

TÉRMINOS DE REFERENCIA

Campaña de comunicación – Proyecto Tejiendo Comunidades de Cuidados

Área:	Justicia de Género y Cuidados
Tipo de contrato:	Prestación de servicios profesionales
Ubicación:	Ciudad de México con trabajo de campo en distintas locaciones
Plazo:	3 de julio al 13 de noviembre de 2026.
Persona responsable del seguimiento:	Alejandra Isibasi Pouchin, Dirección de Movilización Pública y Salvaguarda.

1. ANTECEDENTES.

Oxfam México forma parte de un movimiento global para erradicar la desigualdad y tiene presencia en más de 80 países. Desde hace tres décadas, trabajamos para inspirar y movilizar a personas, organizaciones y gobiernos para construir un mundo más justo e igualitario. Siempre acompañadas de donantes, activistas, especialistas y organizaciones aliadas, documentamos las enormes desigualdades de nuestro país y generamos propuestas para la justicia económica.

En cumplimiento de su objeto social referente a la prestación de asistencia técnica a personas y grupos en situación de vulnerabilidad para fortalecer sus capacidades de gestión y operación, en Oxfam México trabajamos en cuatro líneas estratégicas: Justicia Climática, Justicia Laboral, Justicia Fiscal y Justicia de Género y Cuidados.

La presente convocatoria se enmarca en la línea de Justicia de Género y Cuidados.

OXFAM México de mano de la Agencia Vasca de Cooperación y Solidaridad implementa el proyecto “Tejiendo Comunidades de cuidado: hacia una política pública feminista”. Este proyecto tiene como objetivo general contribuir al reconocimiento de los derechos y a la representación social y política de las colectivas y cooperativas de cuidados comunitarios como protagonistas de un modelo centrado en la sostenibilidad de la vida, el equilibrio ambiental y la autonomía de las mujeres en los Estados de Puebla, Veracruz y Ciudad de México.

A nivel regional y en México, el tema del cuidado ha cobrado gran relevancia. Para OXFAM México, el cuidado constituye una necesidad de todos los seres vivos, un derecho humano y un trabajo. Es una función esencial y un bien clave para el sostenimiento de la vida, la economía, el medio ambiente y el bienestar común. Reconocemos que el cuidado está profundamente determinado por el contexto, lo que implica que no se practica ni se comprende de la misma manera en cada entorno geográfico, social y cultural.

Bajo este marco, entre marzo y noviembre del 2025, habilitamos espacios de encuentro que fomentaron el intercambio de conocimientos entre asociaciones civiles, colectivas y cooperativas que tienen como uno de sus ejes de trabajo el cuidado comunitario y/o colectivo en los estados mencionados. Estos espacios también se consolidaron como instancias de fortalecimiento en herramientas vinculadas a los derechos humanos —en particular, el derecho al cuidado—, la construcción de cartografías sociales y los primeros trazos de propuestas orientadas a la incidencia articulada en torno al cuidado comunitario y colectivo.

En colaboración con asociaciones civiles, colectivas y cooperativas participantes en los ciclos de fortalecimiento de 2025, se definió la realización de una campaña de comunicación orientada a la incidencia con el propósito de impulsar el reconocimiento de los cuidados organizados de manera comunitaria y colectiva como pilares fundamentales para la reproducción social en los diversos contextos donde se llevan a cabo, incluidos aquellos marcados por crisis económicas, políticas, ambientales y climáticas.

Por este motivo, el proyecto Tejiendo Comunidades de Cuidado: hacia una política pública feminista requiere de una persona consultora externa para diseñar el planteamiento estratégico de la campaña de comunicación. Esta campaña abordará la importancia del trabajo de cuidados organizados de manera comunitaria y/o colectiva, la representación de los mecanismos de autoorganización de las asociaciones civiles, colectivas y cooperativas participantes, los retos que enfrentan y un llamado a la acción dirigido a los tomadores de decisión.

