**Términos de Referencia**

**(Fecha de revisión 22/11/2022)**

***Consultoría para el “Diseño y elaboración de una campaña de marketing digital, material audiovisual publicitario y la actualización del manual de marca para los emprendimientos liderados por mujeres del cantón Espíndola- Loja.***

### Acerca de Plan International

* 1. PLAN es una Organización Internacional de desarrollo, sin fines de lucro, sin afiliación religiosa, política o gubernamental, cuyo propósito es “Trabajar por un mundo justo que promueva los derechos de la niñez y la igualdad de las niñas”. PLAN cuenta con 80 años de experiencia y tiene presencia en más de 70 países en el mundo.   Como organización líder en el movimiento mundial por los derechos de las niñas, nuestra ambición es: “Juntos, tomamos acciones para que 100 millones de niñas aprendan, lideren, decidan y prosperen”.
	2. PLAN ha firmado con el Gobierno del Ecuador un Convenio de Asistencia Técnica destinado a la promoción y ejecución de programas de educación, salud, protección contra la violencia, igualdad de género y participación. PLAN en Ecuador ha acumulado una experiencia de más de 50 años, trabaja en 11 provincias, en alrededor de 800 comunidades y llega a una población de alrededor de 800,000 personas.
	3. La Visión de PLAN en el País es “Trabajar por un mundo justo que promueva los derechos de la niñez y la igualdad de las niñas”.
	4. En Ecuador, PLAN arrancó le ejecución de su “Estrategia de País FY19-FY23: Las Niñas Lideran el Cambio” desde julio del año 2019. Su diseño se basó en el aprendizaje generado por la Estrategia de País CSPIII, análisis del estado de vulneración de derechos de niñas, niños, adolescentes y jóvenes en Ecuador y en una respuesta estratégica coherente con la priorización realizada. Fue alineada a la Estrategia Global de Plan.
	5. PLAN en Ecuador se ha afianzado como una organización reconocida en el país como referente en   derechos de la niñez e igualdad y transformación de género.
	6. Por otra parte, PLAN Internacional tiene como parte de sus hitos la creación de emprendimientos que se desarrollen de manera autónoma, sobre todo para lograr el empoderamiento económico de mujeres o grupos de mujeres. Sin embargo, para las y los jóvenes mujeres y varones de las zonas empobrecidas de nuestro país, sin acceso a recursos, información del mercado, redes de apoyo o capacitación, muchos de los emprendimientos fracasan. Según el GEM, Ecuador es el segundo país más emprendedor en la región con una Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) del 36.2% y el fracaso de los emprendimientos iniciales se debe a que los proyectos nacen de la necesidad y no de la demanda actual del mercado.

### Antecedentes del proyecto

*Actualmente en el cantón Espíndola se vienen apoyando a emprendimientos específicos de café, miel de abeja y artesanías que requieren ser fortalecidos ante el impacto negativo de la pandemia COVID-19, frente a lo cual se plantea el proyecto* “**Reactivación económica mediante la adaptación e innovación del sistema de comercialización y redes de mercadeo en emprendimientos liderados por mujeres del cantón Espíndola en Loja**” enfocado justamente en el fortalecimiento de habilidades y capacidades de los grupos de emprendedoras/es.

Las actividades de este proyecto se enfocan a contribuir **a la reactivación económica mediante la adaptación e innovación del sistema de comercialización y redes de mercadeo en emprendimientos liderados por mujeres del cantón Espíndola en Loja** y como objetivo específico está el de fortalecer las capacidades de emprendedoras y emprendedores para la producción, transformación, comercialización individual y colectiva, que permitan incrementar la venta y producción generando mayores recursos económicos para sus familias.

El proyecto tendrá una intervención en el cantón de Espíndola siendo el más pobre de la provincia de Loja, alrededor del 94% de las familias más pobres viven en este cantón. La crisis sanitaria del COVID-19, calificada como la peor crisis sanitaria, tiene como consecuencia en la zona de intervención el incrementar exponencialmente los indicadores de vulnerabilidad. Las niñas y las mujeres se tornan todavía más vulnerables ya que son ellas las cuidadoras de los enfermos y el aislamiento limitan aún más su acceso a servicios vitales de atención sanitaria. También se prevé un aumento de la violencia de género en el hogar resultado del confinamiento y un aumento de las preocupaciones financieras y sensación de inseguridad.

