

## REVISIÓN PARTICIPATIVA DEL CICLO DE SERVICIO DE “EMPRENDIENDO MUJER” DEL PROYECTO IGNITE

THE IGNITE INITIATIVE: LIBERANDO EL PODER DE LAS EMPRESARIAS

### 1. INFORMACIÓN INSTITUCIONAL

CARE es un líder global dentro de un movimiento mundial dedicado a erradicar la pobreza. Es reconocido por su compromiso inquebrantable a favor de la dignidad de las personas. CARE fue constituida hace más de 75 años y hoy expande su acción en más de 90 países. CARE Perú inició su trabajo en el Perú hace más de 50 años, a raíz de la emergencia ocurrida en el Callejón de Huaylas, en Ancash, desde entonces lucha exitosamente contra la pobreza, apoyando a las comunidades con programas integrales y esfuerzos en incidencia; generando impacto sostenible de manera estratégica y transparente, a través de sus diferentes programas. CARE Perú ha identificado cuatro ejes de trabajo que reflejan los esfuerzos multidisciplinarios para lograr su meta y que responden a sus indicadores clave:

- Desarrollo e inclusión económica de la mujer: Nuestro objetivo es incrementar los ingresos económicos de las mujeres en situación de vulnerabilidad y fomentar su participación equitativa en la toma de decisiones financieras del hogar.
- Inclusión social y desarrollo de potencial: Trabajamos para que más mujeres, niñas y niños accedan a servicios de salud, agua y saneamiento. Combatimos la desnutrición crónica infantil en niño/as menores de 5 años para que puedan asistir al colegio y concluir su educación oportunamente, permitiéndoles acceder a más oportunidades.
- Adaptación y resiliencia frente a amenazas climáticas: Concientizamos a las personas para reducir su vulnerabilidad frente al cambio climático, garantizando el acceso a alimentos y adaptando sus medios de vida para lograr la resiliencia.
- Gestión de riesgos y respuesta a emergencias: Apoyamos a mujeres y hombres impactados por desastres y fenómenos naturales para que sus familias accedan a servicios sociales fundamentales y puedan recuperar sus medios de vida.

### 2. ANTECEDENTES

El **Programa Ignite** es desarrollado en colaboración con el **Centro Mastercard para el crecimiento inclusivo** y opera en Pakistán, Perú y Vietnam, donde hay grandes segmentos de microempresas y pequeñas empresas desatendidas listas para invertir. En Perú, el proyecto tiene como objetivo contribuir a la creación de empleo, mejorar el bienestar de las familias a través del acceso a productos financieros personalizados para mujeres emprendedoras y promover un mayor uso de soluciones financieras digitales. Además, busca reducir las barreras financieras y no financieras para el emprendimiento de las mujeres e influir en la creación de un entorno propicio que permita generar un modelo escalable y sostenible.

A través de estas acciones, IGNITE alcanzará a más de 1 millón de emprendedoras y emprendedores, acelerando el crecimiento directo de 36,000 empresarias y empresarios e impactando a 208,000 empleados y familiares. Al menos un 50% serán mujeres.

El proyecto IGNITE tiene 3 componentes:

- Mayor acceso a productos y servicios financieros adaptados, en alianza con proveedores de servicios financieros, que satisfagan las necesidades de las mujeres empresarias y prioricen su acceso al sistema financiera formal.
- Acceso a servicios integrales para el desarrollo de capacidades y habilidades en educación financiera, empresariales, blandas y en herramientas digitales, con enfoque de género.
- Campañas de comunicación que promuevan soluciones digitales, productos y servicios adaptados; además de abordar las barreras sociales e institucionales que las mujeres empresarias enfrentan para el crecimiento de sus negocios.

