



## **TÉRMINOS DE REFERENCIA**

“Diseño e implementación de campaña sobre los derechos de la población juvenil con enfoque de género”

### **PROYECTO:**

“Hacia una cultura política basada en derechos: Juventudes que Transforman Políticas Públicas”

### **República Dominicana**

## **1. Resumen del proyecto**

<b>Título del proyecto :</b>	<b>Hacia una cultura política basada en derechos: Juventudes que Transforman Políticas Públicas</b>
<b>Procedencia de los fondos</b>	Junta de Andalucía
<b>Fecha de inicio:</b>	01 de mayo de 2016
<b>Fecha de finalización :</b>	30 de abril de 2018
<b>Sectores de intervención :</b>	Sociedad civil. Derechos humanos.
<b>Zona de intervención :</b>	Los Guánduales, la Ciénaga, Guachupita, Gualey, Las Cañitas y Simón Bolívar de la Circunscripción 3 del Distrito Nacional, y Los Pinos de Sabana Perdida en Santo Domingo Norte.
<b>Beneficiarios directos :</b>	1600
<b>Presupuesto total :</b>	EU\$296,012.75

## **2. Introducción**

El proyecto “**Hacia una cultura política basada en derechos: Juventudes que Transforman Políticas Públicas**” ejecutado por Oxfam y el Comité para la Defensa de los Derechos Barriales (COPADEBA), con apoyo de la Junta de Andalucía, tiene como objetivo general contribuir a la participación ciudadana de la juventud dominicana en las políticas públicas, a través del impulso de cambios en la cultura política desde una perspectiva clientelar hacia una perspectiva de derechos.

El proyecto tiene una duración de dos años e interviene en siete barrios de la Circunscripción 3 del Distrito Nacional y Santo Domingo Norte. Entre sus objetivos más específicos está fortalecer las capacidades de la población juvenil organizada y no organizada sobre participación ciudadana, democracia y políticas públicas para fomentar un pensamiento crítico orientado a transformar los imaginarios de la juventud. Otro de los objetivos es fortalecer la organización barrial de jóvenes, así como la articulación inter barrial y con otros espacios del movimiento social para favorecer su capacidad de incidencia. Y finalmente, busca establecer acuerdos entre las organizaciones juveniles y las autoridades locales para desarrollar mecanismos orientados a combatir la exclusión y la violencia estructural que padece esta población.

En el marco de este proyecto, también se ha identificado la necesidad de integrar la narrativa de la lucha contra la desigualdad en el discurso de la juventud como sujetos políticos que demandan la garantía de derechos, de justicia social y democracia. Año tras año, la brecha entre ricos y pobres aumenta. La extrema concentración de riqueza va de la mano de la extrema concentración de poder, la cual permite que aquellos grupos mejor posicionados en la estructura socioeconómica nacional puedan moldear las políticas, las leyes y las regulaciones en su propio beneficio. En detrimento del resto de la ciudadanía cuyos intereses suelen quedar invisibilizados en el diseño de las políticas públicas, en especial, la participación activa de mujeres y jóvenes, poblaciones tradicionalmente excluidas del espacio de debate público.

### 3. Objetivos y fundamentos de la consultoría

El objeto de la consultoría es apoyar a COPADEBA y Oxfam en el diseño y coordinación de una campaña dirigida al reconocimiento de los derechos de la población joven dominicana, así como la elaboración de insumos claves para su implementación.

La campaña debe estar orientada a sensibilizar a diversas audiencias sobre los derechos de la población juvenil en general y de mujeres jóvenes en particular. Con atención especial a incidir en autoridades y entidades públicas con miras a concertar acuerdos a fin de que las necesidades juveniles se incluyan en los planes y presupuestos de los gobiernos locales. También se espera que la campaña motive a agentes de cambio a promover una gestión municipal más inclusiva, participativa y transparente, que garantice iguales oportunidades a partir de las necesidades e intereses diferenciados de mujeres y jóvenes.

