

TÉRMINOS DE REFERENCIA PARA CONSULTOR

Título	Duty Station
Consultoría de apoyo temporal en comunicación y abogacía	Panama City, Panama
Propósito/ Asignación	
<p>La misión fundamental de UNICEF es promover los derechos de todos los niños y niñas, en todas partes, en todo lo que la organización hace en los programas, en la comunicación y en las operaciones. Para UNICEF, la equidad significa que todos los niños y niñas tienen la oportunidad de sobrevivir, desarrollarse y alcanzar su máximo potencial, sin discriminación, prejuicios o favoritismo.</p> <p>El Gobierno de Panamá ha reiterado su compromiso con el cumplimiento y la promoción de los derechos de la niñez y adolescencia. UNICEF le apoya técnicamente para obtener resultados en las áreas que se identificaron como prioritarias para el avance de los derechos de la niñez en el país:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) El desarrollo en la primera infancia; b) Educación; y c) Protección de la niñez y adolescencia. <p>El objetivo general del programa del UNICEF es apoyar al Gobierno para que, desde la primera infancia hasta la adolescencia, se creen oportunidades de forma equitativa y sin violencia que permitan a la niñez y adolescencia crecer y desarrollarse de forma plena, sin dejar a nadie atrás. En la última prioridad se estableció como producto el fortalecimiento institucional y comunitario para la protección de los niños migrantes y aquellos afectados por emergencias.</p> <p>El programa de cooperación de UNICEF 2021-2025 señala que “En los tres ejes programáticos, el trabajo será apoyado por esfuerzos coordinados de comunicación, incluyendo campañas de información, abogacía pública, comunicación para el desarrollo, y cambio social y de comportamiento. Se desarrollarán alianzas y estrategias para fortalecer la marca y el alcance de UNICEF en Panamá.”</p> <p>Para UNICEF la comunicación es una estrategia para el cambio que contribuye a los resultados por la niñez establecidos en el Programa de Cooperación 2021-2025.</p> <p>La comunicación y la abogacía tienen un papel fundamental dentro de los procesos y la estructura de la oficina de país en la administración de la marca, la reputación y la posición de liderazgo de UNICEF. La implementación exitosa del programa, la promoción de derechos y la movilización de recursos dependen en gran medida de la percepción de la imagen de UNICEF y la confianza en la organización por parte de las audiencias relevantes.</p> <p>Para ello, se requiere una persona en el equipo que pueda contribuir a desarrollar por un periodo de 5 meses renovable según disponibilidad de fondos el plan de trabajo de comunicación y abogacía de UNICEF y que contribuya a responder a los retos en materia de comunicación y relacionamiento a través de la gestión de medios digitales propios, la relación con medios de comunicación y periodistas nacionales e internacionales, el desarrollo de eventos, el control de calidad de las publicaciones y la supervisión en el uso de la marca, entre otras tareas fundamentales que requieren cierta presencialidad y reuniones en las oficinas de UNICEF en Panamá con las diferentes áreas de trabajo.</p> <p>Propósito de la actividad/asignación: Proporcionar apoyo temporal en materia de comunicación y abogacía para contribuir a ejecutar el plan de trabajo 2025 del área en el marco del Programa del País de UNICEF.</p>	

Alcance del Trabajo

Bajo la supervisión directa del Gerente de Comunicación y Alianzas, el/la consultor llevará a cabo por **5 meses** las tareas de apoyo en la ejecución del plan de trabajo de comunicación y abogacía de UNICEF en Panamá 2025. **El contrato puede ser prorrogable** según las necesidades y la disponibilidad de fondos de la oficina. El/la consultor llevará a cabo las siguientes tareas:

