****

**Logotipo

Descripción generada automáticamente**

**TÉRMINOS DE REFERENCIA**

**Prestación de servicios para el diseño e implementación de la estrategia de comunicaciones del proyecto Mujeres Echando Raíces (MERA).**

**Grupo AFD**

**EXPERTISE FRANCE y Agencia Francesa de Desarrollo**

**TÉRMINOS DE REFERENCIA**

[Contexto y justificación 3](#_Toc175228777)

[Grupo AFD 3](#_Toc175228778)

[Expertise France 3](#_Toc175228779)

[AFD (Agence française de développement) 4](#_Toc175228780)

[El proyecto Mujeres Ehando Raíces (MERA) 4](#_Toc175228781)

[Objetivos de la prestación de servicios 8](#_Toc175228782)

[Objetivo general 8](#_Toc175228783)

[Objetivos específicos 8](#_Toc175228784)

[Servicios requeridos y entregables 8](#_Toc175228785)

[Entregables 9](#_Toc175228786)

[Consideraciones generales 10](#_Toc175228787)

[Experiencia y perfiles requeridos 11](#_Toc175228788)

[Otros requisitos 15](#_Toc175228789)

[Logística y duración 15](#_Toc175228790)

[Monitoreo y evaluación 15](#_Toc175228791)

[Cronograma indicativo 15](#_Toc175228792)

[Principios y temas a considerar 16](#_Toc175228793)

[Idioma 16](#_Toc175228794)

[Supervisión 17](#_Toc175228795)

[Presupuesto y pagos 17](#_Toc175228796)

[Presupuesto 17](#_Toc175228797)

[Condiciones de pago 17](#_Toc175228798)

[Visibilidad y comunicación 17](#_Toc175228799)

[Propiedad intelectual 18](#_Toc175228800)

[Presentación de la solicitud y trámites a seguir 18](#_Toc175228801)

|  |  |
| --- | --- |
| **Título de la tarea** | Prestación de servicios para el diseño e implementación de la estrategia de comunicaciones del proyecto Mujeres Echando Raíces. |
| **Beneficiarios** | Expertise France y AFD |
| **Países** | Colombia y Ecuador |
| **Período para la realización del trabajo (tentativo)** | Previsto para iniciar el 2 de diciembre de 2024 |
| **Moneda de pago** | 80.000 Euros |
| **Fecha límite para aplicar** | 11/11/2024 |

# Contexto y justificación

## Grupo AFD

El grupo AFD contribuye a poner en práctica la política de Francia en materia de desarrollo sostenible y de solidaridad internacional. Conformado por la Agence Française de Développement (AFD), a cargo del financiamiento del sector público y de las ONG, así como de la investigación y la capacitación; por su filial Proparco, enfocada en el financiamiento y acompañamiento del sector privado; y por Expertise France, agencia de cooperación técnica; el Grupo financia, acompaña e impulsa las transiciones hacia un mundo más justo y resiliente.

Junto con nuestros socios elaboramos soluciones compartidas, a las cuales contribuyen las poblaciones destinatarias de más de 150 países, así como de 11 departamentos y territorios franceses de Ultramar. Nuestro objetivo es conciliar el desarrollo económico y la preservación de bienes comunes como el clima, la biodiversidad, la paz, la igualdad de género, la educación o la salud. Nuestros equipos trabajan en más de 4.800 proyectos locales y de esta manera contribuyen al compromiso de Francia y de los franceses en beneficio de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

**Para más información visite**: [www.afd.fr](http://www.afd.fr)/es

## Expertise France

Expertise France, agencia pública, es el actor interministerial de la cooperación técnica internacional, filial del grupo Agencia Francesa de Desarrollo (grupo AFD). La segunda agencia más grande de Europa diseña e implementa proyectos que fortalecen de manera sostenible las políticas públicas en países en desarrollo y emergentes. Interviene en áreas clave del desarrollo como son Gobernanza, seguridad, clima, salud, educación, y contribuye junto a sus socios a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Expertise France asesora y acompaña a las instituciones socias — sobre todo administraciones centrales, pero también organizaciones regionales, municipios y gobiernos subnacionales, entidades de la sociedad civil entre otros, desde la definición de sus necesidades hasta la evaluación final de las actividades realizadas. La agencia asume la gestión administrativa y financiera de los proyectos, al tiempo que garantiza la relación entre el donante y los socios. El equipo del proyecto se asegura igualmente de la realización del monitoreo y la evaluación de las actividades, piezas clave para valorar la eficacia de las intervenciones y para identificar las buenas prácticas.

**Expertise France interviene en los siguientes ámbitos:**

* Gobernanza democrática, económica y financiera
* Paz, estabilidad y seguridad
* Clima, agricultura y desarrollo sostenible
* Salud y desarrollo humano

Expertise France cuenta con un equipo de expertas y expertos internos, con más de 350 colaboradores en la sede y en oficinas de proyectos en nuestros países de intervención. Un vivero de más de 10.000 expertos en más de 100 países de intervención. Con más de 500 proyectos con un volumen de negocios de 308 M€ Expertise France promueve objetivos de política de desarrollo franceses y europeos.

En América Latina, Expertise France interviene en mayoría con proyectos o programas regionales. En octubre 2018, se abrió en Bogotá la primera oficina de Expertise France en América Latina.

**Para más información visite:** [www.expertisefrance.fr](http://www.expertisefrance.fr)

## AFD (Agence française de développement)

La Agence française de développement (AFD) implementa la política de Francia en materia de desarrollo y de solidaridad internacional. A través de sus actividades de financiamiento del sector público y de las ONG, de sus trabajos y publicaciones de investigación (Ediciones de la AFD), de su misión de capacitación en desarrollo sostenible (Campus AFD) y de concientización ciudadana en Francia, la AFD financia, acompaña y acelera las transiciones hacia un mundo más justo y resiliente.

