



## TÉRMINOS DE REFERENCIA

### Conceptualización Creativa

#### Estrategia de Comunicación para el Desarrollo en El Salvador, Guatemala y Honduras

##### 1. Contexto

Mesoamérica representa uno de los corredores migratorios más importante alrededor del mundo. Los últimos años se han caracterizado por grandes variaciones en la composición de los flujos migratorios, motivación y perfiles de las personas migrantes y rutas migratorias en la región, lo cual hace al fenómeno migratorio cada vez más dinámico y complejo. Todos los países de la región son en cierto grado países de origen, tránsito, destino y retorno, para migrantes intrarregionales, así como migrantes del resto de las Américas y otros continentes.

La OIM implementa el Programa Regional sobre Migración, financiado por el Departamento de Estado de Estados Unidos, Oficina de Población, Refugiados y Migración, con el objetivo de contribuir capacidades a los Gobiernos en la gestión sostenible y humana de la migración.

Desde este Programa, la OIM propone fortalecer sus esfuerzos para informar y promover alternativas a la migración irregular desde la metodología de Comunicación para el Desarrollo. Esta metodología se propone como una forma innovadora de planificar, ejecutar y evaluar actividades de comunicación que tengan como objetivo el cambio de comportamiento positivo para contribuir al desarrollo social de las comunidades. En Mesoamérica, la OIM ha utilizado esta metodología durante 2019 y 2020 para crear campañas en Guatemala, Honduras, El Salvador, México y Costa Rica y en 2021 se incluirán nuevas comunidades en estos países, así como Panamá.

En los países del Norte de Centroamérica, la campaña [“Pensalo 2 Veces”](#) se implementó con el objetivo de que los y las jóvenes aprendan a reconocer ofertas o informaciones falsas relacionadas con la trata de personas, el tráfico ilícito de migrantes y otros fraudes que se incrementan en el contexto de crisis por COVID-19. Durante 2021, la OIM seguirá desarrollando esta campaña específicamente en las comunidades de San Salvador y Santa Ana (El Salvador), San Marcos y San Pedro Sacatepéquez (Guatemala) y El Progreso y Tegucigalpa (Honduras).

Es importante destacar que, aunque la campaña se va a seguir posicionando bajo el mismo nombre, es posible que se realicen adaptaciones según el contexto local y los resultados de un levantamiento de línea base que se concluirá durante el mes de marzo. El público meta son personas jóvenes de entre 14 y 25 años, en riesgo de vulnerabilidad, que están terminado su educación básica o iniciando la universidad y que, ante la dificultad de encontrar oportunidades de desarrollo en sus comunidades, tienen deseos de migrar y muestran un grado alto de vulnerabilidad con respecto a las ofertas falsas.

En los tres países y de manera virtual, la OIM se estará apoyando nuevamente de una agencia productora y/o creativa que pueda liderar los procesos creativos. Esto es proponer tres enfoques creativos o ideas de abordaje diferentes y co-facilitar talleres virtuales con jóvenes y con las instituciones y organizaciones locales, un espacio llamado “Media Camp”. En estos talleres, que se



Llevarán a cabo primero con el público meta y después con las contrapartes locales, la agencia facilitará la socialización y explicación de los tres enfoques creativos y a continuación, de manera participativa, se decidirá cuál de ellos es el que guía la producción posterior. Habiendo recopilado todos los insumos, la agencia entregará los guiones narrativos a la OIM para su validación. Finalmente, la agencia asistirá a un grupo focal virtual con los y las jóvenes, un espacio en el que los guiones se validarán finalmente con el público meta.

En las propuestas de conceptualización creativa se esperan recibir diferentes formas de abordar la campaña de manera audiovisual sincrónica en los tres países, dando prioridad al formato de video corto y live action con producción en campo, aunque no se excluyen otros formatos y propuestas. La producción formará parte de otra etapa de contratación para la que la OIM trabajará con una misma agencia regional, o agencias nacionales según convenga.

Es muy importante recalcar que, por la naturaleza de este tipo de estrategia, no se necesitan solo productos, sino que se tratará de un proceso en el que la agencia acompañará a la OIM en la consultoría creativa.

## 2. Objetivo

Acompañar a la OIM en el proceso de conceptualización creativa de El Salvador, Guatemala y Honduras (de manera virtual).

## 3. Alcance del trabajo

Los resultados esperados de la asignación se basan en los siguientes criterios:

**Producto 1:** entrega de tres conceptos creativos o ideas de abordaje acompañados de referencias audiovisuales, para el seguimiento a la campaña “Pensalo 2 Veces” en base a lo conversado con las personas puntos focales de comunicación para el desarrollo una vez se hayan analizado los resultados de la evaluación de campaña.

**Producto 2:** asistencia y co-facilitación de primera sesión taller Media Camp con jóvenes de los tres países, de 1.5 horas de duración, de manera virtual (los tres países en una misma sesión).

**Producto 3:** asistencia y co-facilitación de segunda sesión taller Media Camp con jóvenes de los tres países, de 1.5 horas de duración, de manera virtual (los tres países en una misma sesión).

