



TÉRMINOS DE REFERENCIA  
APERTURA CONSULTORÍA: DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN  
CON0025-24

### Información General de la Organización

**CARE** es una Organización no Gubernamental Internacional sin ánimo de lucro, que busca contribuir a la erradicación de la pobreza y la injusticia social en todo el mundo. Su estrategia se enfoca en el empoderamiento de mujeres y niñas. CARE pone la igualdad de género en el centro de su acción porque sabemos que no podemos superar la pobreza y la injusticia social hasta que todas las personas tengan los mismos derechos y oportunidades. mediante intervenciones que potencian sus capacidades, consideran los contextos sociales, históricos y culturales específicos y propician la participación de las comunidades en la toma de decisiones que impactan en sus vidas, manteniendo los enfoques de derechos humanos, género, interculturalidad y gobernabilidad. La Visión de CARE en el País es “Buscamos un mundo de esperanza, tolerancia y justicia social, en donde la pobreza se ha superado y las personas viven con dignidad y seguridad.

CARE trabaja en Colombia desde 2018 con socios y con un registro nacional desde noviembre del año anterior, el Programa de Respuesta Humanitaria se enfoca en los sectores de Protección, Salud Sexual y Reproductiva y desde el enfoque Nexus con el empoderamiento económico y la integración social. Asimismo, CARE ha diseñado su estrategia de programas 2023-2027, que incluye acciones de respuesta humanitaria, líneas programáticas asociadas a Justicia económica y empoderamiento de mujeres y jóvenes, seguridad alimentaria, adaptación al cambio climático, construcción de paz y equidad de género. Todo lo anterior, con un énfasis significativo en la transversalización e implementación de acciones con enfoque de género, aportando con ello al cumplimiento de Objetivos de Desarrollos Sostenible para el 2030.

CARE implementa sus acciones con el fin de contribuir en la garantía de los derechos de las personas migrantes y refugiadas y de las comunidades de acogida vulnerables, los derechos de las mujeres en todo el mundo, la sostenibilidad del medio ambiente y la defensa de los derechos de las personas afectadas por crisis humanitarias. Para ello entendemos que una ciudadanía informada y con interés de implicarse en los cambios sociales, son necesarios para fortalecer el diálogo con los beneficiarios, socios y autoridades con el fin de aumentar la apropiación local de los programas y crear un impacto sostenible.

### Descripción general de la consultoría

CARE en conjunto con Humanity & Inclusion, conformó un consorcio para la implementación del Proyecto **“Tejiendo caminos: una respuesta integral de protección y salud con enfoque de género e inclusión frente a la crisis migratoria y el conflicto armado en Colombia” financiado por ECHO/ AM/BUD/2023/91009**”, el cual busca brindar protección y asistencia sanitaria integral y complementaria a poblaciones vulnerables y afectadas por crisis en Colombia, en los departamentos de Cauca, Nariño, Norte de Santander, y La Guajira. En el marco de estas acciones, se propone desarrollar una campaña de comunicación cuya finalidad sea visibilizar las acciones desarrolladas por el proyecto a través de productos comunicativos y posicionar mensajes claves de incidencia como herramientas para movilizar diferentes actores para favorecer la acción de respuesta humanitaria en los contextos de trabajo de CARE y HI.



**TÉRMINOS DE REFERENCIA**  
**APERTURA CONSULTORÍA: DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN**  
**CON0025-24**

La campaña incluye productos como: (i) video, (ii) publicaciones en medios digitales y (iii) una serie de cuatro podcasts sobre temas concertados previamente, los cuales deben ser adaptados a las diferentes comunidades intervenidas; asegurando la pertinencia y efectividad de los mensajes, mediante un enfoque inclusivo participativo.

La consultoría estará orientada a diseñar, desarrollar e implementar una campaña de comunicación integral que informe y empodere a la población vulnerable, incluyendo mujeres desplazadas, refugiadas, migrantes y comunidades rurales sobre los derechos sexuales y reproductivos, violencia basada en género, inclusión de personas con discapacidad y la protección de personas en situación de riesgo.