En Espíndola, la mayor parte de la mano de obra posee conocimientos tradicionales en la producción agrícola y no técnicos que permitiría el desarrollo agrícola y productivo. Falta diversificación de conocimiento técnico que impulsen el desarrollo productivo y comercial con equidad de género y respeto a los derechos. La ocupación en el sector secundario y terciario es mínima, lo que implica un nivel deficiente de valor agregado en la producción. Adicionalmente, las familias de los cantones tienen grandes dificultades para acceder al financiamiento del capital de inversión para iniciar o desarrollar una actividad. Estas necesidades y brechas que enfrentan las familias de las comunidades de Espíndola, se han visto exacerbadas por la emergencia sanitaria del COVID-19 dificultando el retorno a la producción normal y con un mercado futuro desconocido e incierto.

A través de esta propuesta, los emprendimientos liderados por mujeres en las comunidades de Granadillo, Santa Teresita, Jibiruche, El Ingenio, La Guaca, El Tambo, Tundurama podrán mejorar sus oportunidades de generación de ingresos, lo que a su vez repercute en su capacidad para tener autonomía económica. Invertir en el empoderamiento económico de las mujeres contribuye directamente a la igualdad de género, la erradicación de la pobreza y el crecimiento económico inclusivo. contribuirá a combatir las barreras que limitan la participación de las mujeres en el ámbito económico y comunitario. Según una encuesta realizada por Plan Ecuador y CODESPA el año anterior dentro del área rural se logró identificar que cerca del 65% de las mujeres no tiene capacidad de decisión sobre las acciones del hogar o negocio. Asimismo, podrán transformar sus propias vidas con un impacto sobre sus comunidades y/o actividades económicas en las que participan mejorando su calidad de vida dentro de sus hogares y en la comunidad. Incluso podrán incidir en la legislación y políticas que afectan su autonomía económica y poner el foco en los problemas que afectan su independencia económica y su bienestar.

Por lo tanto, la propuesta contribuye de forma directa al empoderamiento personal y colectivo de mujeres y hombres que son parte de los emprendimientos, específicamente de café, miel de abeja y artesanías.

La propuesta busca también potenciar y capitalizar sobre los conocimientos locales, al igual que rescatar saberes ancestrales, para transformar productos y potenciar su comercialización. Se esperará que los y las participantes aporten las especificidades de su cultura para el fortalecimiento de los emprendimientos previamente establecidos, como un componente clave de la diferenciación y competitividad del producto. Todas las acciones del proyecto son inclusivas y contará con estrategias específicas para incluir a personas con necesidades especiales de ser necesario. También, se supone que tener medios de vida mejorados, dará la oportunidad a acceder a mejores servicios de salud.

En base a lo cual el proyecto espera los siguientes resultados:

**Resultados esperados**

Resultado 1: 43 personas desarrollan habilidades blandas, trabajo en equipo y conocimientos para mejorar sus medios de vida

Resultado 2: emprendedores se capacitan de manera técnica para generar alternativas sostenibles que además añadan valor agregado a sus productos y servicios y a su vez promueve los procesos asociativos solidarios y responsables

Resultado 3: Al menos 2 colectivos o asociaciones de agricultores de las comunidades de Espíndola que garantizan que los procesos de formación y las iniciativas productivas completen sus procesos de formación y puesta en marcha de los mismos, junto a la formación de procesos asociativos y planes de ahorro y crédito responsables y solidarios.

Resultado 4: Desarrollo de un plan de Sostenibilidad

**Grupo destinatario y beneficiario**

La población beneficiaria son 43 emprendedoras y emprendedores en las comunidades de Granadillo, Santa Teresita, El Ingenio, La Guaca, El Tambo, Jibiruche y Tundurama del Cantón Espíndola de la provincia de Loja.