COMUNICACIÓN

- Apoyar el desarrollo e implementación de la campaña “I AM” para Panamá con un enfoque 360 buscando contribuir significativamente al cambio de conocimiento de las diferentes audiencias respecto de la necesidad de recaudación de fondos de UNICEF a nivel local.
- Con base en el plan de publicaciones aprobado por la Representante, brindar apoyo técnico, logístico y operativo en la planificación, organización y acompañamiento de publicaciones y eventos que busquen visibilizar la situación de la niñez más vulnerable en Panamá, incluyendo la documentación visual/audiovisual de las actividades y eventos priorizados.
- Apoyar la ejecución de estrategias para incrementar audiencias a partir de campañas y la creación de contenidos online y offline, tanto para canales digitales propios (orgánicos) como la sinergia con la pauta digital para la recaudación de fondos.
- Apoyar la fidelización de *influencers* de medios tradicionales y digitales, así como contribuir a la gestión de embajadores de UNICEF.
- Contribuir al desarrollo de productos de comunicación y marketing, y materiales para diferentes audiencias para la implementación de la Estrategia de Comunicación y Abogacía, así como gestionar y utilizar los canales de marketing y de comunicación propios y de medios de comunicación aliados para promover y/o difundir el perfil y las actividades de los proyectos, productos de conocimiento, eventos, movilización de recursos, reclutamiento, etc.
- Planear, acompañar y/o monitorear misiones al terreno en Panama que involucren a periodistas, comunicadores o personas de alto perfil que requieran comunicación interna o externa.
- Asistir en la relación con los medios y periodistas, nacionales e internacionales, y mantener actualizada la base de datos de medios de comunicación nacionales e internacionales, periodistas, líderes de opinión, y puntos focales de comunicación de socios implementadores y contrapartes.

ABOGACÍA

- Contribuir en el posicionamiento de UNICEF como un actor clave para las principales contrapartes gubernamentales, sector privado e individuos, y sujeto de financiamiento (alianzas y recaudación de fondos), en estrecha colaboración con el Gerente de Comunicación y Alianzas, la Representante y el área de Programas.
- Apoyar la implementación y seguimiento a la estrategia piloto de abogacía para la eliminación del castigo corporal del Código de la Familia, en el marco del Comité de la Campaña Integrada de Crianza Amorosa.
- Apoyo a la implementación, actualización y seguimiento de la estrategia de abogacía con la Asamblea Nacional.
- Llevar a cabo las acciones priorizadas para incrementar los fondos públicos dedicados a la infancia y a UNICEF, en coordinación con el Gerente de Comunicación y Alianzas, la Representante y el Representante Adjunto.
- Apoyar la coordinación y consolidación con colegas locales, de la oficina regional y la sede para la incorporación de la abogacía como una estrategia de cambio clave en el nuevo programa país 2026-2030.

OTROS

- Mantener y asegurar la claridad, consistencia de la marca de la organización y el debido cumplimiento del Libro de Marca.
- Asistir en el reporte de indicadores clave de gestión del área de comunicación y abogacía.
- Cualquier otra solicitud de apoyo relacionada con comunicación y abogacía.