La campaña debe ser difundida en contextos urbanos y rurales, donde se ubique la población objetivo, y las herramientas de difusión deberán ser adaptadas a estos contextos para garantizar la comunicación de los mensajes en tiempo real. Dentro de esta consultoría se deben contemplar fechas importantes, como la conmemoración del Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer el 25 de noviembre (y los posteriores 16 Días de Activismo hasta el 10 de diciembre), entre otras fechas hito que se identifiquen como relevantes para el proyecto que respondan a temas de Protección, con énfasis en VBG, y Salud Sexual y Reproductiva.

La propuesta presentada para la consultoría debe cubrir todos los gastos necesarios para cumplir con la totalidad de la estrategia, la producción de los contenidos, realización de actividades y pautas que requiera la misma.

## Objetivos

**Objetivo General:** Diseñar e implementar una campaña de comunicación que promueva la transformación de conocimientos, actitudes y prácticas a través de una estrategia integral de difusión y sensibilización. Esta campaña abordará temas como derechos humanos y protección, prevención, respuesta y mitigación de riesgos de Violencias Basadas en Género, inclusión de personas con discapacidad, acceso a servicios de salud, protección de población de especial interés, integración social y cultural, salud mental y apoyo psicosocial, asistencia humanitaria y recursos disponibles, seguridad bajo un enfoque de género e inclusión transformador que fomente la integración, participación y ejercicio de los derechos de todas las personas.

### Objetivos específicos:

- Contribuir a la sensibilización a través de diversos medios de comunicación tradicionales y digitales a nivel departamental, regional, comunal y local, sobre temas como derechos humanos y protección, acceso a servicios, integración social y cultural, salud mental y apoyo psicosocial, asistencia humanitaria y recursos disponibles, seguridad y protección de menores, desde un enfoque de inclusión y de género transformador que impulse la voz y el liderazgo de las comunidades fomentando la resiliencia de la población atendida.
- Favorecer el aumento de la comprensión de temas clave como la importancia



## TÉRMINOS DE REFERENCIA

### APERTURA CONSULTORÍA: DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN CON0025-24

del acceso a servicios de protección y servicios de salud, utilizando medios de comunicación locales y digitales, y en espacios masivos de trabajo con las comunidades

- Promover la participación comunitaria para la construcción de un entorno protector que permita abordar las barreras que limitan el acceso a servicios y recursos y fortalecer las capacidades en las comunidades locales trabajando de la mano de liderazgos comunitarios que permitan adaptar los mensajes a los contextos locales donde se implementarán las acciones.

#### Alcance

Con esta campaña se busca llegar alrededor de **200.000 personas** de manera indirecta a través de redes sociales, medios digitales y medios comunitarios locales, vinculando la producción de mensajes alrededor de los temas antes mencionados.

La cobertura geográfica en la difusión de la campaña deberá garantizar llegar a los departamentos de Nariño, Norte de Santander, Guajira y Cauca evidenciando las miradas territoriales.

Los productos y procesos de desarrollo de los contenidos se realizarán para que las personas puedan opinar libremente y sin restricciones. La difusión deberá vincular los lugares donde esté la población objetivo como; barrios, espacios comunitarios, albergues de manera virtual-análoga para redes de sociales, radio local, entre otros, y que permitan que las personas se transformen en protagonistas de su propio desarrollo en las áreas de intervención donde se implementas los proyectos.

#### Actividades:

1. Revisión documental y Análisis de necesidades: Para el diseño de la campaña se deben analizar los siguientes documentos e insumos básicos de los proyectos en implementación, entre estos:

- Realización de un análisis inicial para identificar las necesidades específicas de comunicación en las comunidades objetivo (Nariño, Cauca, y Norte de Santander).
- Mapeo de los principales medios de comunicación de los territorios de incidencia del proyecto.
- Revisión del Análisis Rápido de Género y discapacidad, ARGD producidos por el proyecto en la fase uno.
- La Estrategia de visibilidad de los programas de CARE Colombia: Protección y Salud Sexual y reproductiva.
- Las rutas de atención y otros documentos suministrados por los equipos de CARE y que serán relevantes para el cumplimiento de los objetivos de la consultoría.
- Recomendaciones para una comunicación inclusiva, sensible a las cuestiones de género y antirracista.

