los tamaños óptimos para cada red social.
- 15 Historias de Instagram en español con versiones en portugués e inglés.
- 3 portadas para Facebook y twitter.
- 6 Gifs animados en español.

WEB.

- Re-diseño del sitio web <https://www.quesiteimporte.org/> de acuerdo a la nueva campaña.

Administración de la difusión de la campaña en redes sociales Community Manager.

- La agencia deberá encargarse de la difusión de la campaña en las redes sociales de la RedLacTrans con un presupuesto de publicidad por lo menos para los primeros 30 días de difusión.

OBSERVACIONES:

- La agencia entregará todas las artes en vectores (modificable).
- 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 el plan de trabajo y cronograma de la campaña, así como el guion del clip el diseño de los materiales gráficos y el rediseño de la web.
- Toda estadística, dato o información que se use deberá estar contrastada con las fuentes de información y debidamente citada en los materiales

- Se realizarán 4 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.

PRODUCTO 3: Informe de resultados

El informe debe incluir: Reporte de impacto en redes sociales, métricas y analíticas. Al final de los 30 días la agencia deberá entregar un informe con las analíticas de la difusión de la campaña.

Observación sobre los productos: Los productos 1, 2 y 3 se ejecutarán mediante la coordinación y acompañamiento de la SR de la RedLacTrans.

6. CRONOGRAMA DE ENTREGA DE PRODUCTOS Y PAGOS

El pago se hará en tres partes iguales según el siguiente calendario:

Producto	Fecha de Entrega
Estrategia creativa y plan de medios	1 Agosto 2020
Diseño y producción de materiales de comunicación	15 Septiembre 2020
Informe de resultados	16 octubre 2020

7. 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.
- Experiencia en la gestión de redes sociales.
- 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.

8. CONDICIONES GENERALES

Condiciones de la contratación

- Los honorarios pactados deberán considerar cualquier gasto por desplazamiento, logística, etc. que se incurran durante la contratación.
- Los honorarios pactados incluyen los costos por concepto de pauta de publicidad en redes sociales.
- 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.

9. 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.

10. 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.

11. PERÍODO DE VIGENCIA DE LA CONSULTORÍA, CONDICIONES Y FORMA DE PAGO

- La contratación de esta consultoría se extiende del **20 de julio 2020 al 16 de octubre**.
- La empresa o asociación productora deberá trabajar en estricta coordinación con el coordinador operativo y la asistente de comunicación de la SR de la RedLacTrans.
- Las fechas de entrega de los productos contratados por esta consultoría son invariables.
- El trámite de pago a la empresa o asociación productora iniciará una vez recibido el aval técnico a los productos entregados.

12. 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 jueves 16 de julio inclusive, los siguientes documentos:

- a. Carta de exposición de motivos o interés en la campaña a desarrollarse y un breve resumen de trabajos destacados realizados por la agencia.
- b. Plan de trabajo y presupuesto detallado según lo indicado en el punto 5 de este TDR. **El presupuesto presentado debe ser en dólares americanos.**

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 iniciales de la convocatoria más el nombre de la agencia que se postula (por ejemplo: AC-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 info@redlactrans.org hasta las 00.00 horas de (Argentina) del jueves 16 de julio 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 el día viernes 17 de Julio.