No.	Entregables	Fecha de Entrega
1	Plan mensualizado hasta diciembre 2025, por canal y audiencia, para la implementación de la campaña “I AM” con el presupuesto disponible.	2 semanas después de la firma del contrato
2	Estrategia piloto para la eliminación del del castigo del Código de la Familia, plan de acción a diciembre 2025, propuesta de materiales para la estrategia y recomendaciones para su implementación durante la segunda legislatura (julio 2025-mayo 2026) Reporte mensual que incluya: <ul style="list-style-type: none"> • Desempeño de redes sociales y del sitio web con base en los KPIs relacionados a medios digitales y sociales. • Número de productos de comunicación y abogacía revisados • Número de productos de comunicación y abogacía elaborados 	6 semanas después de la firma del contrato
3	Plan mensualizado hasta diciembre 2025 de redes sociales propias (@unicefpanama y @ureportpanama) buscando alcanzar las metas de crecimiento de seguidores e incrementar en <i>engagement</i> Reporte mensual que incluya: <ul style="list-style-type: none"> • Desempeño de redes sociales y del sitio web con base en los KPIs relacionados a medios digitales y sociales. • Número de productos de comunicación y abogacía revisados • Número de productos de comunicación y abogacía elaborados 	8 semanas después de la firma del contrato
4	Propuesta y acompañamiento de producción de Misión Imposible en el marco de la campaña I AM. Reporte mensual que incluya: <ul style="list-style-type: none"> • Desempeño de redes sociales y del sitio web con base en los KPIs relacionados a medios digitales y sociales. • Número de productos de comunicación y abogacía revisados • Número de productos de comunicación y abogacía elaborados 	12 semanas después de la firma del contrato
5	Propuesta de acciones en torno al Día Mundial de la Infancia (WCD) en el marco de la campaña I AM. Reporte mensual que incluya: <ul style="list-style-type: none"> • Desempeño de redes sociales y del sitio web con base en los KPIs relacionados a medios digitales y sociales. • Número de productos de comunicación y abogacía revisados • Número de productos de comunicación y abogacía elaborados 	20 semanas después de la firma del contrato
6	Plan individual para el desarrollo de eventos de comunicación y abogacía priorizados, según demanda y disponibilidad de fondos. Hasta 3 eventos. Cada evento será facturado de forma individual.	Estos productos serán por demanda. En caso de no requerirse no serán cancelados.
7	Plan individual para el desarrollo de publicaciones priorizadas, según demanda y disponibilidad de fondos. Incluye la revisión de estilo, consistencia en el uso de la marca, diagramación y publicación (digital y/o impresa). Hasta 3 publicaciones. Cada publicación será facturada de forma individual.	Estos productos serán por demanda. En caso de no requerirse no serán cancelados.
8	Plan individual para el desarrollo de misiones al terreno, por delegación expresa, según demanda y disponibilidad de presupuesto. Hasta 2 visitas al terreno. Cada misión será facturada de forma individual.	Estos productos serán por demanda. En caso de no requerirse no serán cancelados.

Conocimientos/ Experiencia/Habilidades requeridas (que se utilizarán para la evaluación técnica en el proceso competitivo)

El consultor/a o empresa deberá cumplir los requisitos que se especifican a continuación, aunque no de forma excluyente:

- 10 años de experiencia laboral como responsable de comunicaciones, periodismo o creación de contenidos, cualquier otro puesto relacionado.
- Sólidas habilidades de comunicación corporativa e interpersonales.
- Sólidas habilidades organizativas y programáticas.
- Experiencia en marketing digital y offline, ATL, BTL y organización de eventos.
- Capacidad para trabajar con diseñadores gráficos, fotógrafos, videógrafos, productores audiovisuales y periodistas/editores.
- Capacidad para tomar la iniciativa y trabajar bien de forma independiente y como parte de un equipo
- Buen conocimiento de los medios de comunicación y las estrategias de relación y participación con las partes interesadas
- Capacidad de trabajar y adaptarse de manera profesional y efectiva en un ambiente desafiante; capacidad de trabajar efectivamente en un equipo multicultural de personal nacional e internacional;
- Conocimientos informáticos sólidos, incluyendo manejo avanzado de varias aplicaciones de Microsoft Office (Excel, Word, Teams, Outlook, etc.) así como email/internet; familiaridad con gestión de bases de datos y equipamiento tecnológico de oficina;
- Conciencia acerca de cuestiones de seguridad;
- Afinidad o interés en desarrollo infantil Interés en trabajo humanitario y compromiso y disponibilidad para enfrentar situaciones de emergencia.
- Deseable experiencia en la gestión de redes sociales y otras aplicaciones de apoyo relacionadas, incluidas sus plataformas analíticas, y en publicidad en Facebook, Google Adwords y otros canales de marketing.
- Deseable conocimiento en la gestión de *customer relationship management (CRM)*.
- Deseable experiencia en el SNU
- Excelentes habilidades para redactar en español y fluidez para hablar y escribir en inglés.