**Producto 4:** asistencia y co-facilitación de dos sesiones de validación con contrapartes locales de El Salvador, de 2 horas de duración, de manera virtual (Una sesión con cada comunidad, de manera separada).

**Producto 5:** asistencia y co-facilitación de sesión única de validación con contrapartes locales de Guatemala, de 2 horas de duración, de manera virtual.

**Producto 6:** asistencia y co-facilitación de sesión única de validación con contrapartes locales de Honduras, de 2 horas de duración, de manera virtual.

**Producto 7:** entrega de guiones narrativos en base a la información recopilada en las sesiones con público meta y contrapartes y otras informaciones que OIM brinde.

**Producto 8:** asistencia y co-facilitación de grupo focal con público meta de los tres países para validar los guiones e incorporar cambios finales (se solicitará informe del grupo focal).

**Producto 9:** entrega de guiones técnicos finales, con todos los detalles necesarios para producir.



#### 4. Período de Ejecución

Se espera que el proveedor comience la asignación inmediatamente después de la firma del Acuerdo de servicio. Los productos serán validados por el equipo nacional y regional de OIM, contrapartes locales y público meta antes de confirmar el cierre final de estos.

Las fechas estimadas son:

Fecha	Producto
9 de abril	<b>Producto 1:</b> entrega de presentación de tres conceptos creativos o ideas de abordaje acompañados de referencias audiovisuales, para el seguimiento a la campaña “Pensalo 2 Veces”.
22-23 abril	<b>Producto 2:</b> asistencia y co-facilitación de primera sesión taller Media Camp con jóvenes de los tres países, de 1.5 horas de duración, de manera virtual. <b>Producto 3:</b> asistencia y co-facilitación de segunda sesión taller Media Camp con jóvenes de los tres países, de 1.5 horas de duración, de manera virtual.
26-30 de abril	<b>Producto 4:</b> asistencia y co-facilitación de dos sesiones de validación con contrapartes locales de El Salvador, de 2 horas de duración, de manera virtual. <b>Producto 5:</b> asistencia y co-facilitación de sesión única de validación con contrapartes locales de Guatemala, de 2 horas de duración, de manera virtual. <b>Producto 6:</b> asistencia y co-facilitación de sesión única de validación con contrapartes locales de Honduras, de 2 horas de duración, de manera virtual.
7 de mayo	<b>Producto 7:</b> entrega de guiones narrativos.
19 de mayo	<b>Producto 8:</b> asistencia y co-facilitación de grupo focal con público meta de los tres países para validar los guiones e incorporar cambios finales (se solicitará informe del grupo focal).
31 mayo	<b>Producto 9:</b> entrega de guiones técnicos finales.

#### 4. Rol de la OIM

OIM colaborará plenamente con la productora para garantizar que se sigan los enfoques sólidos de comunicación para el desarrollo (C4D) durante todo el proceso de diseño creativo.

OIM brindará información adicional sobre la campaña Pensalo 2 Veces, específicamente un brief de resultados de la línea base realizada entre febrero y marzo de 2021 y una ayuda memoria de las primeras jornadas que se tengan con contrapartes locales.

OIM acompañará y co-facilitará las sesiones virtuales con jóvenes y contrapartes locales y se encargará de la convocatoria de participantes y logística.



Además, se comprende que la OIM tendrá los derechos de autor y cualquier otro derecho de propiedad intelectual dimanante de los guiones resultantes y no serán utilizadas para fines propios de la empresa productora.

## 6. Requisitos de los socios de producción

- Guionistas con experiencia en productos publicitarios, pero con sensibilización de trabajos sociales y con jóvenes.
- Tener capacidad de comprometerse con la entrega de todos los productos de este acompañamiento creativo, en los tiempos establecidos.
- Garantizar la integración completa de las metodologías C4D en el proceso de desarrollo de contenido. Esto supone que los conceptos creativos y guiones se mostrarán y validarán con contrapartes clave de la campaña, OIM y público meta antes de poder proceder con el cierre final.
- Experiencia en la producción de audiovisuales de alta calidad.

## 7. Recepción de ofertas

Fecha límite para recibir propuestas: **29 de marzo a las 17:00 horas.**

Contacto:

- Aspectos de contratación y administrativos: Claudia Cerrato ([ccerrato@iom.int](mailto:ccerrato@iom.int))  
Cel. (+504) 9457-6397
- Seguimiento a consultoría y cuestiones técnicas: Laura Fernández ([lafernandez@iom.int](mailto:lafernandez@iom.int))  
Cel. (+504) 9496-2081

\*Para envío de propuestas, favor dirigir a ambos correos electrónicos.

Las ofertas deberán contener:

- Una nota con expresión de interés, que explique en detalle información sobre: experiencia profesional, formación académica, conocimientos y habilidades adquiridas relevantes para el desarrollo de la consultoría (no mayor a dos páginas, en tipografía Calibri 11)
- Portfolio o reel de trabajos realizados.
- Propuesta económica y técnica, con montos específicos por actividad y sin considerar visitas a campo ya que esta actividad se desarrollará de forma virtual.
- Favor indicar en asunto: **Consultoría conceptualización creativa C4D Pensalo 2 Veces**