El presente estudio de exploración cualitativa se encuentra dentro del componente uno y suma a los resultados intermedios e inmediatos del proyecto:

| Resultados intermedios   | Resultados inmediatos   | Indicadores  |
|--|---|--|
| 1. Los proveedores de servicios financieros ofrecen productos y servicios financieros que satisfacen las necesidades de los y las Strivers | <p>1.1 Las instituciones financieras han incrementado su entendimiento respecto a las necesidades de los y las Strivers.</p> <p>1.2 Los y las Strivers, especialmente las mujeres, tienen un mayor acceso a los productos financieros</p> | <p>% strivers que son usuarios activos de los servicios financieros formales de Financiera Confianza.</p> <p>% strivers reportando satisfacción con Financiera Confianza.</p> <p>% strivers con mayor conciencia de los productos de Financiera Confianza.</p> |

### 3. OBJETIVOS DE LA CONSULTORÍA

#### 3.1. Objetivo General

Realizar una revisión participativa del ciclo de servicio<sup>1</sup> del producto financiero Emprendiendo Mujer desde la percepción de las participantes de proyecto IGNITE.

#### 3.2. Objetivos Específicos:

- Describir el ciclo del servicio del producto financiero Emprendiendo Mujer desde la perspectiva de las usuarias, recogiendo las experiencias, vivencias y el significado al informarse, adquirir y mantener el producto financiero.
- Identificar las barreras de género, factores que limitan y los agentes dinamizadores que facilitan la inclusión financiera y digital de las usuarias del producto financiero Emprendiendo Mujer, en sus diferentes etapas (en el acceso, mantenimiento y renovación de créditos).
- Describir desde la percepción de las usuarias del producto financiero Emprendiendo Mujer, el flujo y acceso a la comunicación entre la entidad financiera y ellas.
- Recoger desde la perspectiva de las usuarias, propuestas de mejora que faciliten su acceso al crédito, competencias financieras, digitales y sociales, y otros, que contribuyan a su empoderamiento económico integral.

<sup>1</sup> El ciclo de servicio es el conjunto de vivencias y actividades que los y las clientes experimentan al interactuar con una entidad financiera para adquirir un producto o servicio. Considera, además, que las y los clientes evalúan los “puntos de contacto” de las organizaciones basándose en una comparación básica: percepción versus expectativas, para definir sus ideas —positivas o negativas— de calidad.

## 4. ALCANCE

### 4.1. Programático

Considerar las definiciones conceptuales en las que se basa el proyecto:

#### 4.1.1. Equidad de Género, Empoderamiento Económico, y Teoría de Cambio:

Las mujeres deben participar de manera equitativa en la toma de decisiones con los hombres. Las mujeres, a quienes generalmente se les considera que están en la posición de “menor poder” deben ser capaces de utilizar sus conocimientos de finanzas y manejar su capacidad de expresar, plantear argumentos y tomar decisiones a conciencia.

Los procesos relevantes de toma de decisiones financieras deben ser equitativos y adecuadamente reflexionados por las mujeres que deciden emprender un negocio: a qué negocio entrar y las decisiones clave de gestión negocios, activos financieros (como los préstamos y los ahorros), los activos productivos (como máquinas, fertilizantes, herramientas), locales comerciales, terrenos, etc.

El empoderamiento económico de las mujeres es el proceso mediante el cual las mujeres aumentan su derecho a los recursos económicos y el poder para tomar decisiones que se benefician a sí mismas, a sus familias y sus comunidades.

Esto requiere un acceso y control igualitario sobre los recursos económicos, los activos y las oportunidades, así como los cambios a largo plazo en las normas sociales y las estructuras económicas que benefician por igual a mujeres y hombres.

En este sentido se plantea la siguiente Teoría de cambio:

#### Marco de empoderamiento de CARE<sup>11</sup>

CARE comprende que hace falta mucho más que simplemente incluir a las mujeres en sus proyectos para avanzar hacia el Empoderamiento y la Igualdad de Género. La teoría y marco actual para el empoderamiento de la mujer surgió a partir de la Investigación y reflexión realizada durante el Estudio de Impacto Estratégico (SII) de varios años <sup>12</sup>.