Junto con nuestros socios, elaboramos soluciones compartidas a las cuales contribuyen las poblaciones destinatarias de los países emergentes y en desarrollo. Nuestros equipos trabajan en más de 4 000 proyectos locales en 115 países en los territorios franceses de Ultramar, así como en territorios en crisis, en beneficio de los bienes comunes como el clima, la biodiversidad, la paz, la igualdad de género, la educación o la salud. De esta manera contribuimos al compromiso de Francia y de los franceses en favor de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Por un #MundoEnComún.

**Para más información visite**: [www.afd.fr](http://www.afd.fr)/es

## El proyecto Mujeres Echando Raíces (MERA)

El objetivo principal del proyecto *Mujeres Echando Raíces* (MERA) es **contribuir a reforzar la protección y la integración socioeconómica de las mujeres migrantes venezolanas en las comunidades de acogida de Cali y Quito,** y ampliar el proyecto a Perú y Costa Rica (incluyendo a la poblaciónnicaragüense en el caso de Costa Rica).

Sus objetivos específicos son:

❖ Apoyar la implementación en Cali y Quito de un proyecto piloto para alimentar las políticas públicas locales en materia de acceso a una vivienda digna en alquiler, un ingreso y una vida libre de violencia para las mujeres migrantes venezolanas y de las comunidades de acogida;

❖ Realizar un estudio de viabilidad sobre la ampliación de este proyecto a Perú (para las mujeres

venezolanas) y Costa Rica (para las mujeres nicaragüenses).

Las recomendaciones derivadas de los diagnósticos y estudios de factibilidad apoyados en revisión documental y visitas de terreno pusieron de manifiesto las necesidades prioritarias de las mujeres migrantes, la ruta de atención posible y confirmaron la importancia de trabajar en un programa piloto basado en un enfoque conocido como "***Housing first***", que combine la estabilización en una vivienda más segura, como base para permitir a las mujeres buscar los recursos necesarios para sobrevivir y mantener a sus familias, creando así la base de un círculo virtuoso. El acceso a un techo seguro es un proyecto prioritario de inclusión social para las mujeres latinoamericanas en general y para las mujeres migrantes en particular.

La historia de las migraciones internas y externas en América Latina ha demostrado que las mujeres ponen el acceso al techo en el centro de estas dinámicas sociales. La vivienda es también un sector potencial de integración económica mejor remunerado que los oficios de cuidados y limpieza (acceso a oficios ligados a la construcción, el transporte, la logística, etc.), un espacio de empoderamiento colectivo y de visibilidad para mujeres capaces de construir nuevos paradigmas y vínculos sociales. De este modo, el enfoque "*Housing first"* y la protección contra la violencia de género representan puntos de entrada para la integración socioeconómica, la integración sociocultural y la construcción de comunidades más solidarias.

Este enfoque se alinea con los estudios realizados en América Latina y en Colombia sobre la necesidad de ampliar la oferta de vivienda para atender todos los estratos sociales, especialmente los de más bajos ingresos, so pena de volver a ver a las situaciones pasadas caracterizadas por invasiones de terrenos baldíos por parte de pobladores. El BID ha financiado varios estudios sobre el marcado de vivienda en arriendo en Colombia, el cual cubre un 38% de los hogares. Actualmente las políticas públicas de vivienda de interés social y desarrollo urbano se enfocan más a programas de acceso a la vivienda nueva, por medio de créditos subsidiados (en algunos casos lo subsidios pueden cubrir el 100% del valor de la vivienda), lo cual les da una cobertura limitada.

Nuevos estudios y reflexiones apuntan a enfocar las políticas públicas hacia otros segmentos, tales como la compra de vivienda usada o el subsidio y las garantías a la vivienda en arriendo (inclusive privada con mayor seguridad tanto para el propietario como el inquilino), y los programas de mejoramiento barrial de asentamientos humanos, para volverla accesible y digna para las familias de bajos ingresos. El BID y del Ministerio de Vivienda de Colombia han avanzado en este sentido para modificar la reglamentación nacional relativa a los subsidios de vivienda10 y responder a las necesidades de techo y trabajo de familias venezolanas en algunas ciudades del norte del país, que han conocido la más alta presión de demanda, especialmente en el norte del país. Por otro lado, se han conocido programas de diagnóstico mejoramiento de inquilinatos en Cali, Medellín y Quito que serán fuentes de inspiración.

Existen igualmente líneas de acción para atender con diferentes tipos de ayudas y reasentamiento a poblaciones desplazadas por

el conflicto armado, o afectada por desastres naturales. El proyecto “Mujeres echando raíces” será la

oportunidad de experimentar en el terreno este tipo de soluciones, en nuevos territorios y con la

característica de colocar la perspectiva de género y el empoderamiento de las mujeres en el corazón

del proyecto y de la política pública.

Los tres ejes centrales están estrechamente interrelacionados, y en sinergia, lo cual es permitido en el marco de un enfoque territorial, al desarrollarse los tres en un mismo sector o distrito en el que se ubica el proyecto en cada ciudad:

❖ **Eje 1:** Mejorar el acceso y las condiciones de las viviendas en alquiler

❖ **Eje 2:** Apoyo a la integración económica de las mujeres capacidad de las mujeres en poblaciones migrantes o marginadas para organizarse, contribuir a construir su propia vivienda, los servicios básicos y el tejido social con recursos propios y en programas de mejoramiento barrial. Por lo tanto, la intervención pública debe diseñarse para apoyar esta dinámica, en la que las mujeres han desempeñado históricamente especialmente en los países del proyecto.

