



Términos de Referencia Consultoría Especializada

"Diseño e Implementación de una Campaña de Comunicación Regional para sensibilizar y transformar conocimientos, actitudes y prácticas de personas empleadoras y trabajadoras remuneradas del hogar".

1. ANTECEDENTES

El trabajo remunerado del hogar (en adelante TRH) constituye un sector del mercado laboral mundial, regional y local que ha sido histórica y estructuralmente relegado, habitado y ejercido casi con exclusividad por mujeres, precisamente por ser el ámbito privado y familiar un espacio social y culturalmente asignado a ellas. Se calcula así que en América Latina y el Caribe, de un total entre 11 y 18 millones de personas que se dedican al TRH en sus distintas modalidades, el 90 y el 95% son mujeres (CEPAL, 2020). En este sentido, es un tipo de trabajo *feminizado*, circunscripto al denominado ámbito de lo *doméstico* y, por tal razón, se encuentra atravesado por las dinámicas de poder estructurales, con relaciones de desigualdad y de violencias que conforman las relaciones de género, de clase y étnico-raciales.

En el contexto descrito, entre 2019 y 2021, CARE, a través del Programa Regional Igual Valor, Iguales Derechos (antes Programa de Trabajo Digno), coordinó la implementación del proyecto **Mujeres, Dignidad y Trabajo (MDT)**, con el liderazgo de CARE LAC y el asocio con la Fundación Bien Humano de Colombia, Themis- Género, Justicia y Derechos Humanos de Brasil y CARE Ecuador. Asimismo, con las organizaciones sindicales de trabajadoras remuneradas del hogar en los tres países: la Federación Nacional de Trabajadoras Domésticas (FENATRAD) de Brasil, la Unión de Trabajadoras Afrodescendientes del Servicio Doméstico de Colombia (UTRASD) y la Unión Nacional de Trabajadoras del Hogar y Afines de Ecuador (UNTHA).

Desde enero 2022, inicia la Fase II del proyecto Mujeres, Dignidad y Trabajo que busca contribuir a mejorar la situación de las TRH, fortalecer sus procesos organizativos, potenciar su capacidad de incidencia, de exigibilidad de sus derechos laborales y humanos, promover formas innovadoras de inclusión y autonomía económica desde un enfoque de inclusión social y económica. A través de la formación en derechos, profesionalización, la consolidación de los negocios sociales y aprendizajes en autogestión económica se aportará al avance del empoderamiento individual y colectivo de las trabajadoras remuneradas del hogar. Las acciones de exigibilidad de derechos se pondrán en marcha a nivel nacional con los socios de 5 países Brasil, Colombia, Ecuador, Honduras, México y regional en 10 países donde la CONLACTRAHO cuenta con 18 sindicatos y organizaciones de TRH afiliados. El proyecto en su segunda fase beneficiará a 2.500 trabajadoras remuneradas del hogar: Brasil (720), Colombia (600), Ecuador (350), Honduras (140), México (350), y 340 en los países de cobertura de la CONLACTRAHO.

El programa Igual valor, iguales derechos, también incluye el proyecto **Fortalecimiento del movimiento de las trabajadoras remuneradas del hogar a través del aprendizaje y la**



tecnología. Con presencia en Brasil, Colombia y México, en donde se desarrollan aplicaciones móviles que permiten acceso a la información sobre derechos humanos y laborales para las TRH y conexión con organismos de protección de dichos derechos. En Brasil la app Laudelina, en Colombia la app Aliadas y en México, la app Dignas. Además, se realizan acciones de formación en tecnología y derechos laborales e incidencia política. El proyecto se ejecuta con el apoyo de organizaciones socias y sindicatos de TRH: En Brasil con Themis y FENATRAD; en Colombia con la Escuela Nacional Sindical, UTRASD y el Intersindical de trabajo doméstico, y en México con CACEH. El proyecto beneficia de manera directa a 1.000 mujeres en México, 1.000 en Colombia y 600 en Brasil.