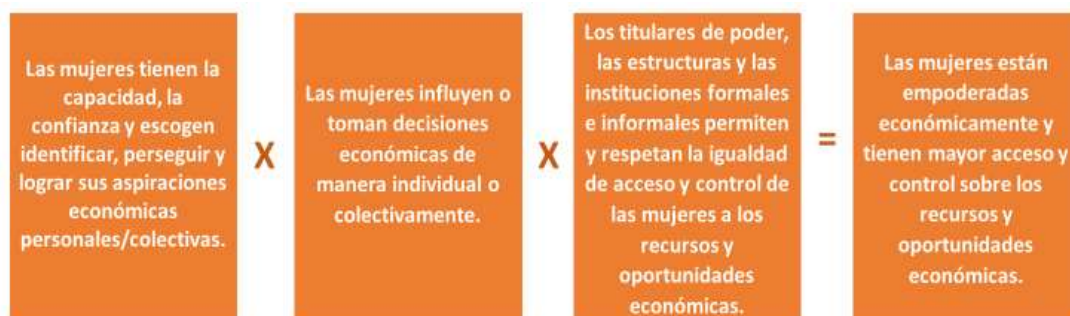
En base a este y otros trabajos, CARE define el empoderamiento de la mujer como el **efecto combinado de cambios** en:

- El conocimiento de sí mismo, habilidades y capacidades de la mujer (capacidad de acción).
- Las normas sociales, costumbres, instituciones y políticas que dan forma a sus elecciones en la vida (estructuras), y
- Las relaciones de poder a través de las cuales ella negocia su camino (relaciones).



- Si la agencia y la capacidad de las mujeres para influir en la toma de decisiones económicas (individual y colectivamente) se incrementa y se utiliza en espacios inclusivos y efectivos para la negociación;
- Si el papel productivo / económico de la mujer se expande y reconoce dentro de los hogares y la sociedad en general, así como lo promueven, defienden y respetan los que tienen el poder;

- Entonces las mujeres tendrán mayor y más equitativo acceso y control sobre los recursos económicos, las oportunidades y los activos, así como, en última instancia, lograrán la igualdad de beneficios de su contribución económica.



CARE se centra en cuatro vías clave que están interrelacionadas para el empoderamiento económico:



#### 4.1.2. Resiliencia:

Para CARE, la resiliencia está relacionada a gestionar riesgos y lidiar con los shocks y estreses que influyen negativamente en la vida de las personas. CARE apunta a enfocarse en aquellos shocks y estreses que afectan a los grupos más allá del nivel individual o familiar, por ejemplo: grupos de hogares, comunidades, regiones o incluso países enteros.

De acuerdo con el marco teórico de Incremento de Resiliencia de CARE, la resiliencia se incrementa si:

- Se han construido y apoyado las capacidades y activos necesarios para manejar shocks y estreses,
- Se han reducido los factores generadores de riesgo y
- Las acciones están apoyadas por normas formales o informales, planes, políticas y legislación favorables, que permitan a los individuos y las comunidades reducir su vulnerabilidad.

Además de este Marco de empoderamiento, CARE Internacional ha desarrollado una nota guía sobre [“Involucrando a los hombres y adolescentes en la igualdad de género”](#)

#### 4.2. Geográfico

Considerando el contexto de emergencia por COVID-19, se estima que el servicio no conllevará desplazamiento físico o de campo para el levantamiento de la información, por lo que se deberá considerar el uso y acceso de herramientas virtuales para el estudio.

