



## **TÉRMINOS DE REFERENCIA**

### **CONSULTORÍA PARA EL DISEÑO Y PLANIFICACIÓN DE UNA CAMPAÑA COMUNICACIONAL POR LA INCLUSIÓN SOCIAL Y CONTRA LA ESTIGMATIZACIÓN DE LOS MIGRANTES VENEZOLANOS**

#### **Consultoría Individual**

**Caracas, julio 2021**

## I. INFORMACIÓN DE LA CONSULTORÍA

<b>Título:</b>	CONSULTORÍA PARA EL DISEÑO Y PANIFICACIÓN DE UNA CAMPAÑA COMUNICACIONAL POR LA INCLUSIÓN SOCIAL Y CONTRA LA ESTIGMATIZACIÓN DE LOS MIGRANTES VENEZOLANOS
<b>Departamento/Unidad:</b>	Unidad de Programa
<b>Supervisión:</b>	Economista Senior
<b>Duración:</b>	1 mes
<b>Tipo de contrato:</b>	IC (Individual Contract)
<b>Título de proyecto:</b>	Apoyo al Gobierno Nacional en Progreso Multidimensional y el Cumplimiento de la Agenda 2030 para el logro de los ODS, N° 0098597

## II. CONTEXTO Y ANTECEDENTES

Según CEPAL y OPS (2020), los migrantes son uno de los grupos que han visto más afectados por la pandemia, haciendo a esta población aún más vulnerable ante diversos tipos de afectación, como lo ha sido por ejemplo, la contaminación informativa en torno a su figura a lo interno del país y en los países de la región, principalmente en los países de mayor acogida (Colombia, Perú, Ecuador y Chile). Para el caso de Venezuela, la oficina del PNUD identificó una narrativa estigmatizante sobre los migrantes retornados, cuyo foco radica en su vinculación como potenciales transmisores del virus. Sin embargo, mientras los países latinoamericanos vuelven a dinamizar sus actividades económicas, el fenómeno de los migrantes que regresan tiende a revertirse y los venezolanos continúan saliendo del país. Según ACNUR, alrededor de 5,4 millones de venezolanos abandonaron el país, siendo uno de los mayores desplazamientos en la región.

Una vez identificados los tópicos de información que giran en torno a estas personas migrantes, y su potencial efecto en la generación de contaminación informativa con alcance nacional y regional en torno a su imagen, se busca diseñar una campaña comunicacional para los medios sociales de la oficina del PNUD en Venezuela que contrarreste los efectos de desinformación y mal-información sobre esta población, a fin de reducir su estigma y discriminación.

Con ello, el PNUD busca promover acciones que contribuyan a reducir cualquier tipo de discriminación de los migrantes retornados y de la diáspora venezolana en los países de la región a través del diseño de respuestas que promuevan la protección social de esta población. En esta oportunidad, por medio de la implementación de una campaña de comunicación digital que incida en las principales variables que generan dichos tópicos informativos para promover, además, la sensibilización de la población ante la figura del migrante venezolano con alcance nacional y regional.

## III. ALCANCE DEL TRABAJO

### OBJETIVO GENERAL

Diseñar una campaña comunicacional para medios sociales que promueva contenidos de mitigación ante los efectos de la contaminación informativa en torno a los migrantes

venezolanos dentro (estados fronterizos y Dpto. Capital) y fuera de Venezuela (Latinoamérica) para el periodo agosto – diciembre de 2021.

### **Responsabilidades y resultados esperados**

Bajo la supervisión del Gerente del Centro de Desarrollo Humano, Progreso Multidimensional y ODS y la Asistente de Comunicaciones del PNUD, el/la candidato/a tendrá la responsabilidad de realizar las siguientes actividades:

Analizar los informes<sup>1</sup>, estudios y documentación disponibles sobre la identificación de contaminación informativa en torno a los migrantes venezolanos, dentro y fuera del país en medios sociales y de comunicación local (estados fronterizos y Distrito Capital) y regional (foco en principales países de acogida: Colombia, Perú, Ecuador y Chile) para la recolección de información relevante a los fines de las acciones comunicacionales digitales a desarrollar.