2. OBJETIVOS GENERAL Y ESPECÍFICOS

2.1 Objetivo general de la consultoría

Diseñar y coordinar una campaña de comunicación para la incidencia pública y política sobre la importancia del cuidado, organizado de manera comunitaria y colectiva, para la reproducción social, la preservación de territorios y el sostenimiento de la vida en sus diferentes necesidades, formas y contextos. La campaña deberá construirse bajo cuatro criterios específicos:

1. Estar diseñada *en cascada*, es decir: en etapas claramente definidas y con entregas puntuales antes de pasar a las siguientes etapas [esto es para cumplir con todos los procesos de validación con las aliadas, de forma ordenada].
2. Estar guiada por la co-construcción. Esto es: tomar en cuenta para su desarrollo las opiniones y aportes de las organizaciones involucradas (diseño en cascada).
3. Todos los entregables se presentarán en tres formatos: a) material original o crudo (audio, video, fotografía, gráficos, guiones y escaletas), b) Materiales editables (másters, mesas de trabajo, sesiones y proyectos de edición) y c) Materiales finales, listos para su publicación y/o impresión.
4. El lenguaje de todos los materiales debe ser claro y de lectura fácil, con el fin de que pueda traducirse y usarse en distintas comunidades.

2.2 Objetivos específicos de la consultoría

1. Evidenciar la importancia de las acciones de cuidado comunitario y colectivo como pilar fundamental para el bien común.
2. Fomentar el autorreconocimiento de las mujeres cuidadoras, organizadas en asociaciones civiles, colectivas y cooperativas.
3. Promover el reconocimiento del trabajo de cuidado comunitario y colectivo como un bien social, destacando y valorando su impacto en las dimensiones social y económica.
4. Destacar las brechas existentes en el acceso a servicios públicos esenciales para las acciones de cuidado y a las infraestructuras públicas, así como las condiciones de desprotección en que se encuentran las mujeres cuidadoras en entornos periféricos, rurales y costeros.
5. Con base en los mensajes clave —establecidos por Oxfam México— construir un llamado a la acción, subrayando la importancia de la corresponsabilidad, en la que el Estado, el mercado y los hombres deben asumir un rol garante y responsable en la redistribución de las tareas de cuidado.

3. ACTIVIDADES.

- 3.1 Reunión inicial en la primera semana después de la firma del contrato.
- 3.2 Recepción y análisis de insumos recogidos hasta el momento por Oxfam México.
- 3.3 Coordinación, levantamiento de insumos narrativos en coordinación con el equipo de Movilización Pública de Oxfam México.
- 3.4 Planificación, elaboración de plan de trabajo para validación.
- 3.5 Propuesta y toma de decisión sobre los productos de comunicación a elaborar.
La propuesta creativa deberá apegarse al brief institucional.
Las locaciones para levantar material de producción serán los Estados de Veracruz (3), Puebla [2] y Ciudad de México [1].
La producción incluirá trabajo en campo. El trabajo con las personas participantes se realizará exclusivamente con la mediación del equipo designado por OXFAM México, por lo que la consultora no podrá establecer contacto directo con ellas y deberá seguir la ruta de gestión acordada con OXFAM México.
Se establecerá un mecanismo de coordinación entre OXFAM México y la entidad contratada para definir responsables, canales de comunicación y la resolución de ajustes operativos.
La propuesta deberá considerar la integración de insumos provenientes de sistematizaciones en curso, así como de insumos gráficos con los que cuenta OXFAM México, cuya definición y posibles ajustes en tiempos o disponibilidad se acordarán de manera conjunta entre Oxfam México y la consultora.
- 3.6 Diseño narrativo y guionización, desarrollo del concepto narrativo, tratamiento, guiones y escaletas de los productos de comunicación acordados, con validaciones en cada etapa.
- 3.7 Producción audiovisual, registro en campo y construcción de piezas audiovisuales, integrando testimonios y contenidos clave.
- 3.8 Edición y postproducción: Edición narrativa, diseño sonoro, musicalización, corrección de color y subtítulaje para garantizar calidad técnica y comunicativa.
- 3.9 Desarrollo y validación con organizaciones de piezas gráficas, guiones y producción de espacios radiales y materiales destinados al uso comunitario.
- 3.10 Aplicación de cambios y ajustes en hasta dos rondas por cada etapa incluida en la planeación.
- 3.11 Entrega final de materiales listos para su impresión y/o distribución, ya sean estos de carácter digital o físico.