El ámbito geográfico del proyecto “The Ignite Initiative” es a nivel nacional. Sin embargo, para para fines del estudio, se ha determinado seis (06) ciudades en las que se encuentran

la mayoría de las mujeres que han adquirido el crédito “Emprendiendo Mujer” de Financiera Confianza. En el siguiente cuadro se presenta la distribución del ámbito y la población total que deberá ser considerada para el estudio:

| N°           | Departamento | Mujeres |
|--------------|--------------|---------|
| 1            | Lima         | 12      |
| 2            | Piura        | 12      |
| 3            | Junín        | 12      |
| 4            | Arequipa     | 12      |
| 5            | Ucayali      | 12      |
| 6            | Puno         | 12      |
| <b>Total</b> |              | 72      |

#### 4.3. Segmentos poblacionales de interés

El proyecto trabaja con emprendedoras y emprendedores de MYPEs, sin embargo, el estudio tendrá como única población a las emprendedoras mujeres, quienes han sido categorizadas de la siguiente manera:

**Strivers:** Empresarias/os que tienen al menos 1 o más trabajadores.

**Pre Strivers:** Empresarias/os que trabajan de manera individual. Dentro de este grupo poblacional, se especifican los siguientes perfiles para el estudio:

#### 4.4. Desagregación de la información

La información presentada en todos los documentos de análisis deberá ser desarrollada bajo los siguientes aspectos:

- **Perfiles:** Mujeres pre Strivers y Strivers
- **Edad:** Grupos de edades (23 a 57 años)
- **Sector Económico:** Manufactura, Comercio, Servicios, Agropecuario y otros.
- **Nivel educativo:** universitario o mayor, secundario o menor.

### 5. ASPECTOS METODOLÓGICOS

#### 5.1 Diseño técnico - metodológico

El estudio de revisión participativa sobre el ciclo de servicios “Emprendiendo Mujer” utilizará herramientas que permitan profundizar e indagar desde las mismas participantes de manera genuina la información requerida. Regularmente los estudios cualitativos aplican entrevistas a profundidad y grupos focales, sin embargo, existen otras herramientas que podrían ser adaptadas para este propósito lo que se deja a criterio del (la) consultor (a), considerando que 72 empresarias son las unidades de análisis. En caso específico del grupo focal se sugiere aplicar la metodología de journey map. Durante la implementación de estas herramientas el (la) consultor(a) deberá implementar estrategias que eviten la revictimización de algún(a) participante que manifieste ser víctima de violencia y aplicar técnicas de contención en el caso de requerirlo.

El equipo del proyecto facilitará la relación y conexión con las (los) participantes que serán parte del estudio. El (la) consultor (a) deberá asegurar contar con los consentimientos de

información respectivos para participar del estudio debidamente firmados por los (las) participantes, los cuales deberán ser entregados al final del estudio.

Se sugiere una posible distribución de la población de análisis según el tipo de herramienta, sin embargo, podrá ser ajustado en el caso de existir una nueva herramienta que se requiera incorporar. El (la) consultor (a) aplicará 24 entrevistas a profundidad y 08 grupos focales, recopilando los registros de la información (audios, videos, etc.). La distribución de la población y las herramientas que debieran ser aplicadas se muestra en la siguiente tabla:

| Herramientas                      | Pre-Strivers | Strivers  | Total     |
|-----------------------------------|--------------|-----------|-----------|
| <b>ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD</b>  |              |           |           |
| Mujeres que renovaron créditos    | 6            | 6         | <b>12</b> |
| Mujeres que no renovaron créditos | 6            | 6         | <b>12</b> |
| <b>FOCUS GROUPS</b>               |              |           |           |
| Mujeres que renovaron créditos    | 12           | 12        | <b>4</b>  |
| Mujeres que no renovaron créditos | 12           | 12        | <b>4</b>  |
| Total, de participantes           | <b>36</b>    | <b>36</b> | <b>72</b> |

A continuación, se desarrollan cada una de las herramientas metodológicas sugeridas para el estudio:

#### 5.1.1. Entrevista a Profundidad

Es una entrevista personal, directa y semi-estructurada en la que un entrevistador hace una indagación exhaustiva para lograr que un entrevistado hable libremente y exprese en forma detallada sus motivaciones, creencias y sentimientos sobre un tema.