Ambos proyectos se encuentran en segunda fase de implementación¹, en donde se pretende desarrollar una campaña regional en los países de cobertura de los proyectos: Ecuador, Colombia, Brasil, México, Honduras y los países que conforman la CONLACTRAHO. La campaña estará orientada a la promoción de los derechos de las trabajadoras remuneradas del hogar considerando el Convenio 189 y el Convenio 190 de la OIT. Para ello, será realizada una consultoría especializada que tenga como objetivo diseñar, implementar y gestionar la realización de una campaña regional desde un abordaje intersectorial feminista y de exigibilidad de los derechos de las trabajadoras remuneradas del hogar en los países de cobertura del programa, que incluya el uso y la promoción de la tecnología como herramienta de dicho objetivo. La gestión de la campaña incluirá también el seguimiento de metas e indicadores de alcance para evaluar el impacto de la estrategia comunicacional registrándose los principales hitos y procesos alcanzados.

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo general:

En el marco de los proyectos mencionados, diseñar, Implementar y gestionar desde un enfoque intersectorial, una campaña regional de comunicación que contribuya a transformar los conocimientos, actitudes y prácticas (CAPs) de los/as empleadores/as, trabajadoras remuneradas del hogar y la sociedad (influenciadores políticos, operadores de políticas públicas vinculados a la economía del cuidado, representantes de mesas de apoyo al trabajo del sector, entre otros actores políticos) aportando, con nuevas narrativas que contribuyan a un cambio en la valorización y resignificación social del trabajo decente para las TRH y el posicionamiento de la agenda de trabajo decente y de derechos laborales de las TRH.

2.2 Objetivos específicos

- Diseñar e implementar una campaña regional de comunicación orientada a la promoción de los derechos de las TRH, a la prevención de las diversas formas violencia basada en género (Convenio 189 y convenio 190 de la OIT) con énfasis en la exigibilidad de los derechos de las trabajadoras y trabajo decente (contemplados en la agenda de trabajo decente/derechos de las TRH (C 189 y C 190/OIT)
- Fortalecer las vocerías de las trabajadoras remuneradas del hogar aportando a su posicionamiento político local y regional en torno de sus acciones de incidencia para la exigibilidad de sus derechos humanos y laborales, y su aporte a la economía del cuidado.
- Incentivar a los gobiernos de los países de cobertura de los proyectos, en el uso de la tecnología digital orientada a lograr una mayor difusión y materialización de derechos laborales de TRH a partir de los prototipos de las Apps móviles desarrolladas en Brasil, Colombia, México y Ecuador.

¹ En la fase I del proyecto Mujeres, Dignidad y Trabajo, se realizaron campañas en cada uno de los países de cobertura del proyecto: Colombia, Brasil y Ecuador dirigidas a la exigibilidad y promoción y exigibilidad de los derechos de las trabajadoras remuneradas del hogar. Estas campañas implementadas



desde un abordaje intersectorial estuvieron centradas en la formalización y valorización del trabajo doméstico.

Internet como parte de los derechos laborales y humanos de la TRH (disminuir la brecha digital), con énfasis en México, Brasil, Colombia, Ecuador y otros.

3. ENFOQUES

- **Enfoque de género**

Es el marco de análisis para determinar las diferentes desigualdades y jerarquías entre hombres y mujeres en el uso del poder, los recursos, los beneficios, y para identificar, evaluar y cuestionar la discriminación y la desigualdad como factores de exclusión de las mujeres, que pretenden justificarse en las diferencias biológicas, extendiéndolas al campo de lo simbólico². Además, permite analizar el impacto diferenciado que las instituciones, las constituciones, las leyes, la actuación de las autoridades y las prácticas sociales tienen sobre las vidas de las mujeres y los hombres.

- **Enfoque de derechos humanos**

Los derechos humanos se basan en una teoría de la justicia; es decir, una propuesta ideal de ordenación social que ofrece respuestas a los principales problemas de la convivencia humana en sociedad. Actúan como parámetro ético para juzgar la legitimidad de las instituciones, de las constituciones y las leyes y la actuación de las autoridades.³

- **Enfoque trabajo decente**

Se toma en cuenta el concepto de Trabajo Decente definido por la Organización Internacional del Trabajo (OIT), como un “trabajo adecuadamente remunerado, ejercido en condiciones de libertad, equidad y seguridad, capaz de garantizar una vida digna”. El trabajo decente es una condición fundamental para superar la pobreza, reducir las desigualdades sociales, garantizar la gobernabilidad democrática y el desarrollo sostenible.