### Objetivo general de la consultoría

###

Elaboración de estrategias de Marketing Digital para la difusión y promoción de los emprendimientos de café, miel de abeja, artesanías, maíz y la causa; través de la actualización del manual de marca y el diseño de material audiovisual publicitario que permita visibilizar la producción asociativa y responder a las nuevas redes de mercado que se han desarrollado en el cantón Espíndola.

|  |
| --- |
| ***Objetivo específico 1.-*** *Desarrollar una Campaña Publicitaria “****Estrategias de Marketing Digital”*** *para la difusión, promoción y comercialización de los emprendimientos de café, miel de abeja, artesanías y maíz, en función de la causa social que se encuentra atrás de los mismos.* |
| ***Producto entregable*** | ***Especificaciones técnicas*** |
| **Producto 1.1.-** Diseñar el concepto y línea gráfica de los productos comunicacionales de la campaña y actualizar el manual de marca. *Entrega de este producto a la* ***primera semana luego de la firma del contrato.****El material gráfico impreso será entregado con sus artes finales digitales,* ***6 semanas luego*** *de* ***la firma del contrato.*** | * *Actualización del manual de la marca “Espíndola”, desarrollado por el Instituto Sudamericano.*
* *Diseño e impresión de 1000 trípticos full color en couché de 150 gramos tamaño 22cm por 32cm doblados en tres cuerpos.*
* *Diseño e impresión de 1000 volantes tamaño A5 impresión a full color en couché de 150 gramos*
* *Diseño y elaboración de 500 bolsas de tela reciclable (30cm x 40 cm) de material (cambrela)*
* *Diseño y elaboración de 500 bolígrafos con logo a un color.*
 |
| ***Producto 1.2.- Evento de Presentación****Organización y realización de al menos una activación para la presentación de los emprendimientos y degustación de los 4 productos en un espacio estratégico del Cantón Espíndola, Loja y/o Cuenca.**Realización de este evento en la* ***sexta semana luego de la firma del contrato.*** | *Estos eventos deberán contar con la presencia de instituciones, organizaciones públicas y privadas, se utilizará el material desarrollado por la Consultoría, a más de otros que se puedan identificar acorde al as necesidades de momento.* |
| ***Objetivo específico 2****.- Elaboración de 3 videos y cuñas radiales promocionales destinadas a sensibilizar y concientizar a la población sobre la importancia de la producción asociativa sostenible y el rol de la mujer liderando los emprendimientos en el Cantón Espíndola.*  |
| ***Producto 2.1****: Elaboración de video corto de* ***3 minutos****- Preentrega de este producto a la* ***cuarta semana*** *luego de la firma del contrato, para aprobación de Plan International.**- Entrega final a la* ***sexta semana*** | * *Tiempo de duración 3 minutos*
* *Calidad del video digital Full HD (1920x1080)*
* *Formato de entrega MPG, MPG3, MP4*
* *Uso de animación 2D original*
* *Video que manifieste la vocación y fortaleza productiva, destino turístico sano y reparador del cantón Espíndola.*
* *Video que enfatice la producción asociativa liderada por las mujeres de las comunidades del cantón Espíndola con enfoque de género y centrado en la diversidad de productos (café, miel de abeja, artesanías, maíz).*
* *Importancia de estar organizados en una red asociativa de productoras/es.*
 |
| ***Producto 2.2****: Elaboración de video-spot publicitario corto de* ***1 minuto****- Preentrega de este producto a la* ***cuarta semana*** *luego de la firma del contrato, para aprobación de Plan International.**- Entrega final a la* ***sexta semana*** | * *Tiempo de duración 1 minuto*
* *Calidad del video digital Full HD (1920x1080)*
* *Formato de entrega MPG, MPG3, MP4*
* *Uso de animación 2D original*
* *Video que manifieste la vocación y fortaleza productiva, destino turístico sano y reparador del cantón Espíndola.*
* *Video que enfatice la producción asociativa liderada por las mujeres de las comunidades de Espíndola, con enfoque de género. Diversidad de productos, productos con valor agregado y procesados*
* *Importancia de estar organizados en una red asociativa de productores rurales. (un video similar al anterior, pero de más corta duración para ser usado en redes sociales, etc.)*
 |
| ***Producto 2.3****.- Edición de cuña radial para difusión local y perifoneo en comunidades rurales y centros parroquiales del Cantón Espíndola.**Preentrega de este producto a la* ***cuarta semana*** *luego de la firma del contrato, para aprobación de Plan International.**- Entrega final a la* ***sexta semana****-* | * *Tiempo de duración de la cuña radial debe ser de hasta 2 minutos.*
* *Formato de la cuña MP3 – 320 Kbps 48000 Hz (High Fidelity Audio)*
* *Cuña radial que manifieste la vocación y fortaleza productiva del Cantón Espíndola*
* *Cuña radial que enfatice la producción asociativa liderada por las mujeres de las comunidades de Espíndola, con enfoque de género y diversidad de productos, productos con valor agregado y procesados.*
* *Importancia de estar organizados en una red asociativa productoras/es.*
* *Creación de jingle corporativo original (música)*
 |
| ***Producto 2.4.-*** *Video didáctico de entrenamiento virtual corto de 5 minutos**El video debe transmitir de manera, clara y didáctica la aplicación de la Normativa Nacional de las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y buenas prácticas sanitarias preventivas relacionadas con la situación de emergencia por COVID-19.**- Preentrega de este producto a la* ***cuarta semana*** *luego de la firma del contrato, para aprobación de Plan International.**- Entrega final a la* ***sexta semana****- Ejecución de 3 sesiones de Capacitación virtual en* ***“Marketing Digital”*** *para los socios de la Cooperativa Espíndola.* | * *Tiempo de duración 5 minutos*
* *Calidad del video digital Full HD (1920x1080)*
* *Formato de entrega MPG, MPG3, MP4*
* *Uso de animación 2D original*
 |