Los cuestionarios para las entrevistas ahondarán sobre el ciclo de servicio experimentado, las barreras de género y factores que limitan la inclusión financiera y digital, los cuellos de botella y aspectos positivos del ciclo de servicio y el flujo de comunicación entre la entidad financiera y las mujeres (70% de preguntas). Se busca, además, identificar las propuestas de las mujeres para mejorar su acceso al crédito, sus competencias financieras, digitales y sociales que sumen a su empoderamiento económico integral a través de un ciclo de servicio renovado (30% de preguntas).

#### 5.1.2. Grupo Focal Virtual:

Es un espacio grupal de opinión para captar el sentir, pensar y vivir de las y los participantes, provocando auto explicaciones para obtener datos cualitativos. Se centra en la pluralidad y variedad de las actitudes, experiencias y creencias de los participantes, y lo hace en un espacio de tiempo relativamente corto bajo herramientas virtuales.

En estos grupos focales participarán las mujeres pre striver y Strivers de manera separada utilizando la herramienta de “customer journey map”.

#### 5.1.3. Customer Journey map:

El customer journey map es una herramienta de gestión de experiencia del cliente que permite plasmar en un mapa cada una de las etapas, interacciones, canales y elementos por los que atraviesa un cliente durante todo el ciclo de servicio o compra.



Todos los pasos del cliente en su camino hacia el servicio o producto deben ser analizados con el fin de reconocer y ampliar los momentos positivos en la experiencia del usuario (UX) por un lado, e identificar y eliminar los momentos negativos por el otro.

El consultor/ la consultora o equipo de consultores utilizará esta herramienta con el objetivo de i) Desarrollar una “persona” que describa quién es tu cliente clave y porqué siente de la forma que lo hace; ii) Identificar las primeras impresiones en los puntos de contacto al escuchar del producto financiero; iii) Encontrar qué es lo que le hizo decir que sí o no al crédito, iv) Identificar los pasos previos hasta la firma del crédito y el servicio post firma, v) Identificar las principales dificultades, es decir, lo que más les incomodó, molestó, frustró, o preocupó a nivel externo e interno y vi) Propuesta de soluciones para generar un producto financiero, enmarcado en un nuevo ciclo de servicio, que les genere mayor beneficio, ganancias y alegrías (considerándose su inclusión financiera, digital y reducción de las brechas de género).

A través de la aplicación de estas herramientas, se espera conocer y entender cuáles son las verdaderas necesidades, dificultades, frustraciones, temores, incomodidades, insatisfacciones, alegrías, deseos, satisfacciones, y sugerencias o propuestas con respecto al producto financiero “Emprendiendo Mujer”.

## **5.2 Recolección de datos**

5.2.1 Fuentes primarias: A través del recojo de directo de las entrevistas y grupos focales. Toda la información referida a datos personales de las personas entrevistadas será entregada a CARE.

5.2.2 Fuentes secundarias: A través de documentos referenciales del proyecto (línea de bases, estudios de mercados, entre otros) y fuentes bibliográficas que enriquezcan el estudio.

## **5.3 Procesamiento y análisis de la información**

El (la) consultor podrá utilizar diferentes herramientas para análisis de información cualitativa como Atlas ti u otras que estime conveniente. Las transcripciones y matrices de análisis cualitativo, construcción de construcciones, así como otras herramientas utilizadas, serán requeridas.