- **Enfoque de Interseccionalidad:**

Para una adecuada comprensión del trabajo remunerado del hogar es necesario considerar las interseccionalidades que convergen y que evidencian los múltiples campos de opresión que determinan la condición de vulnerabilidad en la que viven muchas mujeres TRH. Asimismo, el análisis y lenguaje de la interseccionalidad ha sido diseñado para dar visibilidad a históricas discriminaciones vividas por millares de mujeres y niñas en el mundo (Arnaiz, 2015): la categoría de género está profundamente articulada a otras dimensiones como la etnia, la clase, la edad, que son generadoras de formas particulares de desigualdad y discriminación, en diversos ámbitos de la vida social, uno de los cuales es el “mundo” del trabajo (Osorio y Jiménez, 2016).

4. METODOLOGÍA

En el diseño de la campaña comunicacional se deberá considerar las lecciones aprendidas en la implementación de las campañas comunicacionales y los estudios CAP en varios países de la región, desarrolladas en la fase I del proyecto Mujeres, Dignidad y Trabajo en Ecuador, Colombia y Brasil. Asimismo, desde un abordaje participativo -regional deberá ser definida la

² CMP Flora Tristán (2005) Glosario de Derechos Humanos, Género, Políticas Públicas y Salud Sexual y Reproductiva, Editorial Línea Andina SAC, Lima, p. 40.

³ González Amuchástegui, Jesús, Autonomía, dignidad y ciudadanía. Una teoría de los derechos humanos, Editorial Tirant lo Blanch, Valencia, 2004, p. 32.



estrategia e comunicación que orientará a elaboración de productos comunicacionales adaptados a las audiencias objetivo y a ser difundidos especialmente en las redes sociales de las oficinas de país de CARE LAC, de los países de cobertura de los proyectos, así como en la red CONLACTRAHO, de acuerdo a sus contextos y patrones socio culturales

Se recomienda también, en la definición de la estrategia, el uso de medios tradicionales de comunicación

Considerando que los productos deben ser replicados en el Brasil estos deben ser también elaborados en portugués para su adecuada divulgación conforme la estrategia comunicacional.

Cabe destacar que los productos comunicacionales desarrollados en el marco de esta consultoría deberán ser producidos para ser divulgados en fechas relevantes para la incidencia política como el 1 de mayo, Día Internacional del Trabajo; 30 de marzo “día internacional de las trabajadoras remuneradas del hogar”, 25 de noviembre y la Campaña Global por los 16 días de activismo contra la violencia de género, entre otras fechas vinculadas a la defensa y protección de los derechos de las trabajadoras del hogar y de la prevención de la violencia basada en género incluyendo la diversidad sexo-genérica.

De igual manera, la estrategia comunicacional deberá estar conectada con otras acciones de los proyectos relativa a la construcción de una agenda de trabajo decente para exigibilidad de los derechos de las TRH; a la implementación de negocios sociales centrados en la generación de empleo decente para las TRH, estos últimos implementados en Ecuador, Colombia y México y al uso y promoción de las App desarrolladas en Colombia, México y Brasil.

Es importante destacar que la estrategia, los productos/piezas y las acciones comunicacionales desarrollados en el marco de esta consultoría deberán ser descritos en informes intermedio y final - los cuales incluirán también el análisis de indicadores y métricas focalizándose su impacto social.

Donde sea posible, esta campaña regional se articulará con otras iniciativas del Programa Regional Igual Valor, Iguales Derechos de CARE y las iniciativas de comunicación de las oficinas de CARE en los países de cobertura, para optimizar recursos y potenciar las inversiones en iniciativas comunes de cambio social y derechos laborales de las mujeres TRH.

Se espera que la propuesta incluya elementos innovadores, con uso de la tecnología, las aplicaciones móviles de TRH existentes: En Brasil la app Laudelina, en Colombia la app Aliadas y en México, la app Dignas; y productos que puedan ser utilizados y reutilizados por las TRH y sus organizaciones.

Luego de los primeros 9 meses de implementación de la campaña se realizará un informe y evaluación intermedia de alcances; en caso ser necesario se ajustará la estrategia y se adaptarán los productos comunicacionales.

5. ÁREA GEOGRÁFICA

La campaña regional será realizada en los países de cobertura del proyecto: Ecuador, Colombia, Brasil, México y Honduras y países de cobertura de la CONLACTRAHO. Los productos y estrategia de la campaña comunicacional serán replicados en los países de cobertura del proyecto considerando sus especificidades socioculturales y de contexto y las normativas internacionales (C 1899 y 190 de la OIT).