4. **Actividades a realizar por parte del contratista**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Descripción*** | ***Actividad*** | ***Fecha de Entrega*** |
| *Reunión inicial* | *Reunión inicial con el equipo Técnico del Proyecto y la encargada de comunicación de Plan International Loja.* | *A la firma del contrato*  |
| *Propuesta y Cronograma* | *Entrega de la propuesta creativa de la Campaña Estrategia Digital, ajustada a los objetivos junto al cronograma de actividades de preproducción y postproducción.* *Planificación de tres sesiones virtuales de capacitación en Marketing Digital para los socios de la Cooperativa Espíndola.* | *1 semana después de la firma del contrato* |
| *Entrega Producto 1.1*  | *Entrega del manual de marca, concepto y línea gráfica de los productos comunicacionales de la campaña.* | *2 semanas después de la firma del contrato* |
| *Entrega de todos los productos de medio término para su aprobación.* | *Revisión del avance de los productos comunicacionales para solicitar los ajustes de ser necesarios antes de la entrega de los artes finales.* | *4 semanas después de la firma del contrato* |
| *Entrega final Producto 1.1* | *Entrega de todo el material gráfico diseñado e impreso* | *6 semanas después de la firma del contrato* |
| *Entrega final Producto 2.1* | *Entrega de video corto de 3 minutos* |
| *Entrega final Producto 2.2* | *Entrega video-spot publicitario corto de 1 minuto* |
| *Entrega final Producto 2.3* | *Entrega cuña radial para difusión local y perifoneo en comunidades rurales y centros parroquiales del Cantón Espíndola.* |
| *Entrega final Producto 2.4* | *Entrega video didáctico de entrenamiento virtual corto de 5 minutos.**Ejecución de tres sesiones de capacitación en Marketing Digital para la Cooperativa Espíndola* |
| *Entrega final Producto 1.2* | *Realización del Evento de Presentación* |

**5. Orientación metodológica**

El equipo consultor deberá contar con el equipo profesional necesario y tener experiencia en:

**Enfoque de género:** Los productos a desarrollarse deben identificar y reconocer la perspectiva de género desde un enfoque de diversidad(es) y de derechos garantizando la equidad en participación y liderazgo. Conocer y reconocer los diferentes tipos de violencia hacia las mujeres, así como los impactos que tiene en la vida social y económica, los cuales pueden verse deteriorados en contextos de emergencias o crisis. No reproducir a través de cualquier tipo de lenguaje –verbal, visual- roles y estereotipos de género, ni usar imágenes que revictimicen, discriminen o violenten por condición de género. Garantizar el uso de lenguaje inclusivo.