## **5.4 Del informe final**

El documento final será presentado en un documento Word mínimamente con la siguiente información:

- Resumen ejecutivo (metodología, hallazgos claves, principales recomendaciones).
- Introducción y antecedentes (objetivos, descripción del grupo poblacional, etc.)
- Metodología (diseño y aplicación de instrumentos, enfoque para el análisis de la información recopilada)
- Hallazgos y resultados (diferenciados por tipo de perfil, complementado con revisión de fuentes secundarias, citas relevantes de los participantes, interpretación de los constructos)
- Conclusiones y recomendaciones
- Anexos (instrumentos aplicados, matrices para el análisis de la información, transcripciones, grabaciones, consentimientos informados)

Asimismo, se solicitará un PPT de hallazgos claves y conclusiones.

## 6. PRODUCTOS ESPERADOS

### 6.1. Producto 1: Diseño metodológico del estudio

Diseño metodológico según lo requerido en el numeral 5.1. Diseño técnico metodológico entregará la propuesta de los instrumentos para las entrevistas a profundidad y focus groups y el proceso que tomará en cuenta para el diseño de la propuesta de acción.

### 6.2. Producto 2: Informe final

El documento que deberá ser entregado deberá tener la estructura señalada en el numeral 5.4. del informe final.

## 7. DURACIÓN DEL ESTUDIO

| Actividad  | Fechas   |
|--|--|
| Difusión del Término de Referencia               | 21 de febrero al 08 de marzo                           |
| Envío de consultas                               | 28 de febrero, 1 de marzo y 2 de marzo                 |
| Sesión online para absolución de consultas       | 3 de marzo de 4 a 5:30pm                               |
| Presentación de propuestas                       | 08 de marzo hasta las 24:00 horas                      |
| Apertura de sobres                               | 09 de marzo  |
| Buena Pro  | 11 de marzo  |
| Primer producto: Diseño metodológico del estudio | 23 días posterior a la firma del contrato              |
| Segundo producto: Informe final                  | 28 días posterior a la aprobación del primer producto. |

## 8. REQUISITOS DEL CONSULTOR/A O INSTITUCIÓN EJECUTORA DEL ESTUDIO:

Deberá contar con los siguientes requisitos:

- **Experiencia:** Mínima de 7 años en experiencia general, de los cuales 5 años de experiencia trabajando en temas de investigación de proyectos sociales (de preferencia en entornos virtuales) preferentemente en temas de inclusión financiera, emprendimientos, género o violencia basada en género. Además de experiencia realizando entrevistas a profundidad, grupos focales y herramientas de diseño centrado en el usuario (UX).
- **Competencias:** Adaptabilidad, proactividad, responsabilidad y trabajo en equipo. De preferencia con conocimientos en temas de inclusión financiera y emprendimientos. Manejo de plataformas digitales para la investigación y conocimiento sobre metodologías cualitativas digitales y a distancia.
- **Formación Académica:** Economía, Administración de Negocios, Ingeniería Industrial, Estadística, Psicología Comercial, Ciencias Sociales, Comunicación, o afines.
- No tener antecedentes penales, policiales, ni penales vinculados a Violencia Basada en Género.
- No tener deudas pendientes en el Registro de Deudores Alimentarios Morosos (REDAM)
- No tener deudas registradas en INFOCORP.

**SÓLO SE EVALUARÁN LAS OFERTAS DE LOS CONSULTORES QUE CUMPLAN LOS REQUISITOS INDICADOS EN EL PÁRRAFO ANTERIOR.**



## 9. PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS

Profesionales y/o Empresas interesadas deberán enviar a CARE Perú sus Propuestas Técnicas y Económicas según se detalla a continuación:

Propuesta Técnica: Plan de Trabajo, conteniendo la metodología a emplear para cada Producto y su respectivo cronograma de ejecución.