6. Alcance

La estrategia de comunicación, basada principalmente, en el uso de redes sociales como medios para la difusión y promoción de los productos, será medida de acuerdo con los siguientes parámetros:

- ✓ Incremento del número de seguidores de las redes sociales.
- ✓ Número de interacciones registradas por país y por aliado estratégico
- ✓ Número de reproducciones por país y por aliado estratégico
- ✓ Número de usuarios que visiten los sitios web y blogs. En caso de que estos sean también canales considerados dentro de la campaña.

Todos estos parámetros serán medidos en cada una de las redes sociales (webs y/o blogs) vinculadas a los proyectos, por país y por aliado estratégico.

7. PRODUCTOS

A través de la presente consultoría se elaborarán los siguientes productos:

Producto	Tiempo entrega	% Pago
<p>Producto 1: Propuesta metodológica validada y plan de trabajo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Propuesta técnica y metodológica de la campaña con la inclusión de un cronograma técnico y financiero para el desarrollo de la consultoría. • La propuesta deberá incluir la estrategia comunicacional de la campaña considerando: I) públicos objetivos, II) aspectos transversales del trabajo remunerado del hogar, III) conexión con otros ejes del proyecto como la agenda de trabajo decente y las acciones de inclusión económica (negocios sociales). • Definición de la herramienta de medición de alcance e impacto de la campaña y de los resultados alcanzados y métricas. • La propuesta será construida de manera participativa y validada por las organizaciones socias y equipos técnicos y equipos de CARE. 	30 -09-2022	20%
<p>Producto 2: Documento de diseño de la campaña con productos comunicacionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Documento detallado de la estrategia, con la definición de los productos y piezas comunicacionales, de acuerdo con los públicos objetivos, para réplica en los países por medio de redes sociales, aplicativos móviles y otros medios. En español y portugués. • De todos los productos y piezas elaboradas se deberá entregar los archivos adaptados a las plataformas de difusión y en sus respectivos formatos editables previamente evaluados y validados por las organizaciones socias y equipos técnicos para su divulgación. Asimismo, estas piezas y productos comunicacionales deberán ser elaborados también en el idioma portugués par su réplica y divulgación en Brasil: Los productos comunicacionales deberán ser producidos para ser divulgados en fechas relevantes como el 1 de mayo, 16 días de activismo político, entre otras. Para ello se elaborará un calendario de difusión/divulgación con fechas claves descritas en el capítulo de metodología. • Descripción del uso de medios de comunicación tradicionales en el caso de ser necesario (redes sociales, radio o prensa). • Plan de seguimiento y evaluación con sus herramientas e instrumentos para acompañar su alcance. 	31-10-22	25%

<p>Producto 3: Informe intermedio de alcance de la campaña</p> <ul style="list-style-type: none"> • El documento deberá informar sobre el alcance de la campaña y las estrategias comunicacionales implementadas; incluyendo, las actividades de recreación/divulgación de piezas y productos comunicacionales. • Acompañamiento de implementación de la campaña con base en evidencias y métricas (herramienta de medición) que permitan comprender su alcance e impacto social • Descripción de resultados parciales y recomendaciones preliminares. • Evaluación de alcances, ajustes de estrategia y productos de acuerdo a contextos. 	<p>09-2023</p>	<p>25%</p>
<p>Producto 4: Informe final de implementación y alcance de la campaña:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Documento que recoja la descripción de todo el proceso comunicacional desarrollado y su estrategia, así como sus principales lecciones aprendidas y recomendaciones. Inclusión de todos los anexos y fuentes de verificación para la sistematización de la campaña regional, así como el análisis de métricas e indicadores 	<p>10-2024</p>	<p>30%</p>

7. PERFIL REQUERIDO DEL EQUIPO, EMPRESA O PERSONA NATURAL

Nivel académico:

Equipo de consultoría o empresa, que cuente con profesionales con estudios de tercer nivel de comunicación social o afines, bajo la coordinación de un profesional con estudios de cuarto nivel. Estudios de cuarto nivel de especialización en comunicación o marketing social, en comunicación y educación o afines, en caso de persona natural (consultor independiente)

Experiencia específica:

- Experiencia laboral certificada mínima de cinco (5) años en el diseño e implementación de campañas de comunicación vinculados con el cambio social y los derechos de las mujeres.
- Experiencia en el diseño e implementación de campañas de comunicación vinculadas con el cambio social y de comportamiento, con implementación de estrategias de comunicación innovadoras.
- Experiencia demostrable de trabajo con organismos internacionales o de cooperación internacional, organizaciones de sociedad civil, y/o instituciones estatales.
- Manejo de nuevas tecnologías de la información vinculadas con la comunicación para el cambio social y de comportamiento y nuevas narrativas.
- Conocimiento en el área de género, feminismo y derechos humanos y sociales.
- Experiencia en análisis y sistematización de datos comunicacionales y métricas.
- Capacidad de trabajo con equipos multidisciplinares.