**Derechos humanos:** la perspectiva de los derechos humanos ubica como eje central a la persona. Se debe incluir la promoción y la protección de derechos humanos en situaciones de emergencias y desastres, fomentando la capacidad de Estados a diferentes niveles en tales esfuerzos.

### 6. Derechos de la niñez, género e inclusión

*Todos los proyectos que implementa Plan Ecuador están diseñados e implementados desde un enfoque transformador de género que busca incidir de manera directa en las causas estructurales que promueven la desigualdad y la discriminación de las mujeres y niñas.*

*El proyecto enfocará su trabajo en emprendimientos liderados por mujeres y que se encuentran ya establecidos. Como parte de las actividades del proyecto se realizarán sesiones o encuentros de fortalecimiento en habilidades blandas de quienes conforman a los emprendimientos. Estas sesiones trabajaran temas de autoestima, liderazgo, igualdad de género y consciencia grupal. La incursión de esta actividad dentro del proyecto tiene como fin el entregar un apoyo integral en el proceso de reactivación económica. Se considera, que a causa de la pandemia y el aislamiento del que estamos saliendo a nivel global es necesario trabajar y fortalecer la situación personal de las personas, sobre todo las mujeres, para que puedan ser capaces de liderar procesos de incidencia y comercialización de una manera más eficiente en el futuro próximo. Adicionalmente, gracias a estos encuentros los lazos que se han visto deteriorados entre familias se fortalecerán con el fin de poder consolidad emprendimientos asociativos y evitar el trabajo individual y la competencia interna dentro de las comunidades.*

*En segundo lugar, se ha planificado la elaboración de una estrategia de marketing digital para cada uno de los emprendimientos (café, miel de abeja y artesanías), para responder a las nuevas redes de mercado que se han desarrollado durante la pandemia. Durante la elaboración de este plan, se fortalecerán durante capacitaciones, a las y los emprendedoras/es sobre las nuevas tendencias de mercado, manual de marca, atención al cliente y comercialización.*

*El proyecto se desarrollará bajo una metodología de empoderamiento económico común de Plan Ecuador basada en experiencias propias. Esta metodología, promoverá una visión constructivista de desarrollo empresarial con enfoque de género y derecho e incluyera herramientas didácticas y lúdicas para el aprendizaje y un componente innovador de cajas de ahorro, para promover el acceso a microcréditos, trabajando de manera cercana con las principales cooperativas financieras del cantón. Las experiencias y buenas prácticas del proyecto, serán recogidas a través de la evaluación final y presentada a los actores involucrados, para adaptar futuras intervenciones y réplicas.*

*Por último, al trabajar con mujeres emprendedoras, y ser ellas uno de los grupos más vulnerables de una sociedad sus productos pueden ser comercializados bajo el concepto de “producto con causa”, ya que no solo es un producto de calidad, sino que también al adquirirlo se está ayudando a la reactivación económica y al empoderamiento de la mujer dentro de estas comunidades.*

*El análisis de las cadenas de valor por otra parte resulta fundamental para el desarrollo de las estrategias de comercialización responden a las principales necesidades identificadas en cada mercado específico al giro de negocio de cada emprendimiento.*

### Ética y protección de la niñez y salvaguarda

###

*Plan International se compromete a asegurar que se respeten y protejan los derechos de quienes participan en la recolección o el análisis de datos, de conformidad con el Marco para un MERL ético y nuestra Política global para la salvaguardia de niñez y personas jóvenes. Quienes deseen participar en el proyecto deberán incluir detalles suficientes en su propuesta que aclaren cómo garantizarán la ética y protección de la niñez en el proceso de recolección de datos. En especial, los consultores deberán explicar cómo se garantizará la participación adecuada, segura y no discriminatoria de todas las partes interesadas y cómo se prestará especial atención a las necesidades de la niñez y otros grupos vulnerables. Los consultores también deberán explicar cómo garantizarán la confidencialidad y el anonimato de los participantes.*