Propuesta Económica: Presupuesto detallado a todo costo, especificando gastos operativos, comunicaciones, etc. Tener presente que el impuesto a la renta es un tributo que graba la utilidad de las personas, o instituciones, no podrá ser transferido a CARE Perú

- Currículum Vitae documentado del equipo consultor e integrantes del equipo técnico que participará en el Estudio.
- Copia de su ficha R.U.C del/ de la responsable de la consultoría y su equipo.
- Copia de constancia virtual del/ de la responsable de la consultoría y su equipo de no estar registrado/a en el Registro de Deudores Alimentarios Morosos del Poder Judicial (REDAM). <https://casillas.pj.gob.pe/redam/#>
- Copia Certificado Único Laboral del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo del/ de la responsable de la consultoría y su equipo en que constate que no tiene antecedentes penales, judiciales y policiales. <https://www.empleosperu.gob.pe/CertificadoUnicoLaboral>

## 10. CONTACTO PARA LA COORDINACIÓN

Todas las propuestas deberán enviarse al siguiente correo: [convocatoria@care.org.pe](mailto:convocatoria@care.org.pe) a más tardar el **martes 08 de marzo del 2022 hasta las 24:00 horas**, indicando **“REVISIÓN PARTICIPATIVA DEL CICLO DE SERVICIO DE EM - IGNITE”** y el nombre del o de la responsable.

Todas las consultas técnicas o precisiones respecto a este Término de Referencia deberán enviarse a ese mismo correo entre las 09.00 horas del 28 de febrero hasta las 17:30 horas del 02 de marzo.

Los profesionales y empresas interesadas en participar en la sesión online para absolución de consultas deberán comunicarse hasta el día 02 de marzo hasta las 17:30 a la siguiente dirección electrónica: [convocatoria@care.org.pe](mailto:convocatoria@care.org.pe), indicando su nombre o razón social, así como el nombre y dirección de correo electrónico del o de la representante que participará en esta sesión online.

### NOTA:

- Las propuestas enviadas a cualquier otro correo o destinatario/a de esta institución invalidarán su participación, así como su envío posterior a la fecha y hora señaladas.
- El resultado de la convocatoria será comunicado solo al/ a la postulante que obtuvo la buena pro.
- El impuesto a la renta es un tributo que grava la utilidad de las personas, o instituciones, no podrá ser transferido a CARE Perú

## 11. FORMA DE PAGO Y MONTO REFERENCIAL

El monto referencial para la presente consultoría no debe exceder de S/. 15,000 soles.

El monto total de la consultoría se realizará en dos (02) pagos contra recepción y aprobación de los entregables:

- Primer pago: El 30% a la entrega y aprobación del Producto N°1.
- Segundo pago: El 70% a la entrega y aprobación del Producto N°2.

La consultoría tendrá una duración de 60 días calendario desde la orden de inicio.

Las facturas de proveedores y recibos por honorarios se reciben en Tesorería solamente los lunes de 9am a 5pm. CARE Perú paga a todos sus proveedores a los 15 días calendario de haber recibido el respectivo Comprobante de Pago, el mismo que solamente será aceptado previa conformidad de los productos finales entregados por los Proveedores.

## 12. CRITERIOS DE ÉTICA

Durante la vigencia del contrato, el/la consultor/a o el equipo consultor deberán mantener una conducta ética acorde a las políticas institucionales de Care Perú.

**Acreditación de fuentes:** Todas las fuentes secundarias utilizadas deberán ser debidamente acreditadas según las normas internacionales.

**Cumplimiento puntual:** La puntualidad en el cumplimiento de los compromisos es fundamental.

**Confidencialidad:** Los productos elaborados como parte de la consultoría y usando los lineamientos y la información proporcionada por CARE Perú son de uso estrictamente por CARE Perú, no pudiendo el/la consultor/a difundirlos ni hacer uso de ellos con fines personales o profesionales.

Cumplir con el llenado de la declaración del conflicto de interés, que podría generar que nuestra objetividad e independencia tome decisiones que afecten o puedan verse indebidamente afectadas por intereses personales, financieros, profesionales o pretendan beneficiar a algún familiar o alguna persona cercana; por ello, se solicita a los proveedores que identifiquen situaciones de conflictos de interés pueden ser los vínculos familiares, la representación o inversión financiera en empresas o entidades competidoras, aliadas, socias o proveedores, entre otros.