2. Coordinar con el equipo la validación y aprobación de los materiales y herramientas de comunicación.



**TÉRMINOS DE REFERENCIA**  
**APERTURA CONSULTORÍA: DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN**  
**CON0025-24**

3. Incluir todos los requerimientos de los donantes, relacionado a logos, marcas u otros mecanismos de visibilidad establecidos en el proyecto Tejiendo Caminos.
4. Generar archivo digital y físico (si aplica) de los archivos en bruto y editables y entregables en alta calidad de los documentos producidos en el proceso de desarrollo de las actividades del proyecto (informes, memorias, metodologías y fuentes de verificación del trabajo audiovisual).
5. Presentar informes mensuales de avance de las actividades según se detalle en los productos.
6. Participar en reuniones según requerimiento del proyecto y Programa o del comité técnico.
7. Garantizar la transversalización del enfoque de género, de inclusión y de derechos humanos en cada una de las publicaciones, cuidar el lenguaje, las imágenes y los mensajes, para favorecer la mirada integral de CARE y HI con la transversalización del enfoque de género, de derechos y de otros enfoques de relevancia.
8. Garantizar el abordaje de los diferentes grupos poblacionales. En términos de sexo, género, lugar de procedencia, identidades étnicas y edad.
9. Garantizar el diligenciamiento de los consentimientos informados de los participantes que aparezcan en los productos de comunicación.

## **Productos**

Todos los productos deben ser validados por CARE Colombia:

**Producto 1:** Plan de trabajo y metodologías para el desarrollo de las actividades para el cumplimiento de los TDR.

**Producto 2:** Entrega de 2 StoryTelling (1 con un testimonio de una mujer participante del proyecto y 1 video resumen con avances del proyecto. Esto implica la realización de mínimo 2 viajes a los territorios en los que se desarrolla el proyecto para levantar el material audiovisual necesario para el desarrollo de los diferentes productos (fotos, storytelling y podcast).

**Producto 3:** Producción y diseño de Project Factsheet (1 a 2 hojas) con información relevante de avances a la fecha.

**Producto 4:** Entrega de 4 podcast (1 por cada departamento Norte de Santander, Cauca, Nariño y La Guajira) con los temas priorizados por el proyecto. El podcast tendrá una duración entre 5 y 10 minutos.

**Producto 5:** Entrega de paquete fotográfico (40 fotografías) en formato digital y en alta resolución que den cuenta del desarrollo del proyecto en los diferentes Territorios.



**TÉRMINOS DE REFERENCIA**  
**APERTURA CONSULTORÍA: DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN**  
**CON0025-24**

**Producto 6:** Elaboración de un kit de prensa (Con un comunicado de prensa con resultados de impacto e información relevante del proyecto) y gestión en diferentes medios de comunicación (5 nacionales y 5 regionales) a fin de posicionar temas relevantes para el proyecto.

**Producto 7:** Producción y diseño de 20 paquetes de piezas gráficas (2 a 3 piezas por paquete) que contengan mensajes claves para el proyecto, previamente validados. Las piezas deben alineados a la visibilidad del proyecto.

**Producto 8:** Activación de pauta digital de los 20 paquetes de piezas gráficas en redes sociales (Facebook e Instagram) (20.000 diarios por 3 días por cada post / Valor por post 60.000).

**Producto 9:** Entrega del informe final que establezca el alcance de la campaña con todos los anexos y todos los archivos raíces de los diferentes productos.