❖ **Eje 3:** Mejorar el empoderamiento de las mujeres mediante la prevención de la violencia de género y un mejor acceso a la atención en salud sexual y reproductiva

❖ **Eje 4:** Estudio de viabilidad para ampliar el proyecto a Perú y Costa Rica

Áreas de intervención del proyecto

El proyecto se desarrolla en las ciudades de Cali y Quito y se basará en un trabajo comunitario experimental en uno o más barrios, con el fin de promover la cohesión social entre las poblaciones migrantes y locales y maximizar el impacto, la apropiación y la sostenibilidad del proyecto.

➢ **En Colombia,** el proyecto se lleva a cabo en Cali, en el distrito de Agua Blanca (comunas 13, 14, 15, 16 y 21), que alberga una gran proporción de población migrante. Es también en este distrito (comuna 15) donde la Alcaldía de Cali abrirá la segunda Casa Matria11 destinada a descentralizar sus servicios y ampliar cobertura.

➢ **En Ecuador,** el proyecto se desarrolla en la zona de Calderón, al norte de Quito. Según un estudio de la FLACSO (Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales12)) y los datos de atención de la Unidad de Movilidad Humana del gobierno provincial de Pichincha, alrededor del 41% de los migrantes de Quito viven en esta zona. La provincia también cuenta con un centro Warmi Pichincha (para combatir la violencia de género) y está trabajando en la apertura de un centro de servicios en la ciudad, que incluirá una Guambra Pichincha (centrado en la atención en los derechos sexuales y reproductivos de niñas y adolescentes).

Beneficiarios finales

Las beneficiarias finales destinatarios del proyecto son mujeres y adolescentes en situación de vulnerabilidad y víctimas de violencia, tanto migrantes como de poblaciones de acogida. Se da prioridad a las mujeres cabeza de familia, solteras con hijos pequeños, o embarazadas, y a los miembros de la comunidad LGBTQI+ afectados por la discriminación y la violencia de género, en particular la violencia sexual. Se propone una distribución indicativa del 60% (migrantes) / 40% (población de acogida). Un alto porcentaje de mujeres en estas poblaciones de acogida también se enfrentan a situaciones de gran vulnerabilidad; la realización de acciones conjuntas para promover la inclusión económica o el intercambio de experiencias y conocimientos ayuda contribuirá a disminuir las reacciones de la xenofobia y a promover la integración de los migrantes y refugiados, así como el establecimiento de redes de autoayuda mutua entre mujeres. Algunas actividades podrán ser dirigidas a los hombres, sobre todo a los jóvenes, cuando se trata de des-construir estereotipos sexistas, prevenir la violencia de género o promover una masculinidad alternativa, solidaria, cuidadora y "no tóxica". El proyecto propone un enfoque inter-seccional de género en el sentido de prestar especial atención a los efectos cruzados y acumulativos de las diferentes formas de desigualdad y discriminación, en virtud del género, pero también de la orientación sexual, el origen étnico, el color de la piel, la ubicación rural/urbana o el nivel de pobreza. Sin embargo, no se propondrá ninguna cuota de beneficiarios/as para cada subcategoría. Por el contrario, el objetivo será concienciar sobre el carácter acumulativo de las discriminaciones, empezando por las desigualdades de género, e identificar o eliminar los principales factores de exclusión. Se ha identificado, por ejemplo, que las mujeres trans que se desplazan pueden ser objeto de abusos sexuales específicos o ver su vida en peligro, del mismo modo que las mujeres lesbianas pueden verse amenazadas de "violencia punitiva" a causa de su orientación sexual. Estas cuestiones se abordarán principalmente en el eje 3.

El número de mujeres que se beneficiarán directamente de los programas de vivienda e inserción económica se estima en 1.000 (500 por ciudad), en función del presupuesto disponible y del importe promedio de las ayudas al alquiler de viviendas, similares a los montos asignados por los programas nacionales o locales para apoyar el realojamiento temporal de personas afectadas por catástrofes climáticas o víctimas reconocidas de conflictos armados. El apoyo que recibirán estas mujeres permitirá a la alcaldía llegar a un público más amplio con nuevas herramientas y experimentar la metodología de integración de un enfoque de género en su política de vivienda hacia sectores marginados.

El apoyo a las estructuras que ofrecen servicios incluyentes de prevención de violencias de género y

salud sexual y reproductiva en cada ciudad tendrán un público más amplio, sin focalización hacia las

mujeres migrantes.

El proyecto apoyará principalmente a mujeres migrantes en situación administrativa regular, sobre todo para el eje de integración económica, y derivará los casos que requieran apoyo legal para regularizar su situación migratoria a organizaciones nacionales o de cooperación internacional dedicadas a la ayuda humanitaria, a través de los grupos de trabajo que operan en las 2 ciudades (GTRM – Grupo de Trabajo para Refugiadas y Migrantes en Quito y GIFFM en Cali). Las mujeres beneficiarias del apoyo en el eje de vivienda se beneficiarán también de los demás ejes, en el periodo experimental, de manera que se afine la estrategia de inter-relación y sinergia entre los diferentes ejes. Será uno de los resultados del experimento conjunto, entre las autoridades locales, las organizaciones sociales y Expertise France, como operador del proyecto, el definir las modalidades de entrada a cada eje: se combinarán convocatorias y selección en cada territorio, listas de beneficiarias de servicios sociales y económicos prestados por las instituciones, o de manera voluntaria. Estos criterios detallados de selección serán temas de análisis conjunto, buscando maximizar las sinergias y la autonomizaciôn o empoderamiento colectivo de las mujeres.