Definir acciones de comunicación y sensibilización a implementar en medios sociales que contribuyan a combatir el estigma y promover la inclusión social de los migrantes venezolanos con base en tres tópicos de información:

- a) Estigmatización en torno a los migrantes retornados en Venezuela como principal vector de contagio de la COVID-19.
- b) Rol de los migrantes retornados en Venezuela y de la diáspora venezolana en otros países de la región, en la recuperación económica pospandémica.
- c) Estigmatización de los migrantes venezolanos en otros países de la región.

Esto para determinar con base en la información recabada en el aspecto 1, la oportunidad y eje central / fin último de la campaña a realizar para los medios sociales de la oficina del PNUD en Venezuela.

Resultado esperado: Informe de presentación de hallazgos sobre las principales variables en las cuales incidir por medio de una campaña de comunicación digital, a fin de mitigar la contaminación de información en torno a los migrantes venezolanos dentro y fuera del país (retornados a Venezuela y diáspora venezolana en la región) en torno a los tres tópicos de información analizados.

Diseñar un plan comunicacional para medios sociales para un periodo de 5 meses con base en el objetivo propuesto en la presente consultoría, que integre:

Objetivos

Público meta

Mensajes clave

Plan de acción

Conceptualización de *landing page* base de la campaña

Grilla de mensajes por red social

Productos comunicacionales digitales (bosquejos) a diseminar

Esquema de evaluación y medición de resultados (KPI)- alcance esperado

Se busca que una vez recabada y analizada la información pertinente para dar bases a la campaña y su objetivo comunicacional, se lleve a cabo la implementación de la misma, por lo que el diseño de campaña descrito previamente debe ser cónsono de aplicación inmediata en los medios digitales de la oficina del PNUD en Venezuela.

---

<sup>1</sup> Partiendo del informe elaborado por las oficinas del PNUD en Panamá y Venezuela titulado: "Narrativas y contaminación informativa sobre grupos vulnerables durante la pandemia de covid-19: casos Panamá y Venezuela".

Resultado esperado: Plan comunicacional para medios sociales a implementar por la oficina del PNUD en Venezuela con su respectiva propuesta de productos comunicacionales digitales que permitan poner en práctica directa la implementación de la campaña.

#### IV. PERFIL DEL CONSULTOR

##### Educación:

Graduado en carreras de comunicación social, mercadeo y marketing digital.

##### Experiencia profesional:

Ocho (8) años de experiencia comprobada en planificación de comunicación estratégica.

Experiencia profesional en el diseño e implementación de campañas de comunicación para medios sociales y marketing digital (se requiere envío de portafolio de campañas desarrolladas).

Experiencia profesional en el desarrollo de campañas comunicacionales vinculadas al ámbito del desarrollo humano y social.

##### Idiomas:

Dominio perfecto del español y del inglés, deseable.

#### V. PRODUCTOS ESPERADOS

OBJETIVO	PRODUCTOS ESPERADOS	TIEMPO DE ENTREGA (desde la firma de contrato)
Analizar los informes, estudios y documentación disponibles sobre la presencia de contaminación informativa en torno a los migrantes venezolanos, dentro y fuera del país, a fin de identificar potenciales acciones de comunicación y sensibilización que sirvan como eje central de la campaña a realizar.	<b>Producto 1.</b> Informe de presentación de hallazgos sobre las principales variables en las cuales incidir por medio de una campaña de comunicación digital, a fin de mitigar la contaminación de información en torno a los migrantes venezolanos dentro y fuera del país (retornados a Venezuela y diáspora venezolana en la región) en torno a los tres tópicos de información analizados.	1ra semana
Diseñar un plan comunicacional para medios sociales, para un periodo de 5 meses, con base en el objetivo propuesto en la presente consultoría, y contenido de la propuesta de productos comunicacionales a diseminar.	<b>Producto 2.</b> Plan comunicacional para medios sociales a implementar por la oficina del PNUD en Venezuela con su respectiva propuesta de productos comunicacionales digitales que permitan poner en práctica directa la implementación de la campaña.	3ra semana

## VI. ARREGLOS DE GESTIÓN

La aprobación de los productos será responsabilidad del PNUD.

El trabajo se desarrollará bajo la coordinación del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). La presente consultoría tendrá como sede la ciudad de Caracas con jornadas diarias a tiempo completo.

