

Términos de Referencia

I. INFORMACIÓN DE LA POSICIÓN	
Título de la posición	Elaboración de un diagnóstico de medio término de campañas de comunicación para el desarrollo.
Estación de trabajo	Remoto
Duración	5 meses
Reporta directamente a	Oficial Regional de Comunicación para el Desarrollo y Oficial Regional de Monitoreo y Evaluación, con apoyo de las asistentes de Comunicación para el Desarrollo del Programa en México, El Salvador, Guatemala, Honduras, Costa Rica y Panamá.
Fecha estimada de inicio	1 de diciembre de 2021
II. INFORMACIÓN ESPECÍFICA DE LA VACANTE	
<p>Comunicación para el Desarrollo (C4D, por sus siglas en inglés) es una metodología que busca generar procesos participativos donde las comunidades puedan encontrar soluciones que promuevan cambios de comportamiento para impulsar su desarrollo social. El Programa Regional sobre Migración (en adelante WHP, por sus siglas en inglés), implementa un componente de C4D en comunidades de la región el cual tiene como objetivo fortalecer las capacidades de los actores locales de esas comunidades para realizar acciones hacia la migración regular e identificar los riesgos asociados a la migración irregular. Esta metodología se realiza basada en evidencia, y se ejecuta en conjunto con gobiernos centrales, locales, organizaciones y comunidades clave.</p> <p>En los meses de agosto y septiembre 2021, el programa está lanzando “Piénsalo 2 Veces” en El Salvador, Guatemala, Honduras, México y Panamá y la campaña “Papeles al día” en Costa Rica. El objetivo general de “Piénsalo 2 Veces” consiste en que personas migrantes y potenciales migrantes se informen de manera segura sobre temas relacionados a la migración y aprendan a reconocer engaños e información falsa relacionada con los riesgos de la migración irregular, tales como tráfico ilícito de migrantes y trata de personas. Asimismo, se busca diseminar información sobre alternativas a la migración irregular, tales como opciones de migración regular y oportunidades locales de desarrollo. Por su parte, “Papeles al día” tiene como objetivo informar y promover la regularización migratoria a través del vínculo familiar en Costa Rica.</p> <p>Cabe destacar que, debido a su alcance geográfico, la campaña “Piénsalo 2 Veces” tiene un carácter sub-regional. Además, ha sido endosada por mecanismos regionales como la CORETT¹. No obstante, en cada país el WHP adaptó el enfoque y concepto creativo de la campaña a las necesidades específicas de las comunidades y sus audiencias primarias, basándose en los resultados y recomendaciones de las diferentes líneas base que se realizaron en los cinco países en el primer semestre del 2021.</p> <p>Ambas campañas se difunden actualmente en “comunidades base” de cada país. Estas son comunidades en las que generalmente se implementan talleres para fortalecer las capacidades locales en diferentes temas y se construyen participativamente los productos de comunicación de la campaña, así como otras acciones con el fin de construir alianzas entre las organizaciones e instituciones a nivel local. Usualmente, el WHP ya ha venido apoyando diferentes acciones en estas comunidades (no solo de C4D, sino también de otros temas) por lo que ya se tiene bien establecida la red de contactos y aliados a nivel local.</p>	

Además, como parte en 2022 las campañas también se distribuirán en comunidades adicionales en las que no se realizará el proceso completo de fortalecimiento de capacidades y construcción comunitaria, sino solamente las actividades digitales y comunitarias de implementación. Éstas son las comunidades de “distribución”. En estas comunidades, el diagnóstico no se implementará de manera directa por la empresa, aunque los equipos de OIM en casa país sí sostendrán reuniones/entrevistas con algunas contrapartes y compartirán los insumos con la empresa, de manera que estos contribuyan al análisis final.

A continuación, las comunidades base:

- **México:** Ciudades de Tapachula (estado de Chiapas) y Tijuana (estado de Baja California) con énfasis en población migrante que reside en albergues.
- **El Salvador:** Ciudades de San Salvador (cabecera departamental San Salvador) y Santa Ana (cabecera departamental Santa Ana).
- **Guatemala:** Municipios de San Pedro Sacatepéquez y Sibinal (departamento San Marcos)
- **Honduras:** Ciudades de Tegucigalpa y Comayagüela (departamento Francisco Morazán) y El Progreso (departamento Yoro).
- **Costa Rica:** Distritos La Carpio y Pavas (ciudad de San José)
- **Panamá:** Corregimientos Barrio Balboa y Herrera (ciudad La Chorrera)

A continuación, las comunidades de distribución:

- **México:** ciudad Villahermosa y municipio de Tenosique (ambas Estado de Tabasco).
- **El Salvador:** no habrá comunidades de distribución, la campaña se distribuirá por medio de la diáspora salvadoreña.
- **Guatemala:** municipios de Comitancillo, de Tutuapa y Tecún Umán (departamento de San Marcos), municipio de Salcajá (departamento de Quetzaltenango), y municipios de Flores y La Libertad (departamento de Petén).
- **Honduras:** Colonias de Chamelecón y Rivera Hernández (ambas en el municipio de San Pedro Sula, Departamento Cortés), municipio de Choloma (Departamento Cortés), municipio de Comayagua (Departamento Comayagua), municipio de Omoa (Departamento Cortés), municipio de La Ceiba (Departamento Atlántida), municipio de Copán Ruinas (Departamento Copán) y municipio de La Labor (Departamento de Ocotepeque)
- **Costa Rica:** comunidad de Guararí (cantón de Heredia)
- **Panamá:** no habrá comunidades de distribución ya que la campaña todavía debe distribuirse en las dos primeras comunidades en las que se lanzó.