*Además, las personas o empresas interesadas en participar trabajarán en pleno respeto por los derechos de la niñez y declaran que conocen y cumplen con las Leyes locales relacionadas con el Anti-Terrorismo y Anti-soborno y las prohibiciones de conformidad con cualquiera de las Convenciones y Protocolos de las Naciones Unidas con respecto al terrorismo.*

*Las personas o empresas contactadas recibirán junto con la invitación a participar en este proceso, las siguientes Políticas de Plan que permitan cumplir con lo mencionado anteriormente y adicionalmente reportar cualquier comportamiento no adecuado del personal de Plan:*

* *Política de Protección y Salvaguarda*
* *Política de Anti-terrorismo*
* *Política de Anti-Fraude y anti-corrupción*
* *Código de Conducta de las y los empleados de Plan*
* *Procedimiento de Silbato de Alarma y Llamada segura.*

### Productos a entregarse

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Documento/ producto entregable  | Formato | Extensión | Fecha de entrega  | Descripción  |
| *Propuesta creativa de la Campaña y Cronograma de trabajo de la consultoría “Estrategias de Marketing Digital “para los 4 emprendimientos, que detalle la propuesta para los siguientes productos:* *-Producto 1.1. Manual de marca, concepto y línea gráfica de la campaña.**-Producto 1.2. Planificación del Evento de Presentación.**-Producto 2.1. Audiovisual corto de 3 minutos**-Producto 2.2. Video-spot publicitario corto de 1 minuto**-Producto 2.3 Cuña radial para difusión local y perifoneo**-Producto 2.4. Video didáctico de entrenamiento virtual corto de 5 minutos.**-Plan de ejecución de 3 sesiones de capacitación virtuales en “Marketing Digital”.* | *Word y Excel* | *Máx. 50 páginas* | *Primera semana luego de la firma del contrato.*  | *Primer informe debe incluir la propuesta técnica con cronograma de trabajo, plan de capacitación en Marketing Digital, productos entregables, técnicos responsables y metodología, aprobado por Plan Internacional.* |
| *Pre-entrega de productos comunicacionales de medio término para su aprobación* | *Software de diseño audiovisual* | *Artes digitales/impresas por cada producto acorde a las especificaciones técnicas* | *Cuarta semana de la consultoría* | *Los artes serán revisados y aprobados por Plan Internacional.* |
| *Entrega Final de productos comunicacionales e Informe final detallado sobre la ejecución de las Estrategias de Marketing Digital que incluya: Los resultados y el impacto sobre las/los productores/emprendedores, los registros de asistencia respectivos, y las recomendaciones pertinentes.*  | *Word* | *Máx. 80 pág.*  | *Sexta semana de la consultoría* | *El informe final, será un documento que presente los resultados de forma organizada, secuencial y coherente. Al mismo se anexará la documentación que se detalla a* *continuación:* |
| *Productos de comunicación para la divulgación* *Presentación del resumen y hallazgos de la consultoría al equipo de Plan International* | *Fotos y videos acorde a las especificaciones técnicas requeridas en los TDRs.* |  | *Sexta semana de la consultoría* *Sexta semana de la consultoría*  | *Registro fotográfico y de videos.*Presentación en Canva con resumen ejecutivo y resultados claves de la consultoría Los hallazgos y resultados serán presentados al Staff de Plan Internacional involucrado en el proyecto.  |

### Actividades y Cronograma

###

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Actividad  | Días de trabajo  | Responsable  | Personas implicadas |
| *Verificación de antecedentes y contratación**Convocatoria y taller iniciales.* |  | *Técnico del proyecto* | *Equipo consultor y técnico PU* |
| *Presentación de la propuesta de Estrategias de Marketing Digital (incluye aprobación de Plan Internacional)*  | *7 días calendario* | *Coordinador/a empresa consultora* | *Equipo consultor* |
| *Ejecución del cronograma de trabajo de preproducción y postproducción* | *26 días calendario* | *Coordinador/a empresa consultora* | *Equipo consultor* |
| *Revisión de los productos medio término y aprobación – modificaciones*  | *6 días calendario* | *Coordinador/a empresa consultora* | *Equipo consultor* |
| *Entrega final de productos comunicacionales y otros documentos entregables* | *1 día calendario* | *Coordinador/a empresa consultora* | *Equipo consultor* |