El Consultor prestará todos los servicios que se especifican en los "Términos de Referencia" y será responsable de presentar los productos en la forma y dentro de los plazos indicados, valiéndose de sus propios medios en organización; y en especial de sus conocimientos y experiencia.

## VII. DURACIÓN ESTIMADA DE LA CONSULTORÍA

Se tiene previsto que el trabajo tendrá una duración de 1 mes (30 días continuos), a partir de la firma del contrato. En este lapso, el consultor/a deberá ejecutar todas las actividades y resultados establecidos en los términos, así como también, la entrega final de los productos.

## IX. FORMA DE PAGO

El importe del contrato deberá ser definido en la propuesta financiera y el monto único para la totalidad del contrato. El monto del contrato es fijo, independientemente de los cambios en los componentes de los costos.

Los pagos parciales se realizarán contra entrega y recibo a satisfacción de los productos indicados en la sección IV. Los informes deberán contener el detalle de los productos entregados, los productos deben ser soportados con listados de asistencia de las reuniones convocadas, registros fotográficos, y demás información recopilada en el marco de la consultoría, actividades realizadas para obtener el producto y en los adjuntos los productos propiamente dichos, según sea el informe de avance y/o presentación del producto.

Una vez recibidos los informes, el PNUD dispondrá de 10 días hábiles para remitir observaciones o aprobar el informe, posteriormente se procederá a realizar las gestiones para el procesamiento del pago correspondiente. La distribución de los productos y su relación esperada con los pagos se resume en el cuadro siguiente:

A partir de los productos que incluyen entregas parciales (por ejemplo, por informes periódicos) la distribución de estos pagos esperados quedaría en la forma siguiente:

PRODUCTOS ESPERADOS	Tiempo de Entrega	Porcentaje (%) del total del contrato
Producto 1. Informe de presentación de hallazgos sobre las principales variables en las cuales incidir por medio de una campaña de comunicación digital, a fin de mitigar la contaminación de información en torno a los migrantes venezolanos dentro y fuera del país (retornados a Venezuela y diáspora venezolana en la región) en torno a los tres tópicos de información analizados..	1ra semana	50%
Producto 2. Plan comunicacional para medios sociales a implementar por la oficina del PNUD en Venezuela con su respectiva propuesta de productos comunicacionales digitales que permitan poner en práctica directa la implementación de la campaña.	4ta semana	50%
TOTAL		100%

**VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE LOS PERFILES Y PROPUESTAS DE LOS/LAS CONSULTORES/AS**

Se utilizará el método de puntuación combinada.

**Calificación técnica (70%)**

Aspectos a evaluar:

CRITERIOS DE EVALUACIÓN TÉCNICA DE CANDIDATOS	PUNTUACIÓN MÁXIMA
Graduado en carreras como comunicación social, mercadeo y marketing digital o afines.	20
Técnico superior universitario: 10 puntos	
Licenciatura: 20 puntos	
Al menos ocho (8) años de experiencia en planificación de comunicación estratégica y digital, evaluación y seguimiento de resultados de planes de acción de comunicación digital (inbound e outbound, Twitter, Google Ads y SEO).	40
Menos de 5 años: 20	
Igual o mayor a 8 años: 40	
Experiencia profesional en el diseño e implementación de campañas de comunicación con alcance en los ámbitos del desarrollo humano y social.	20
Menor o igual de 3 años: 10	
Más de 3 años: 20	
Propuesta metodológica	20
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

Aquellas empresas que obtengan una puntuación mínima **de 70 puntos** en la calificación técnica pasarán a la etapa de evaluación de la propuesta financiera.

**Propuesta financiera (30%)**

Se calculará como la relación entre precio de la propuesta y el precio más bajo de todas las propuestas que haya recibido el PNUD.

Se dividirá el precio más bajo ofertado entre el precio de la oferta analizada y se multiplicará por cien (100).

Se sumarán ambas calificaciones (Técnica/Propuesta Financiera, cuyo resultado será la puntuación final combinada).

La evaluación de los/as candidatos/as se realizará tomando en cuenta los criterios de selección y sus respectivas puntuaciones, presentados en el cuadro.