4. ENTREGABLES.

Los entregables para esta consultoría se agruparán en los siguientes tres bloques:

1. **Diagnóstico comunicacional.** Con los insumos entregados por la Dirección de Movilización Pública, la consultora deberá evaluar las herramientas, canales, usos y capacidades de las organizaciones involucradas para fundamentar el diseño estratégico de la campaña.
2. **Estrategia (manual de campaña).** Este diseño deberá garantizar la pertinencia cultural, incorporar un enfoque interseccional y promover activamente principios antirraciales y decoloniales, además de seguir el principio de co construcción. Este manual de campaña, o diseño de la estrategia, deberá incluir:
 - a) Identidad gráfica
 - b) Identidad narrativa
 - c) Mensajes clave
 - d) Definición de audiencias
 - e) Formatos y canales de salida
 - f) Cronograma de ejecución
3. **Piezas de campaña.** En coordinación con el área de Movilización Pública de Oxfam México, la consultora desarrollará todas y cada una de las piezas definidas en el diseño de estrategia, incluyendo piezas gráficas y

audiovisuales para redes sociales; guiones y producción de piezas para difusión en espacios radiales; producción y realización de videos y materiales destinados al uso comunitario, según corresponda.

Cada entregable pasará por un proceso de doble validación: el de Oxfam México y el de las organizaciones participantes en el proyecto. Los mecanismos para la validación con las organizaciones serán acordados con la Coordinadora de Cuidados Comunitarios y con el equipo de movilización pública.

ENTREGABLE	ACTIVIDADES ASOCIADAS	DESCRIPCIÓN	FECHA DE ENTREGA	PORCENTAJE DE PAGO
Diagnóstico comunicacional	Diagnóstico	Con base en los insumos que reciba de OMX y la junta inicial con el equipo de Movilización Pública, deberá definir el trazo general de la campaña y fundamentar su diseño de estrategia en función de las capacidades detectadas de las organizaciones.	1ra quincena julio 2026	40% A
	Planificación	Propuesta técnica. Cronograma de avance con etapas definidas. Debe incluir procesos de validación y rondas de cambios.	27 julio 2026	
	Diseño de estrategia (propuesta)	Debe incluir los apartados arriba mencionados, además de una propuesta de presupuesto. En el apartado cronograma deberán detallarse claramente los periodos de preproducción, producción y postproducción, así como considerar los viajes de campo para levantamiento de material.	27 julio 2026	
Manual de campaña:	Identidad gráfica	Manual de identidad gráfica: logotipo, isotipo, aplicaciones, tipografías, paleta de colores.	14 agosto 2026 (fecha estimada ya que las fechas de los encuentros están por definir)	40%
	Identidad narrativa	Manual de identidad narrativa: naming (racional creativo), personajes, escenarios, arco narrativo, tag y punch lines, tono y mensajes clave.	14 agosto 2026	
	Lista de materiales a desarrollar	Detalle de materiales agrupados según formatos: textos, gráficos, impresos, sonoros, audiovisuales. Entrega de manual que incluya criterios de calificación para la pre-validación. En los encuentros: pre-validación de propuesta de campaña y discusión de mecanismo de validación y creación de "comité revisor" de las organizaciones para validación.	14 agosto 2026 entrega de manual a pre-validación de las organizaciones participantes.	

ENTREGABLE	ACTIVIDADES ASOCIADAS	DESCRIPCIÓN	FECHA DE ENTREGA	PORCENTAJE DE PAGO
Piezas de campaña	<p>Piezas gráficas</p> <p>Piezas sonoras</p> <p>Piezas audiovisuales</p> <p>Piezas impresas</p>	<ul style="list-style-type: none"> Máster gráfico. Aplicaciones. Guiones y/o plantillas de piezas gráficas (carruseles, infografías, etc.) Material en crudo: audios capturados, música libre de derechos, biblioteca de incidentales. Guiones y/o escaletas para espacios radiales. Material en crudo: testimonios, aspectos, fotografías. Guiones y/o escaletas para piezas de video (reels, stories, etc.) Maquetas y/o dummies de material impreso 	2 octubre 2026	
	Validación	<p>Validación de materiales por organizaciones, en términos de su difusión: canales por usarse, materiales que se priorizan, etc.</p> <p>Entrega de materiales</p> <p>Inicio campaña</p>	<p>1ra q. Octubre 2026</p> <p>15 octubre 2026</p> <p>Noviembre 2026</p>	20%

Todos los pagos se realizarán de conformidad con las políticas de pago de Oxfam México y se programarán después de la recepción a entera satisfacción de los entregables.