**Producto 10:** Diseño del boletín de incidencia.

**Supervisión del contrato:** El control y seguimiento de las actividades que se desarrollarán en el marco de la consultoría estarán a cargo de la Coordinadora de Comunicaciones, en apoyo de la Gerencia de Alianzas y Sostenibilidad.

### Formas de pago

El valor referencial de la consultoría se cancelará conforme el siguiente detalle:

Los pagos serán cancelados en un pago contra factura e informes mensuales entregados a satisfacción y productos aprobados por la supervisión del contrato. El monto incluye todos los gastos del consultor/a e impuestos. Para cada pago, todos los productos deberán aceptarlo y validarlos por el personal técnico de CARE.

Forma de pago	Detalle	Entrega
20%	A la entrega del Plan de trabajo para el desarrollo de las actividades de diseño de la estrategia de Comunicación aprobada por CARE.	Octubre 30 2024
20%	Presentación de evidencias e informe de avance del desarrollo de los Productos 7 y 8 a entera satisfacción CARE Colombia.	Diciembre 10 2024



**TÉRMINOS DE REFERENCIA**  
**APERTURA CONSULTORÍA: DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN**  
**CON0025-24**

20%	Presentación de evidencias e informe de avance del desarrollo de los Productos 2 y 4 a entera satisfacción CARE Colombia.	Marzo 15 2025
40%	A la presentación del informe final del cumplimiento de la Campaña en el marco de las actividades que se desarrollaran durante el tiempo de la consultoría: StoryTelling Project factsheet Podcast Paquete fotográfico Kit de prensa Diseño piezas gráficas Pauta digital  El informe debe estar revisado y aprobado por Care Colombia	Junio 15 2025

El proyecto asociado a esta consultoría puede estar exenta de IVA, en el momento de definir el proveedor y confirmar el proceso de contratación se allegarán los documentos soporte.

**Lugar – Duración – Tipo de contratación**

**Lugar de la consultoría:** La persona jurídica contratada deberá desarrollar su trabajo en Colombia, con implementación de las actividades presenciales en las zonas de intervención del proyecto (Norte de Santander, Cauca, Guajira y Nariño). La persona jurídica seleccionada deberá desarrollar su trabajo en coordinación con el equipo CARE.

**Tipo de contrato:** Contrato de Consultoría por prestación de servicios a todo costo.



**TÉRMINOS DE REFERENCIA**  
**APERTURA CONSULTORÍA: DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN**  
**CON0025-24**

**Duración de la consultoría:** La consultoría tendrá una duración de 8 meses contados a partir de la firma del contrato y se desarrollará de acuerdo con el cronograma y requerimientos de comunicación del proyecto Tejiendo Caminos, concertado previamente.

No.	Actividad	Oct.		Nov.				Dic.			Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio			
		S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	
1	Plan de trabajo																																	
2	StoryTelling																																	
3	Project factsheet																																	
4	Podcast																																	
5	Paquete fotográfico																																	
6	Kit de prensa																																	
7	Diseño piezas gráficas																																	
8	Pauta digital																																	
9	Informe final																																	



**TÉRMINOS DE REFERENCIA**  
**APERTURA CONSULTORÍA: DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN**  
**CON0025-24**

### **Perfil y experiencia del consultor**

**Perfil:**

- Experiencia especializada laboral certificada mínima de cinco (5) años en diseño y aplicación de campañas de comunicación vinculados con el cambio social y de comportamiento.
- Formación, conocimientos y experiencia de trabajo en el diseño y aplicación de campañas de comunicación vinculadas con el cambio social y de comportamiento.
- Manejo y experiencia con el uso de las nuevas tecnologías de la información vinculadas con la comunicación para el cambio social y de comportamiento
- Conocimiento en el área de género, discapacidad y derechos humanos.
- Conocimiento del contexto especialmente de crisis humanitarias y migración, discapacidad.
- Experiencia en análisis y sistematización de la información.
- Capacidad de trabajo en equipo.