8. LUGAR DE TRABAJO

Brasil, Colombia, Ecuador, México, Honduras o Costa Rica.

9. ADMINISTRADOR DEL CONTRATO

El acompañamiento se realizará a través de la Gerencia y Coordinación de los proyectos con apoyo del comité técnico conformado para el efecto.



Comunicación y coordinación del Equipo de consultoría con CARE

El seguimiento y avance de la consultoría estará a cargo de la Gerente Regional del proyecto Mujeres Dignidad y Trabajo, en estrecha intercomunicación con la coordinación de M&T y el equipo del Programa Igual Valor, Iguales Derechos de CARE LAC:

10. TIPO DE CONTRATO Y DURACIÓN

Se firmará un contrato por prestación de servicios profesionales. El período de duración de la presente consultoría será de 1 de septiembre de 2022 hasta 30 de noviembre 2024 culminando con la aprobación del cuarto producto y emitiendo el cuarto pago.

11. CONDICIONES DE PAGO

El pago de la consultoría se la realizará por producto, según la siguiente distribución:

- Producto 1: 20%
- Producto 2: 25%
- Producto 3: 25%
- Producto 4: 30%

12. PRESENTACIÓN Y FECHA PARA LA ENTREGA DE PROPUESTAS

Las personas o empresas de comunicación interesadas y que cumplan con los requisitos, deberán enviar una propuesta técnica y financiera a la siguiente dirección de correo electrónico: ecu.careconsultorias@care.org, indicando en el asunto del mensaje: Consultoría Campaña de Comunicación Regional Proyecto MDT II. La fecha límite para la presentación de propuestas es el 24 de agosto, antes de las 5 p.m. (hora de Ecuador).

La propuesta técnica deberá incluir:

- Metodología de trabajo propuesta y enfoques transversales.
- Un cronograma detallado de actividades para cumplir con los productos definidos en estos Términos de Referencia.
- Un resumen de la experiencia de la empresa, consultora/consultor y del equipo de consultoría, incluyendo la experiencia en trabajos afines a esta convocatoria y nombre de organizaciones para las que ha prestado sus servicios.
- CV detallado de la consultora/consultor o equipo de consultoría, si es una empresa indicar su experiencia en las áreas de especialización y enfoques que se requiere para la realización de esta consultoría.

La propuesta deberá incluir:

- Propuesta económica detallada con impuestos incluidos y conforme cronograma de trabajo.

Las propuestas técnicas y financieras serán evaluadas conforme los siguientes criterios:

Evaluación de competencias Técnicas: 40 puntos

Evaluación de la propuesta técnica: 30 puntos

Evaluación de la propuesta financiera: 30 puntos

Nota: Solamente los/as candidatos/as preseleccionados/as serán contactados/as.

13. PROTECCIÓN CONTRA LA EXPLOTACIÓN Y EL ABUSO SEXUAL



CARE no tolera ninguna actividad que pueda constituir o resultar en la explotación o abuso sexual de los adultos o niños vulnerables que CARE apoya a través de su trabajo. En caso de que el trabajo del consultor en virtud de estos términos de referencias implique la interacción con los participantes del programa CARE, el consultor acepta cumplir con: (a) la Política internacional de CARE sobre la protección contra la explotación sexual y el abuso y la protección infantil, que se puede encontrar en www.care-international.org/psea ("Política de PSEA"); o (b) la política interna del Proveedor de Servicios que es sustancialmente similar a la Política de PSEA de CARE y aprobada por CARE. La Política de PSEA define una conducta prohibida y, entre otras cosas, requiere que el Proveedor de servicios: (a) tome medidas preventivas, incluido el cumplimiento por parte de subcontratistas, agentes y empleados, (b) informe de inmediato cualquier violación real o presunta a CARE, y (c) Tomar las medidas correctivas apropiadas cuando sea necesario.

Documentos para consultar: página web programa Igual Valor, Iguales Derechos. https://igualvalorigualesderechos.org/recurso_cat/publicaciones/