El beneficio indirecto generado por el proyecto en cada territorio será maximizado por las campañas abiertas, el apoyo a las redes de migrantes, y los cambios generados en las políticas públicas relacionadas con cada eje, abiertas a toda la población.

# Objetivos de la prestación de servicios

## Objetivo general

Diseñar e implementar una estrategia de comunicaciones para el proyecto Mujeres echando Raíces ejecutado en Colombia y Ecuador, financiado por la Agencia Francesa para el Desarrollo.

## Objetivos específicos

1. **Diseñar y desarrollar una estrategia de comunicación** que permita dar a conocer el proyecto, visibilizar las acciones, efectos, resultados e impactos generados.
2. **Definir y poner en marcha un plan de comunicaciones** que incluya actores, canales, medios de comunicación, canales a crear, audiencias; tipos de mensajes y piezas a desarrollar, indicadores y mecanismos de seguimiento y evaluación.
3. **Desarrollar e implementar una estrategia de marketing digital efectiva**, medible, generando tráfico y seguidores en los canales creados para el proyecto Mujeres Echando Raíces, así como en los de la entidad financiadora, que impacte a los públicos objetivos para lograr posicionamiento de marca.
4. **Desarrollar, producir y difundir (o imprimir en casos puntuales) piezas gráficas y contenidos digitales/impresos de diverso tipo (video, audio, podcasts, etc.)** amigables y de alto impacto, alineados con los objetivos de la estrategia y plan de comunicación, visibilidad y gestión del conocimiento del Grupo AFD.
5. **Proveer la logística virtual y la moderación de eventos virtuales en vivo** con expertos en las temáticas relacionadas con el proyecto Mujeres echando Raíces, proveyendo la plataforma de conexión, enlace y todo lo relacionado con la transmisión, así como la facilitación o moderación del evento con entrevistadores / moderadores de trayectoria reconocida en periodismo.
6. **Apoyar otras necesidades de comunicaciones** en el marco del Proyecto. Esto incluye, por ejemplo:
   * Servicios de traducción, subtitulados e interpretación en vivo en los siguientes idiomas: español/inglés (y viceversa), español; francés/español; español/francés.
   * Servicios de toma de material audiovisual en eventos presenciales.
   * Servicios de corrección, edición y maquetación de publicaciones impresas y virtuales.

# Servicios requeridos y entregables

El proveedor de los servicios es responsable de producir diversos materiales de comunicación desde una orden de compra acordada hasta que la autoridad contratante reciba las herramientas. El proveedor del servicio se hará cargo de todos los aspectos técnicos y logísticos relacionados con los siguientes servicios:

* Servicio I: Creación de la estrategia de comunicaciones, el plan de comunicación y la estrategia de marketing digital
  + Cada producto deberá incluir cronograma, presupuesto, procesos de monitoreo y seguimiento e incorporación de lecciones aprendidas
  + Cada producto deberá tener un apartado sobre los procesos de difusión y cómo potenciar el impacto de los productos de comunicación
  + Los productos deberán estar centrados en los públicos meta objetivo y se recomienda definir productos de comunicación por público meta
  + Los productos incluirán reportes mensuales.
* Servicio II: Producción y edición de **videos** animados, testimoniales, tipo entrevista, con imágenes en movimiento, tutoriales, de listas, corporativos, en Motion Graphics y videos de contenidos.
  + El servicio debe incluir propuesta de concepto, desarrollo de guion y subtitulación al inglés/español y/o francés/ español.
  + Videos tutoriales de uso interno
* Servicio III: Desarrollo de **diseño gráfico** (concepto, edición y actualización de fichas, logos, infografías, post de redes sociales, invitaciones, plantillas editables para llamadas a consultorías/convocatorias/licitaciones, portadas de documentos técnicos y de reporte, mailing, presentaciones ppt de alto nivel, entre otras piezas específicas de comunicación)
* Servicio IV: Corrección de estilo, edición, diseño, **diagramación** de publicaciones impresas y virtuales.
* Servicio V: **Impresiones** (posters, pendones, afiches, infografías, entre otros).
* Servicio VI: Entrega de **material POP** (Point of Purchase) definido y aprobado por Expertise France y la AFD.
* Servicio VII: Desarrollo e implementación de **estrategias de marketing digital**, campañas, recolección de datos, administración de plataformas de envío de correo masivo, entre otras.
* Servicio VIII: Transmisión de **videos de streaming**.
* Servicio IX: Logística de **eventos virtuales** (producción del evento, facilitación y atención virtual a ponentes y participantes + sistematización y producción informativa de la actividad, propuesta de difusión)
* Servicio X: Servicio de producción, musicalización, edición, postproducción y narración de **podcast**s junto con el plan de divulgación en canales digitales internos y externos (revisión de alianzas con contrapartes y/o prensa internacional, nacional o local).
* Servicio XI: Servicio de **traducción** e **interpretación** en vivo.
* Servicio XII: Servicio de **administración** de las redes sociales creadas, el sitio web, programación de pauta, posteo en redes.
* Servicio XIII: **Gestión del conocimiento** (sistematizaciones, articulaciones internas y externas para asegurar el intercambio, análisis de lecciones aprendidas y difusión de las oportunidades de mejora y/o escalamiento.
* Servicio XIV: **Promocionales** (confección de camisetas, gorras y/u otros productos promocionales).
* Servicio XIV: **Toma audiovisual** (toma de fotografía, retoque fotográfico y producción de video) en eventos presenciales