### Responsabilidades

* Coordinar con Plan International para el desarrollo de la consultoría.
* Cumplir con las actividades establecidas en los términos de referencia, cronograma y con las cláusulas establecidas en el contrato firmado.
* De ser el caso, reportar novedades y acontecimientos durante el levantamiento de información que impidan el normal desarrollo de la consultoría.
* Implementar la metodología establecida para el levantamiento, análisis y reportaje.
* Cumplir con todas las políticas y valores exigidos por Plan en todos los momentos de la consultoría.
* Presentar facturas que cumplan con los requisitos del sistema de rentas internas.
* Coordinar y gestionar su transporte y/o estadía (en caso de ser necesario) para la recopilación de historias, toma de fotos y videos en los territorios de levantamiento de información.
* Entregar los permisos de cesión de imagen físicos a las respectivas Oficinas Locales (Pus) y digitales al equipo de comunicación.

### Presupuesto

###

*Para los pagos por los servicios, para el caso que el/la profesional o empresa contratada solicite un anticipo, Plan tiene establecido como procedimiento el siguiente requerimiento como garantía:

- Hasta US $ 2.000, letra de cambio o pagaré*

*- Más de US $ 2.000, Póliza de buen uso del anticipo o Garantía bancaria*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Hito | Descripción  | Monto por pagar (porcentaje) | Cronograma esperado  |
| *Propuesta creativa de la Campaña “Estrategias de Marketing Digital” para los 4 emprendimientos, aprobado por Plan Internacional.* *Propuesta técnica detallada de cada producto:**-Producto 1.1. Manual de marca, concepto y línea gráfica de la campaña.**-Producto 1.2. Planificación del Evento de Presentación.**-Producto 2.1. Audiovisual corto de 3 minutos**-Producto 2.2. Video-spot publicitario corto de 1 minuto**-Producto 2.3 Cuña radial para difusión local y perifoneo**-Producto 2.4. Video didáctico de entrenamiento virtual corto de 5 minutos.**-Plan de ejecución de 3 sesiones de capacitación virtuales en “Marketing Digital”.**Entrega de todos los productos comunicacionales finales, (artes gráficas y videos) e informe final aprobados por Plan Internacional.**Artes finales e informe técnico detallado de cada producto:**-Producto 1.1. Manual de marca, concepto y línea gráfica de la campaña.**-Producto 1.2. Planificación del Evento de Presentación.**-Producto 2.1. Audiovisual corto de 3 minutos**-Producto 2.2. Video-spot publicitario corto de 1 minuto**-Producto 2.3 Cuña radial para difusión local y perifoneo**-Producto 2.4. Video didáctico de entrenamiento virtual corto de 5 minutos.**-Informe de ejecución de 3 sesiones de capacitación virtuales en “Marketing Digital”.* | *Debe incluir la* ***propuesta técnica con cronograma de trabajo, plan de capacitación en Marketing Digital, diseños aprobados de cada producto entregable,*** *técnicos responsables y metodología aprobado por Plan Internacional. Además, la planificación de las sesiones de capacitación virtual en Marketing Digital.* *El informe final, será un documento que presente los resultados de forma organizada, secuencial y coherente. Al mismo se anexará la documentación propuesta como documentos entregables en la descripción de los productos (Objetivos específicos). Realización del Evento de Presentación y puntos de venta.*Ejecución de las tres sesiones de capacitación virtual en Marketing Digital. | 40%60% | Propuesta entregada y aprobadaSexta semana de la consultoría |

### Perfil del consultor/a

###

*Se requerirá que la persona natural o empresa a contratarse, tenga su RUC vigente con su actividad económica relacionada al servicio cotizado y facturas actualizadas y con la posibilidad de realizar su trabajo de campo en el cantón Espíndola y Loja y deberán cumplir con el siguiente perfil profesional:*