La estrategia de campaña debe tomar en cuenta los hallazgos, conclusiones y recomendaciones de la línea basal elaborada sobre Cultura Política y Juventud en los 7 barrios de la zona de intervención del proyecto. **La base para las demandas de la campaña serán las agendas de prioridades juveniles con enfoque de género, elaboradas y aprobadas por los jóvenes a partir del diagnóstico participativo sobre la realidad barrial.**

Toda la visibilidad de la campaña será diseñada en consenso con el equipo técnico del Comité para la Defensa de los Derechos Barriales (COPADEBA) y Oxfam.

### 4. Tareas principales a realizar

1. Sostener reuniones de trabajo con el equipo técnico del Comité para la Defensa de los Derechos Barriales (COPADEBA) y Oxfam. para conocer los criterios y definir el concepto, las piezas y la estrategia de la campaña pública.

2. Realizar un mapeo de actores que puedan fungir como aliados en el marco de la implementación de la campaña pública.
3. Presentar propuesta de campaña, incluida la línea de diseño gráfico de acuerdo a criterios definidos y las normas de OXFAM.
4. Preparar e impartir un taller de vocería para **30** jóvenes de modo que puedan difundir la campaña, transmitiendo correctamente la demanda y las propuestas de solución.
5. Junto al equipo técnico del proyecto, coordinar por lo menos **4** acciones de movilización, para reclamar solución a problemas que afectan a la juventud y los barrios a los que pertenecen tomando en cuenta las necesidades particulares de las mujeres jóvenes. La primera de ellas a celebrarse el día Nacional de la Juventud (31 de enero). Estas acciones serán innovadoras con un contenido reivindicativo como cine fórum, obras de teatro, encuentros para presentar las agendas juveniles y tratar de generar compromisos de apoyo y acción concertada entre los actores, etc.
6. Organizar por lo menos **14** visitas a medios de comunicación para despertar conciencias y reclamar solución a problemas que afectan a la juventud y los barrios. Además de las visitas, se harán comunicados para difundir los acuerdos logrados, anunciar movilizaciones, etc.
7. Coordinar con el equipo de vocería visitas de sensibilizaciones al menos a **10** funcionarios públicos y a **10** líderes de movimientos sociales que hayan desarrollado procesos de incidencia valorados muy positivamente en las ultimas luchas juveniles en el país. Esta sensibilización permitirá despertar consciencia y hacer sinergias sumando esfuerzos en las acciones de incidencias.
8. Participar en la revisión y aprobación de materiales para la campaña (afiches, murales, bajantes, volantes y otros impresos).
9. Participar en la revisión y aprobación de materiales sobre derechos en formato popular (comics) sobre los derechos de la población juvenil en general y de mujeres jóvenes en particular.
10. Redactar un informe final de la consultoría que incluya los resultados de la evaluación de la campaña.

## 5. Cronograma de trabajo

#	ACTIVIDAD	RESULTADO ESPERADO	FECHA	FORMATO
1	Reuniones de trabajo con Oxfam y el equipo técnico del proyecto.	Definidos los criterios, el concepto, las piezas, la línea gráfica y la estrategia de la campaña pública.	1era semana (8 de enero)	Presencial
2	Realización de un mapeo de actores.	Elaborado el mapeo de actores que puedan fungir como aliados en el marco	1era semana	Digital