## 13. CONFIDENCIALIDAD

El/la Proveedor/a se obliga a mantener en reserva y a manejar adecuada e idóneamente la información que le sea entregada de carácter confidencial, respetando la confidencialidad de esta, en el sentido de no divulgar o hacer uso no autorizado o abusivo de la misma, de acuerdo con las normas que regulen la materia. El término “Información Confidencial” comprende toda aquella información no disponible al público, ya sea de manera escrita, oral o por cualquier otro medio, sobre la cual el/la consultor/a haya adquirido, o adquiera conocimiento como resultado de la preparación, negociación, celebración y/o ejecución de esta contratación, y que se entienda de manera razonable como confidencial, habiéndose establecido o no tal calidad previamente, que se relacione con la actividad y el objeto social de CARE Perú

## 14. PROPIEDAD INTELECTUAL

La Propiedad Intelectual que se generen sobre los productos de esta consultoría se registrará a nombre de CARE Perú, quien podrá utilizarla en todos sus proyectos actualmente en ejecución o por ejecutarse, no pudiendo el/la Proveedor/a entregar parte o el total de esos productos contratados por CARE Perú a terceros o comercializarse en ninguna manera.

**15. PENALIDADES A CONSIDERAR**

En caso de retraso injustificado en la ejecución de las prestaciones objeto de la contratación se aplicará una penalidad de hasta el 10% del monto contratado.

**16. RESCISIÓN DEL CONTRATO**

El Contrato podrá darse por terminado según las causas siguientes:

- a) Por común acuerdo entre las partes, sin responsabilidad alguna en cualquier momento y sin expresión de causa, dando a la otra parte el aviso previo por escrito dentro de un plazo de quince (15) días calendario;
- b) A solicitud de una de las partes, por motivo de fuerza mayor debidamente justificado y aceptado por la otra.
- c) El Contratante se reserva el derecho de dar por terminado el contrato sin responsabilidad de su parte, a iniciativa propia, en los siguientes casos: a. Si el/la Contratado/a incumpliere cualquier obligación inherente al presente contrato.
- d) Si en opinión del Contratante, el Contratado prestare sus servicios en forma deficiente.
- e) Por causas imprevistas que hicieren imposible o impráctico obtener la consultoría contratada, para lo cual el Contratante dará aviso al/a la Contratado/a con quince (15) días calendario de anticipación a la terminación del contrato y reconocerá los honorarios del/ de la contratado/a hasta ese día de terminación.
- f) Cuando el Contratante dejare de cumplir sin causa justificada alguna de las obligaciones que le corresponden, siempre que el/la Contratado/a comunique sus objeciones por escrito al Contratante y éste no tomare las medidas necesarias para enmendar la situación en el término de quince (15) días hábiles.
- g) En todos estos casos, el Contratante se obliga a rembolsar al/a la Contratado/a los gastos razonables que ya hubiere efectuado, siempre y cuando se compruebe en forma fehaciente que éstos corresponden al Contrato.

**17. APLICACIÓN DE LA POLÍTICA y CÓDIGO DE CONDUCTA DE SALVAGUARDA DE CARE**

CARE Perú cuenta con una Política y Código de Conducta de Salvaguarda (Protección contra el Acoso Sexual, la Explotación y Abuso y el Abuso Infantil), que tiene alcance a cada una de las personas que trabajan en asociación o relación con CARE, incluye miembros de la junta, voluntarios/as, pasantes/practicantes, visitantes y consultores/as internacionales y locales, además de contratistas individuales y corporativos de estas entidades y las personas que trabajan en asociación con CARE. En conformidad a lo expresado, el/la consultor/a o equipo de consultores/as seleccionados/as para la presente convocatoria deberá firmar y cumplir con lo establecido en el referido código durante la vigencia de la presente consultoría.