* *Título de tercer o cuarto nivel en Ciencias Sociales, Comunicación, Periodismo o afines.*
* *Deberá contar con experiencia de al menos 3 años en el Desarrollo de Campañas de Marketing Digital para promoción de emprendimientos asociativos y elaboración de productos comunicacionales con el mensaje de “causa social liderada por mujeres”, enfocados a la difusión y comercialización de productos agro artesanales.*
* *3 años de experiencia profesional en temas comunicacionales, creación de campañas y contenido. Preferentemente en temas relacionados con género, procesos sociales, empoderamiento y liderazgo de niñez y juventudes.*
* *Conocimiento de la Convención de los Derechos del Niño, Código de la Niñez y Adolescencia, así como leyes y políticas vigentes referente a protección de derechos y erradicación de la violencia a niñas, niños y adolescentes (deseable pero no obligatorio).*
* *Presentación de portafolio que valide su trabajo realizado en temas comunicacionales con anterioridad.*

###

*La empresa o persona a contratarse deberá tener la disponibilidad de realizar todo el proceso de capacitación en campo, adoptando las debidas medidas de seguridad, para la entrega oportuna de los productos establecidos en estos TDR.*

### Solicitudes

*Los interesados deberían presentar una propuesta con lo siguiente:*

* *respuesta detallada a los TdR;*
* *metodología propuesta;*
* *cronograma de trabajo (preproducción y postproducción)*
* *enfoques éticos y de salvaguardia de la niñez, incluidos los riesgos identificados y las estrategias asociadas de mitigación;*
* *CV;*
* *ejemplo de trabajos anteriores;*
* *presupuesto detallado, con tarifas por día, gastos, etc.;*
* *certificados policiales de buena conducta, en especial cuando se vayan a entrar en contacto con familias comunitarias.*
1. ***Tipo de contrato y duración***

*Se firmará un contrato civil de servicios profesionales entre Plan International Inc. y la persona o empresa contratada, por una duración máxima de* ***40 días calendarios*** *partir de la firma del mismo.*

*Solo por motivos de fuerza mayor debidamente justificados y por única vez el Contratado, podrá solicitar una prórroga de máximo de* ***05 días calendario****, para presentación de productos.*

*Envíe su solicitud a Plan International Ecuador, hasta máximo el* ***10 de diciembre del 2022****, asunto “Estrategias de Marketing Digital para emprendedoras/es de Espíndola” al correo* *ximena.cueva@plan-international.org*

**INFORMACIÓN INTERNA DE PLAN INTERNATIONAL**

1. **CODIFICACIÓN**

Los fondos para el pago de esta consultoría se cargarán a la línea contable:

|  |  |
| --- | --- |
| Línea presupuestaria | **EC05340-4032-063-2522-01** - Agencia de Publicidad para elaboración material publicitario, comunicacional, planes de comercialización y manejo de imagen - estrategia de marketing digital y manual de marca. |

1. **ALINEACIÓN**

Todo documento TDR deberá llenar el siguiente cuadro:

|  |  |
| --- | --- |
| Nombre del CP bajo el cual se inscriben estos TDRs. | Empoderamiento Económico  |
| Nombre del objetivo del CP en el que se halla inserta la propuesta. | OP4. Mujeres jóvenes y otros grupos vulnerables y excluidos desarrollan su capacidad emprendedora para ejercer sus derechos económicos. |
| Indicador al que aporta. | Indicador 2: # mujeres jóvenes desarrollan su capacidad y habilidades de liderazgo orientadas a labúsqueda de oportunidades de ahorro, emprendimiento y/o empleo digno. |
| Responsable del diseño del TDR. (Nombre y firma) | Gabriela Regalado |
| Revisión de la propuesta desde Operaciones (Nombre y firma) | Francisco ZavalaGerente de Operaciones |
| Aprobación desde Programas (Nombre y firma) | Raquel GavilanesGerente de Programas de Emergencia y Acción Humanitaria  |
| Fecha diseño del TDR | 30/11/2022 |
| Fecha de aprobación | 02/12/2022 |