## Entregables

|  |  |
| --- | --- |
| Tipos de Entregables\* | Tiempo estimado |
| **Entregable 1:** Propuesta de cronograma de trabajo con base en TDR para discutir en reunión de inicio. Se contará con apoyo de la encargada de evaluación, seguimiento y ejecución para la implementación, a definir en el espacio. | T0 + 1 semana |
| **Entregable 2:** Estrategia de comunicación, plan de comunicación anual y de la estrategia de marketing digital y cronograma para su implementación | T0 + 2 semana, y luego cada año |
| **Entregable 3:** Producción de videos (realización, edición, locución y subtitulación) | Transcurso del contrato\*\* |
| **Entregable 4:** Producción de diseño gráfico - ilustraciones y diagramación | Transcurso del contrato\*\* |
| **Entregable 5:** Diagramación de documentos + corrección de estilo y edición filológica | Transcurso del contrato\*\* |
| **Entregable 6:** Impresión de materiales | Transcurso del contrato\*\* de la consultoría |
| **Entregable 7:** Entrega de material POP | Transcurso del contrato\*\* de la consultoría |
| **Entregable 8:** Transmisiones de video en streaming | Transcurso del contrato\*\* |
| **Entregable 9:** Logística de eventos virtuales | Transcurso del contrato\*\* |
| **Entregable 10:** Producción y difusión de podcasts | Transcurso del contrato\*\* |
| **Entregable 11:** Traducción e interpretación en vivo | Transcurso del contrato\*\* |
| **Entregable 12:** Administración y manejo de las redes sociales + sitio web | Transcurso del contrato\*\* |
| **Entregable 13:** Sistematizaciones de procesos, análisis de lecciones aprendidas y difusión de la gestión del conocimiento | Transcurso del contrato\*\* |
| **Entregable 14:** Toma audiovisual en eventos presenciales | Transcurso del contrato\*\* |
| **Entregable 15:** Producción de promocionales y su producción | Transcurso del contrato\*\* |
| **Entregable 16:** Producción de piezas digitales | Transcurso del contrato\*\* |
| **Entregable 17:** Realización de campanas de emailing (incluido compras de base de datos) | Transcurso del contrato\*\* |
| **Entregable 18:** Actividades de Gestión de Conocimiento | Transcurso del contrato\*\* |
| **Entregable 19:** Actividades de traducción | Transcurso del contrato\*\* |
| **Entregable 20:** Gestión de free press e influenciadores | Transcurso del contrato\*\* |

\*Esta tabla no es exhaustiva y dependerá de la propuesta de la estrategia de comunicaciones el Plan de Comunicación y del Plan de marketing que la agencia propondrá. Los oferentes podrán también hacer propuestas de entregables que servirán el cumplimiento de los objetivos de comunicación. La empresa propondrá un número de espacios / productos asociados a la propuesta presupuestal.

\*\*Se definirán ordenes de compras de manera periódica en función de las actividades por realizar y productos por entregar.

## Consideraciones generales

1. Expertise France cuenta con una voluntaria Internacional encargada de Seguimiento,
2. Evaluación y comunicación del proyecto quien apoyará la puesta en marcha y será punto de contacto para la implementación de la estrategia. Se definirán áreas de apoyo específico durante la reunión de inicio del proyecto.
3. Todas las piezas de comunicación producidas deberán respetar las pautas de comunicación y visibilidad del Grupo AFD y Expertise France.
4. Se debe considerar la perspectiva de género, diversidad e inclusión en todos los servicios desarrollados y la promoción de la migración como un factor de desarrollo.
5. Todos los productos que se desarrollen deberán responder a la estrategia de comunicaciones, al Plan de Comunicación o bien a la Estrategia de Marketing Digital y estar debidamente justificados dentro de los objetivos y cronograma de cada uno.
6. Se requiere puntualidad en los tiempos de entrega.
7. Se espera la disponibilidad de stock de imágenes, fotografías y música libres de uso, o con derechos pagados, para dar contenido a las diferentes producciones que se requieran.
8. Se espera un reporte mensual, semestral y anual de los productos de comunicación desarrollados para medir su alcance y efectividad.
9. La producción de materiales de comunicación buscará siempre acrecentar la visibilidad del Grupo AFD.
10. Los audiovisuales tendrán una duración máxima de 2.30” a menos que se justifique otra duración previas revisiones.
11. Se deben entregar todos los editables con sus tipografías y demás links para modificaciones futuras
12. Para cada campaña de marketing digital se requiere de:
    * La creación de un plan detallando objetivos, públicos meta, planificación, presupuesto y monitoreo.
    * Considerar pago de pauta de publicidad.
    * Monitoreo mensual de validación de los resultados alcanzados frente a los objetivos planteados y también revisión de procesos de producción.
    * Un informe final con métricas que permitan evaluar alcance, efectividad, número de reproducciones por video o podcast, dato de visualizaciones de las piezas gráficas, número de seguidores nuevos, tráfico, etc.
    * Documentar el aumento del número de seguidores e interacciones en las publicaciones generadas de cada campaña.

# Experiencia y perfiles requeridos

* **La empresa proveedora de servicios tendrá en lo ideal:**
* Idealmente 5 años de experiencia demostrada en marketing digital, gestión de la comunicación externa y gestión del conocimiento en general.
* Idealmente 5 años de experiencia en diseño, ilustración y creación de piezas de comunicación de impacto para difusión digital e impresa (especialmente post de redes sociales, infografías, folletos, logos).
* Idealmente 5 años de experiencia en el campo editorial: diseño, diagramación, corrección editorial, revisión filológica e impresión de libros.
* Experiencia comprobada en la producción audiovisual (video y fotografías)
* Experiencia comprobada en el diseño y realización de podcasts.
* Experiencia en la producción de eventos presenciales y virtuales.
* Experiencia laboral en español y en inglés (se considerará una ventaja conocimiento de francés).
* La agencia debe tener una oficina en Colombia y capacidad para subcontratar a proveedores en Ecuador y en lo ideal en Costa Rica y Perú, países en donde se espera extender la estrategia.