### **Requisitos para la presentación propuesta**

1. Carta de presentación de la propuesta, que incluya el valor de la propuesta económica en números y letras.
2. Propuesta técnica que incluya:
  - a. Plan, cronograma y metodología de trabajo detallado de acuerdo con estos TDR
  - b. Propuesta económica que incluya: Monto y forma de pago para la realización de las actividades y los productos. En detalle el costo de honorarios, gastos de viaje, gastos de talleres, u otros si los hubiese. Incluyendo impuestos.
  - c. La propuesta económica debe ir en números y letras.
3. Hoja de vida de cada uno de los integrantes con los anexos: fotocopia de la cédula, y certificados de estudios realizados
4. Fotocopia de la cédula de ciudadanía del representante legal (para persona jurídica) o proponente.
5. Registro Único Tributario del proponente actualizado.
6. Certificación de antecedentes disciplinarios expedida por la Contraloría Nacional
7. Certificaciones de experiencia emitidas por los contratantes y o entes territoriales/comunitarios en las que se especifique: Duración del Trabajo, Objeto del Contrato, monto del contrato
8. Enviar muestras digitales de productos realizados con anterioridad relacionados con esta consultoría.

**Nota:**



**TÉRMINOS DE REFERENCIA**  
**APERTURA CONSULTORÍA: DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN**  
**CON0025-24**

1. El Contratista será responsable del pago de seguridad social de acuerdo con la ley 100 de 1993 aplicable para contratistas independientes (pago de salud, pensión y ARL). Los soportes del pago de seguridad social son requisitos para el/los pago(s) del contrato.
2. El Presupuesto de la propuesta deberá incluir todos los rubros requeridos para cumplir al 100% con la implementación de esta, incluido el desarrollo y la difusión de los productos comunicacionales, intervenciones y pautas.
3. CARE adquiere en la contratación los derechos, la propiedad de los resultados/ productos resultantes del contrato.

**Lugar, Fecha y forma presentación propuesta**

Se invita a los proponentes interesados (as) y calificados (as) a enviar la propuesta incluidos los anexos al siguiente correo [col.reclutamiento@care.org](mailto:col.reclutamiento@care.org) hasta **el 15 de octubre de 2024**. Las propuestas enviadas posteriormente a la fecha de cierre no serán evaluadas.

Únicamente se evaluarán las propuestas que mencionen en el asunto la siguiente información: – **CONSULTORÍA DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE CAMPAÑA**

Publicación de Términos de Referencia aprobados	octubre 4 de 2024
Fecha límite entrega de propuestas – cierre de convocatoria	15 de octubre de 2024
Duración de la consultoría	8 meses

**Criterios para Evaluación del consultor**

El equipo evaluador se basará en el siguiente sistema de puntuación para analizar todas las propuestas recibidas:

	<b>CRITERIO</b>	<b>PUNTAJE</b>
1	Propuesta técnica orientada a los objetivos de los Términos de Referencia que incluya: <ul style="list-style-type: none"><li>• Concepto sugerido de la campaña de comunicaciones.</li><li>• Detalle frente a los productos propuestos.</li><li>• Apropiación del lenguaje inclusivo y de género.</li><li>• Detalle de la propuesta de alcance de participantes indirectos (200.000).</li><li>• Participación de los equipos de CARE y HI en el desarrollo y validación de los contenidos.</li><li>• Equipo y perfiles propuestos.</li></ul>	50%



**TÉRMINOS DE REFERENCIA**  
**APERTURA CONSULTORÍA: DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN**  
**CON0025-24**

2	Portafolio con mínimo 2 trabajos audiovisuales similares a los solicitados en la propuesta (Storytelling y podcast). 1 producto de comunicación y diseño de cartillas o sus enlaces web para revisión.	30%
3	Propuesta económica.	15%
4	Experiencia en trabajo con ONGs y organizaciones comunitarias, preferiblemente de los departamentos seleccionados en los presentes TDR.	5%
<b>TOTAL PUNTAJE</b>		<b>100</b>