III. RESPONSABILIDADES

La empresa seleccionada será encargada de obtener los insumos necesarios para implementar acciones de planificación, producción y distribución de las campañas “Piénsalo 2 Veces” y “Papeles al día” en el 2022.

Objetivos específicos:

- Proveer insumos creativos y recomendaciones estratégicas para la planificación, producción y diseminación de campañas en el 2022.
- Identificar ajustes requeridos en el diseño estratégico y posibles nuevos canales de distribución y actividades comunitarias en el marco de la continuidad de la campaña en las comunidades de base y de distribución.

- Monitorear el desempeño de las campañas “Piénsalo 2 Veces” y “Papeles al día” en 2021 en comunidades base, incluyendo la estrategia, los productos, los canales y actividades de implementación utilizados.
- Proveer evidencia para la toma de decisiones en los procesos de planificación (internos y con las contrapartes) que se realizarán entre marzo y abril del 2022, con el fin de definir las necesidades y abordaje de trabajo en años posteriores.

Tarea	Entregable
<p>Planificación</p> <p>Elaboración de instrumentos de recolección de datos para las entrevistas con público meta y contrapartes.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Plan de trabajo y metodología de intervención detallada. 2. Instrumentos de recolección de datos (guías de entrevistas a público meta y guías de facilitación y reporte para las reuniones con contrapartes) desagregados por país.
<p>Recolección de información</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realización de entrevistas con público meta de los 6 países (24 entrevistas) • Realización de 6 entrevistas a puntos focales de C4D de la OIM y revisión de reportes de las reuniones con contrapartes. • Sistematización y análisis de información recolectada en entrevistas a público meta (ejecutadas por empresa) y a contrapartes (ejecutadas por OIM). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informe y presentación virtual de los resultados del proceso de investigación. El informe debe desagregarse por país.
<p>Desarrollo de conceptos creativos de campañas 2022</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entrega de conceptos creativos • Guías de facilitación y reporte de grupos focales para su validación en comunidades. • Conceptos creativos ajustados según los insumos comunitarios recolectados en los 15 grupos focales. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Propuestas de conceptos creativos, desagregadas por país. 2. Especificaciones técnicas de productos a producir en 2022. 3. Guías de facilitación y reporte para grupos focales de validación con público meta. 4. Conceptos creativos finales, desagregados por país, ajustados en base a los insumos de la validación (grupos focales implementados por OIM)
<p>Finalización del diagnóstico</p>	<p>Informe final, compuesto de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informe de resultados de trabajo de campo, con un capítulo por cada país.

	<ul style="list-style-type: none"> • Conceptos creativos (propuestos y finales) desagregados por país. • Recomendaciones y tácticas de implementación 2022 • Hojas resúmenes del diagnóstico por país, en español e inglés. • Hojas resumen de la campaña por país, en español e inglés. Entrega de bases de datos, transcripciones, documentación fotográfica y otras evidencias, etc. <p>- Presentaciones virtuales de los resultados por país, de una hora de duración máxima (6 presentaciones)</p>
IV. SOLICITUD	
MODALIDADES	<p>Se le solicita a la empresa interesada en participar en el proceso, entregar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - CV de las personas involucradas en el proyecto - Carta de interés. - Propuesta técnica y económica.
PAGO	<p>El pago se realizará contra la recepción, revisión y aprobación satisfactoria de los productos por parte de la OIM.</p>
CONSIDERACIONES ESPECIALES	<p>Estos Términos de Referencia se acompañan de la Nota Conceptual de la actividad que brinda más detalles sobre la ejecución y los resultados esperados.</p> <p>La empresa debe tener disponibilidad de mantener reuniones periódicas con los equipos de la OIM a lo largo del proceso garantizando buena coordinación y comunicación.</p> <p>Para las entrevistas semi-estructuradas, virtuales, en cada país. Se espera que, en cada entrevista, la empresa contratada cuente con al menos dos personas: una que facilite el espacio y otra que tome notas y observe. Las entrevistas deberán ser grabadas, y al principio de cada sesión se solicitará a las personas participantes su consentimiento para ejecutar la grabación.</p> <p>Para la selección de las personas que participarán en la recolección de datos, se tomarán en cuenta las sugerencias de las organizaciones e instituciones contrapartes a nivel comunitario, así como las sugerencias del equipo OIM en el campo.</p> <p>El diseño metodológico de instrumentos de recolección de datos es construido por la empresa en base a las notas conceptuales de país elaboradas por la OIM.</p> <p>Todos los procesos que involucran a la empresa serán implementados en estrecha coordinación con el equipo de OIM. En este sentido, una persona representante de la OIM podrá participar en las entrevistas cumpliendo el rol de observadores.</p>

CÓMO APLICAR	<p>Se le solicita a la empresa interesada en participar en el proceso, entregar enviando al correo iomsanjoseprocurement@iom.int como fecha máxima el martes 23 de noviembre a las 17:00:</p> <ul style="list-style-type: none"> - CV de las personas involucradas en el proyecto - Carta de interés. - Propuesta técnica y económica. 				
CONOGRAMA DE PAGOS	Pagos	Producto	Entrega	Pago	Fecha de pago
	1	Plan de trabajo y revisión y validación de metodología e instrumentos de recopilación de datos.	15 de diciembre de 2021	20%	22 de diciembre de 2021
	2	Informe de resultados de trabajo de campo, desagregado por país.	15 de febrero	20%	22 de febrero de 2022
	3	Propuestas de conceptos creativos por país, guías de facilitación y formato de informe de validación, y especificaciones técnicas para producción.	28 de febrero de 2022	20%	11 de marzo de 2022
	4	Conceptos creativos finales	15 de abril de 2022	20%	22 de abril de 2022
	5	Informe final	13 de mayo de 2022	20%	20 de mayo de 2022