**El equipo de consultores deberá tener:**

* Experiencia en los campos requeridos para el desarrollo de la consultoría. Los detalles sobre las calificaciones académicas, el campo de competencia y la experiencia técnica/práctica de trabajos o consultorías similares deberán presentarse en hojas de vida. Las hojas de vida presentadas por el equipo de consultoría no deben exceder las 2 páginas por perfil.
* La empresa consulta deberá presentar un equipo de expertos con los perfiles y experiencias que considere necesarios para cumplir con los objetivos de comunicación de la consultoría. Podrá proponer su equipo de trabajo; sin embargo, sugerimos unos mínimos requeridos:
  1. **Coordinador/a de Equipo y líder de la consultoría – Account Manager (Obligatorio)**

El o la líder del equipo será responsable de la coordinación general de la consultoría y del equipo encargado de la estrategia digital, deberá asegurar el exitoso desarrollo de las actividades y la calidad de los entregables. El o la coordinadora será el punto de contacto para Expertise France.

**Perfil:**

* Profesional en mercadeo, administración de empresas, ingeniería, marketing, comunicación o equivalentes.
* Mínimo siete (7) años de experiencia general en desarrollo de estrategias de comunicación, marketing digital, e-commerce.
* Conocimientos en comunicación corporativa, gestión estratégica, manejo de indicadores.
* Experiencia segmentando mercados y en posicionamiento estratégico de marcas.
* Experiencia en diseño de estrategias de comunicación asertivas.
* Experiencia en gestión de marcas y negocios digitales
* Se valorará conocimientos y experiencia en el sector ambiente.
* Excelentes habilidades de comunicación verbal y escrita.
  1. **Equipo de apoyo (Composición sugerida del equipo. Éste podrá ser conformado por otros perfiles profesionales adicionales)**
* **Marketing Strategist:** Encargado de la estrategia de marketing para posicionar a través del análisis de tendencias, estudio de consumidores, evolución de demanda, detectar nuevas necesidades de los públicos objetivos, estudiar oportunidades y amenazas del mercado.

**Perfil:**

* Profesional en marketing
* Con mínimo 3 años de experiencia profesional en mercadeo digital
* Con manejo de equipo de cómputo y software de diseño gráfico.
* Con conocimientos y manejo de branding
* Conocimiento y manejo de SUITE DE ADOBE (Photoshop, Illustrator)
* Con experiencia en la elaboración de gráficos, flujogramas y proyecciones para elaborar estadísticas.
* Con experiencia revisando y resumiendo información de Marketing de manera eficiente y con precisión.
* Con experiencia en marketing digital, especialmente en áreas como marketing en redes sociales y marketing de contenidos.
* Con habilidades de comunicación interpersonal, escrita y oral.
* **Community Manager:** Responsable de construir, gestionar y administrar la comunidad online alrededor de una marca en internet, creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con sus clientes, sus fans y, en general, cualquier usuario interesado en la marca.

**Perfil**:

* Profesional en comunicaciones, publicidad, mercadeo y/o afines
* Mínimo 2 años de experiencia laboral
* Experiencia en la comunicación con clientes
* Experiencia en el manejo de redes sociales
* Experiencia en la creación de textos y piezas creativas
* Conocimientos en la estructuración de mensajes clave para estrategia digital y comunicación con usuarios.
* **Director gráfico:** Responsable de la coordinación general del equipo gráfico, deberá asegurar el exitoso desarrollo de las actividades y la calidad de los entregables.

**Perfil:**

* Profesional en diseño gráfico, en comunicación o equivalentes.
* Con mínimo (7) años de experiencia general en temas de comunicación gráfica y/o diseño.
* e valorará experiencia en agencias de cooperación.
* Eficiencia y eficacia en el manejo de equipo de cómputo y software de diseño gráfico.
* Conocimiento y manejo de branding, copywriting, página web, presentaciones, diseño de brochures.
* Conocimiento y manejo de SUITE DE ADOBE (Photoshop, Ilustrator)
* Experiencia en la elaboración de gráficos y flujogramas
* Experiencia en diseño de material gráfico y audiovisual.
* Experiencia en diseño de piezas análogas y digitales.
* Experiencia en diseño de presentaciones de alto nivel.
* Capacidades de comunicación verbal y escrita.
* **Gráfico Junior (sugerido)**

Apoyo en la construcción y diseño de piezas de comunicación. El gráfico junior será apoyo para desarrollar a cabalidad los objetivos del proyecto. Será el contacto directo del Coordinador de la consultoría.

**Perfil:**

* Profesional en diseño gráfico, en comunicación o equivalentes.
* Mínimo (2) años de experiencia laboral en temas de comunicación gráfica y/o diseño.
* Conocimiento y manejo de SUITE ADOBE (Photoshop e Ilustrator).
* Excelentes capacidades de comunicación.
* **Profesional en diseño visual**

Técnico o tecnólogo en diseño visual, producción audiovisual que apoye la edición y construcción de piezas de comunicación audiovisual.

**Perfil:**

* Mínimo 4 (cuatro) años de experiencia en la realización de contenidos de videos, multimedia, animación y edición de videos.
* Experiencia y gestión de proyectos web.
* Experiencia en producción de piezas multimedia.
* Conocimiento/manejo de Adobe Premiere Pro.
* **Director editorial o quien asuma dicha función**

Responsable de la coordinación de las publicaciones.