5. PERFIL PROFESIONAL DE LA PERSONA (FÍSICA O MORAL) A CONTRATAR

- 5.1 Contar con al menos tres años de experiencia en la creación de campañas comunicacionales, elaboración de materiales de comunicación —incluidos contenidos para redes sociales— y producción de procesos radiales.
- 5.2 Experiencia en temas relacionadas al género, proyectos sociales o derechos humanos.
- 5.3 Conocimiento del enfoque de interseccionalidad y principios antirracistas (deseable).
- 5.4 Manejo y organización de información, asegurando su cumplimiento dentro de los plazos establecidos.
- 5.5 Experiencia en trabajo en campo.
- 5.6 Experiencia en edición y postproducción audiovisual.
- 5.7 Presentación de portafolio con trabajos audiovisuales previos relevantes.
- 5.8 Capacidad para disponer de equipo técnico propio o acceso garantizado a equipo profesional para producción y postproducción.
- 5.9 Persona física o moral al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones patronales y fiscales.
- 5.10 Deberá aceptar las políticas de manejo de datos personales, de prevención de conflicto de interés y el código de ética de Oxfam.

6. PROPUESTA TÉCNICA Y ESPECIFICACIONES

Propuesta técnica

La consultora deberá presentar una propuesta técnica que incluya:

1. Concepto creativo alineado con los objetivos del proyecto y su enfoque de incidencia.
2. Metodología que se aplicará en el desarrollo narrativo y el trabajo con historias de vida.
3. Estrategia para articular las distintas historias y productos en una narrativa transversal.
4. Currículo de las personas integrantes del equipo (si la consultoría se conforma por un equipo, la consultora será la responsable de la gestión de su equipo).
5. Plan de trabajo y cronograma.
6. Portafolio de trabajo con información reciente y relevante para el proyecto.
7. Detalle de los costos, con impuestos desglosados.

La entidad contratada deberá contar preferiblemente con un equipo integral que cubra dirección, investigación, guion, producción y postproducción, así como con el equipo técnico profesional necesario para garantizar la calidad de las piezas audiovisuales. Será responsable de la logística de producción (transporte, hospedaje, viáticos, traslados de equipo y cualquier otro gasto asociado a los trabajos), por lo que la propuesta económica deberá contemplar estos gastos.

Cualquier modificación relevante respecto a lo presentado se informará previo a la firma del contrato.

7. PROPUESTA ECONÓMICA Y FORMA DE PAGO.

La propuesta económica deberá especificar el monto total por el servicio de consultoría, incluyendo todos los conceptos: honorarios profesionales, impuestos, seguros, transporte, comunicaciones, entre otros. Este monto deberá estar respaldado por un desglose detallado de los costos. **El monto máximo permitido para las propuestas es de \$520,000.00 pesos mexicanos (quinientos veinte mil mil pesos 00/100 M.N.), impuestos incluidos.**

La propuesta económica deberá cubrir todas las etapas del proyecto, presentarse en pesos mexicanos e incluir un desglose de costos y monto total. La propuesta económica deberá contemplar todos los costos asociados a la estrategia de comunicación, incluyendo los escenarios logísticos derivados de trabajo en campo en distintas locaciones.

Para el caso de las personas morales, se deberá presentar una cotización que incluya razón social, domicilio y teléfono, así como la propuesta económica con precios unitarios y las características específicas del servicio ofrecido.

El pago se realizará en tres exhibiciones correspondientes a señalado en la tabla de entregables. Los pagos estarán vinculados a la entrega de los productos establecidos en los Términos de Referencia y estarán sujetos a la aprobación de Oxfam México, A.C. Una vez aprobados, la persona física o moral contratada deberá emitir el comprobante fiscal digital correspondiente, conforme a las disposiciones fiscales vigentes.

8. PARA POSTULAR

Las personas interesadas deberán enviar la documentación requerida al correo nayelischumacher@oxfamMexico.org, a más tardar el 2 de julio de 2026 a las 23:59 horas, con el asunto “Propuesta Campaña de Comunicación Comunidades de Cuidados”.

Las postulaciones deberán incluir:

1. CV de la persona moral o personas físicas que acredite los requisitos del punto 5.
2. Propuesta técnica.
3. Propuesta económica.

Cuando se quiera participar en grupo (sin necesidad de estar constituidas como persona moral), el contrato se asigna a una sola persona que fungirá como representante del equipo.

En caso de que se modifique la integración del equipo consultor o grupo de trabajo durante el tiempo de la consultoría, estos cambios deberán comunicarse a OMX para su validación y, de ser el caso, aprobación.

Fecha de elaboración: 25/06/2026

Firman:

	 box SIGN 4WP67JX1-1RPVP7P9
Elabora: Cynthia Carrasco Martínez Coordinación de Cuidados Comunitarios	Visto bueno: Alejandra Isibasi Dirección de Movilización Pública y Salvaguarda