		de la implementación de la campaña pública.		
3	Presentación de propuesta de campaña, incluida la línea de diseño gráfico.	Presentada la propuesta de campaña de acuerdo a criterios definidos y las normas de OXFAM.	2da semana	Presencial
4	Preparación de taller de vocería para 30 jóvenes.	Impartido el taller de vocería a 30 jóvenes para difundir la campaña.	3ra semana	Presencial
5	Coordinación, junto al equipo técnico del proyecto, de por lo menos 4 acciones de movilización. La primera de ellas a celebrarse el día Nacional de la Juventud (31 de enero).	Realizadas 4 acciones de movilización, para reclamar solución a problemas que afectan a la juventud y los barrios a los que pertenecen tomando en cuenta las necesidades particulares de las mujeres jóvenes.	Según plan de trabajo (a partir de la 4ta semana)	Según plan de trabajo
6	Organizar media tours con por lo menos 14 visitas a medios de comunicación.	Realizadas 14 visitas a medios para despertar conciencias y enviados los comunicados para difundir las acciones de campaña.	Según plan de trabajo	Según plan de trabajo
7	Coordinar con el equipo de vocería las visitas de sensibilizaciones al menos a 10 funcionarios públicos y a 10 líderes de movimientos sociales.	Realizadas las visitas de sensibilizaciones al menos a 10 funcionarios públicos y a 10 líderes de movimientos sociales.	Según plan de trabajo	Presencial
8	Participar en la revisión y aprobación de materiales para la campaña (afiches, murales, bajantes, volantes y otros impresos).	Elaborados los materiales para la campaña.	Según plan de trabajo	Impreso
9	Participar en la revisión y aprobación de materiales sobre derechos en formato popular (comics) sobre los derechos	Elaborados los materiales sobre derechos en formato popular (comics) sobre los derechos de la población juvenil en general y de mujeres jóvenes en particular.	Según plan de trabajo	Impreso y digital

	de la población juvenil en general y de mujeres jóvenes en particular.			
10	Redactar un informe final de la consultoría que incluya los resultados de la evaluación de la campaña.	Informe final de la consultoría presentado	14va semana (20 de abril)	Digital y presencial

## 6. Perfil solicitado

- Profesional(es) del área de Comunicación, Cine, o Publicidad con experiencia en temas de Cooperación al Desarrollo.
- Experiencia demostrada en diseño e implementación de campañas públicas y procesos de incidencia política.
- Se valorará experiencia de acompañamiento a poblaciones jóvenes en condiciones de vulnerabilidad.
- Poseer y poner a disposición de la consultoría todos los equipos técnicos necesarios para grabación de videos y/o audio, así como para la edición y post-producción de los productos que se definan en el plan de trabajo.

## 7. Criterios de selección

Las propuestas serán revisadas por un comité de selección integrado por el equipo coordinador del proyecto. La evaluación de las propuestas se realizará de la manera siguiente:

Descripción	Porcentaje
1. Adecuación del perfil del consultor/a a los TdR.	25%
2. Experiencia previa en diseño de campañas públicas y procesos de incidencia política.	35%
3.- Calidad metodológica y económica de la propuesta.	40%
	100%

## 8. Términos y condiciones de la contratación

- La duración del contrato es de 14 semanas. La fecha tentativa de inicio es el 8 de enero, finalizando el 22 de abril.
- El pago de la consultoría será de 8,500.00 euros o su equivalente en moneda nacional a la tasa de cambio del Banco Central.
- Este monto incluye todos los impuestos y deducciones conforme a la legislación vigente, los cuales serán retenidos según corresponda.

- El/la consultora será responsable de sus gastos de transporte, alojamiento, alimentación y material didáctico en los que incurra.
- La forma de pago del servicio se hará de la siguiente forma:  
50% a la firma del contrato  
25% a la séptima semana de ejecución  
25% a la entrega de informe final
- Las tareas serán supervisadas por el equipo técnico del proyecto.

#### **9. Fecha límite de recepción de propuestas:**

Las firmas interesadas pueden enviar su propuesta económica y metodológica junto a su CV y muestra de trabajos similares con la referencia AACID/Campaña/DEyCI al siguiente correo electrónico:

[procurementdominicana@oxfamintermon.org](mailto:procurementdominicana@oxfamintermon.org)

El plazo para la recepción de propuestas finalizará el día **20 de diciembre de 2017**.

--- FIN DEL DOCUMENTO ---