**Perfil:**

* Profesional en Literatura, ciencias sociales, lenguas modernas y/o afines.
* Con mínimo 8 años de experiencia general en temas de edición, comunicación gráfica y/o diseño.
* Se valorará experiencia en diseño y comunicación en temas de género y migración.
* Capacidades: Liderazgo y coordinación de equipo.
* **Director de arte o quien asuma la función**

Apoyo en la construcción creativa de las piezas de comunicación, con capacidad de poner sobre el papel de forma gráfica la idea para la comunicación.

**Perfil:**

* Profesional en literatura, ciencias sociales, lenguas modernas, publicidad, diseño gráfico, comunicación o afines.
* Con 5 años de experiencia laboral en temas de dirección de arte, comunicación gráfica y/o diseño.
* Conocimiento y manejo de SUITE ADOBE (Photoshop e Ilustrator)
* Capacidad para liderar y coordinar equipos.
* **Desarrollador web**

Apoyo en la edición y alimentación de contenidos en el sitio web.

**Perfil:**

* Profesional en ingeniería de sistemas, programación o carreras afines.
* Con mínimo un (1) año de experiencia como webmaster o desarrollador web.
* Experiencia en analítica web
* Experiencia en SEO (aplicación de H1, MetaTags y optimizaciones de SEO Content) y desarrollo de experiencia de usuario (UX & UI experience); UX & UI, PHP, HTML/CSS, XML; conocimientos en wordpress y otros CMS.

# Otros requisitos

El proveedor de servicios debe tener todos los equipos y las licencias de software necesarias para la producción de materiales de comunicación indicados en esta convocatoria de licitación.

# Logística y duración

Los consultores pueden desarrollar su trabajo desde Colombia o Ecuador.

Asimismo, se debe tener en cuenta que algunos productos se imprimirán y deberán ser recibidos en Colombia.¿ y Ecuador.

Esta consultoría no admite gastos de viaje; por tanto, la empresa consultora deberá ser capaz de subcontratar en caso necesario y atender la logística de los pagos correspondientes en caso de eventos, por ejemplo.

El idioma oficial para la consultoría es el español, a pesar de que el contrato se realizará en inglés.

# Monitoreo y evaluación

La evaluación de las actividades realizadas por el proveedor de servicios seleccionado puede ser realizada por Expertise France, a través de, por ejemplo:

* Evaluaciones intermedias, con el fin de supervisar y posiblemente reajustar los servicios evaluados.
* Evaluaciones finales, una vez finalizados los servicios, para examinar los resultados obtenidos y observar las consecuencias a corto plazo (en comparación con los objetivos fijados en la fase inicial).
* Evaluaciones ex post, para conocer los efectos a mediano y largo plazo de los servicios prestados.

# Cronograma indicativo

La fecha de inicio de la consultoría será la fecha de notificación indicada en el contrato.

El plazo de implementación será de 12 meses hasta noviembre del 2026.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Entregables / actividades | 2024 | | | | 2025 | | | | 2026 | | | |
| T1 | T2 | T3 | T4 | T1 | T2 | T3 | T4 | T1 | T2 | T3 | T4 |
| Firma del contrato | X |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Reunión de arranque y cronograma de trabajo | X |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Desarrollo de la estrategia, el plan de comunicación y estrategia de marketing digital. | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |  |  |
| Administración de redes sociales y sitio web | X | x | x | x | x | x | x | x | x | x |  |  |
| Presentación de plan y estrategia -monitoreo y ajuste con base en lecciones aprendidas |  |  |  |  | x | x | x | x | x | x |  |  |
| Desarrollo y producción de virtuales | X | x | X | x | x | x | x | x | x | x |  |  |
| Desarrollo y producción de contenidos audiovisuales. | X | X | x | x | x | x | x | x | x | x |  |  |
| Desarrollo y producción de contenidos audio. | X | x | x | x | x | x | x | x | x | x |  |  |
| Logística y facilitación eventos en vivo y virtuales |  | X |  |  |  | x | x | x | x | x |  |  |
| Sistematización y gestión del conocimiento |  | X |  |  |  | x | x | x | x | x |  |  |
| Producción de promocionales |  |  | X |  |  | x | x | x | x | x |  |  |

# Principios y temas a considerar

El proceso de creación y ejecución del plan de comunicaciones del Grupo AFD pretende dar a conocer el programa Mujeres echando raíces, conectando a los distintos públicos objetivos, a través de los canales de comunicación en coordinación con las redes de los stakeholders involucrados.

La presente contratación tiene como objetivo diseñar, crear y desarrollar actividades que impacten, innoven y comuniquen de forma clara y asertiva los esfuerzos y trabajo que realiza el Programa en Colombia y Ecuador.

El equipo consultor deberá actuar bajo principios éticos y del respeto de los derechos de autor. Se deberán citar todas las fuentes consultadas en los informes realizados.

De participar en reuniones con actores institucionales, de ninguna manera el equipo de consultores podrá expresarse en nombre de Expertise France del Grupo AFD.

El equipo consultor deberá informar previamente a las supervisoras del contrato la realización de reuniones o entrevistas con actores institucionales del orden nacional, sub-nacional o internacional.

# Idioma

El trabajo y los entregables deberán ser realizados en español e inglés, por solicitud algunos en francés, para esto último se contará con el apoyo de la voluntaria francesa encargada de seguimiento, evaluación y comunicaciones de Expertise France.

# Supervisión

La supervisión del trabajo y aprobación de productos serán realizada por la Directora, y por la coordinadora del Programa, junto con la encargada de evaluación, monitoreo y comunicaciones de Expertise France.

Se deberá llevar a cabo una reunión de coordinación mensual para conocer los avances del proyecto, con la responsable de Comunicación, Visibilidad y Gestión del Conocimiento del Grupo AFD en el marco del programa, y, además la empresa consultora debe estar en contacto permanente en función del cronograma del programa.

# Presupuesto y pagos

## Presupuesto

El monto máximo del contrato es de **80.000 €** incluido IVA debe cubrir todos los costos relacionados con la consultoría. Se generarán órdenes de compra en función de los productos solicitados.

## Condiciones de pago

Los pagos se realizarán con base en el cumplimiento de las órdenes de compra bajo la presentación de una factura y siempre y cuando hayan sido validados por parte de Expertise France o AFD los entregables.

La empresa consultora deberá presentar una tabla con el precio unitario de los productos/entregables a contratar y los eventuales elementos que permitan ajustar el precio.

La empresa debe estipular en la propuesta los tiempos de entrega estimadas por producto, señalado en días.

# Visibilidad y comunicación

El proveedor seleccionado debe garantizar la mayor visibilidad posible para todas las piezas de comunicación que proponga en el plan y la estrategia.

Se pedirá al titular del contrato que respete tanto en los diferentes entregables producidos, como en la organización de eventos (formación, talleres, seminarios, etc.) la identidad visual propia del Grupo AFD y el proyecto (logotipos, códigos de colores, etc.), así como la de las contrapartes en los distintos países. Para ello, los titulares del contrato deberán familiarizarse con la carta gráfica de cada uno.

Si es necesario, Expertise France puede solicitar al prestatario seleccionado el envío de cualquier documento antes de su puesta en común o publicación, con el fin de verificar su conformidad con las reglas de visibilidad de Expertise France (más allá de la validación técnica de dicho documento). De igual manera, se puede pedir al titular del contrato una mayor coordinación con Expertise France en el marco de la organización de ciertos eventos, para que tengan el nivel de visibilidad esperado por Expertise France.

# Propiedad intelectual

El prestador del servicio se compromete a dar pleno acceso al material de comunicación a Expertise France, AFD y acepta el uso y los canales de difusión que estos últimos consideren pertinentes para dichos materiales sin límite de tiempo.

# Presentación de la solicitud y trámites a seguir

**Presentación de la solicitud y trámites a seguir**

Las propuestas deberán contener al menos:

* Ficha síntesis presentación de la entidad (Ver anexo formato sugerido)
* Propuesta metodológica (formato libre)
* Presentación ampliada de la empresa y presentación del equipo implementador del proyecto: indicar los perfiles, acreditaciones y roles y hojas de vida de máximo dos páginas (formato libre).
* Información de experiencia previa de la organización en los ejes especificados / resultados. (ver anexo formato sugerido)
* Enlaces / muestras de productos de estrategias de comunicación previamente ejecutadas. (formato libre)
* Presupuesto (formato libre)

Al formular las propuestas se recomienda tener en consideración:

* Los solicitantes deberán presentar su propuesta en español.
* Sólo se evaluarán las propuestas que contengan la información completa señalada previamente.
* Expertise France se reserva el derecho de solicitar aclaraciones si la información proporcionada no le permite realizar una evaluación objetiva.
* No se aceptarán propuestas escritas a mano.

**¿Dónde y cómo se debe enviar la propuesta?**

Las propuestas completas deben ser presentadas electrónicamente a través del correo electrónico: [Convocatoria-gobernanza@expertisefrance.fr](mailto:Convocatoria-gobernanza@expertisefrance.fr)

Se rechazarán las solicitudes enviadas por otros medios (por ejemplo, por fax, entregadas en físico o entregadas por otros medios electrónicos.

**Fecha límite para la presentación de propuestas**

El plazo máximo para la presentación de propuestas completas es el 18 de septiembre a las 12:00 am horas. La prueba del cumplimiento de la fecha límite para la presentación de propuestas será el correo de confirmación de recepción de la propuesta. Cualquier propuesta enviada por fuera de la fecha y hora limites establecidas será rechazada automáticamente.

**ANEXO**

***Formatos sugeridos para ficha síntesis de presentación de la entidad***

**PARTE 1 - INFORMACIÓN**

**Presentación de la empresa o entidad solicitante**

|  |  |
| --- | --- |
| Nombre de la empresa |  |
| Nacionalidad |  |
| Estatus legal (tipo de organización E |  |
| Número de registro de constitución legal (si tiene) |  |  |
| **Fecha y lugar de registro legal** |  |  |
| **Ubicación de la oficina/sede principal** |  |  |
| **Presupuesto anual del solicitante**  **(para el último ejercicio financiero completado)** |  |
| **Datos de contacto para el contrato [[1]](#footnote-1):** | |
| **Persona de contacto:** |  |
| **Cargo:** |  |
| **Direccion postal:** |  |  |
| **Número de teléfono:** |  |
| **Dirección de correo electrónico de la persona de contacto:** |  |

***Formato sugerido para presentación de experiencia en contratos similares:***

1. **EXPERIENCIA EN CONTRATOS SIMILARES**

*Proporcione una descripción detallada de los contratos ejecutados durante los últimos 3 años. Esta información se utilizará para evaluar si tiene o no una experiencia adecuada y comprobable en la ejecución de proyectos similares al de la convocatoria.*

*Máximo 1 página por proyecto y 5 proyectos máximo.*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nombre del contrato:** | | **Sector** | | | |
| **Localización del contrato** | **Costo del contrato (EUR/otros)** | **Empresa contratante** | **Area temática** | **Monto de la contribución (por donante)** | **Fechas (del dd/mm/aaaa al dd/mm/aaaa)** |
| … | … | … | … | … | … |
| **Objetivos y resultados del proyecto.** | | | | | |
|  | | | | | |

1. Cualquier cambio de direcciones, números de teléfono, números de fax y, especialmente, direcciones de correo electrónico deberá notificarse

   por escrito a Expertise France. [↑](#footnote-ref-1)