Criterios de Evaluación (Esta información será utilizada para [Selection Report](#) (para mayor claridad puede referirse al [Guidance](#)))

A) *Evaluación Técnica (e.g. maximum 70 Puntos)*

B) *Propuesta Económica (e.g. maximum of 30 Puntos)*

La selección del consultor se realizará mediante la siguiente ponderación:
70% propuesta técnica y 30% propuesta económica.

Los aspirantes deberán presentar por separado la **propuesta técnica** y la **propuesta económica**:

1. Se considera como **propuesta técnica** los siguientes documentos: Hoja de vida (CV) actualizada que incluya la formación académica y la experiencia profesional, detallando los roles y trabajos realizados que permitan identificar la experiencia con relación al objeto de la consultoría, y copia de los títulos de pregrado y postgrado.

La ponderación de los factores de la propuesta técnica serán los siguientes:

- **Factor 1: Formación Académica:** Título de Postgrado (Maestría u otra especialización técnica) y Licenciatura en periodismo, comunicación, marketing, relaciones internacionales, ciencias sociales o un campo relacionado. (25 puntos).
 - Título de Maestría en áreas relevantes: 25 puntos
 - **Título de Maestría en otras áreas: 15 puntos**
 - Títulos de especialidades técnicas: 10 puntos
 - Maestría en curso: 5 puntos
 - No presenta grados académicos de postgrado: 0 pts

Método de Verificación: Copia de los diplomas.

- **Factor 2:** Experiencia mínima de 10 años en temas relacionados con trabajo con medios de comunicación, ya sea en medios o en departamentos de información y/o relaciones públicas de instituciones públicas, organizaciones de la sociedad civil o sector privado: (45 puntos)
 - Mayor a 15 años: 45 puntos
 - Entre 11 y 14 años: 30 puntos
 - 10 años: 15 puntos
 - Menos de 10 años: 0 puntos

Método de Verificación: CV.

2. Se considera como **propuesta económica una descripción detallada del costo por producto incluyendo el costo por evento, publicación y misión en el caso de los productos de cantidad variable, detallados en los entregables/productos solicitados.** Utilizar el formato incluido en el anexo a estos términos de referencia. Para la entrega de los productos de la consultoría, se requiere constante trabajo in situ con agencias, medios de comunicación, y proveedores, contrapartes y socios implementadores ubicados en Panamá. **Las misiones fuera de la ciudad de Panamá (fuera del área metropolitana según las regulaciones de UNICEF)** que sean aprobadas no harán parte de los honorarios del consultor y se pagarán sobre la base del costo real según las regulaciones de UNICEF.

El consultor deberá contar con los equipos tecnológicos necesarios para el desempeño de la consultoría como computador y otros. Asimismo, para todas las sesiones virtuales, el consultor deberá garantizar la conectividad y condiciones tecnológicas que faciliten la comunicación.

Sin perjuicio de lo anterior, la organización se reserva el derecho de entregar otras herramientas, plataformas o equipos necesarios para la correcta ejecución y finalización de los productos entregables.

ANEXO
Formato para presentación de propuesta económica

Component #	Propuesta de horas necesarias para completarlo	Costo por hora	Total Costo en US\$
1. Producto 1:			
1.1 Honorarios			
1.2 Otros			
Subtotal Producto 1:			
2. Producto 2:			
2.1 Honorarios			
2.2 Otros			
Subtotal Producto 2:			
3. Producto 3:			
3.1 Honorarios			
3.2 Otros			
Subtotal Producto 3:			
4. Producto 4:			
4.1 Honorarios			
4.2 Otros			
Subtotal Producto 4:			
5. Producto 5:			
5.1 Honorarios			
5.2 Otros			
Subtotal Producto 5:			
6. Producto 6 por evento:			
6.1 Honorarios por evento			
6.2 Otros por evento			
Subtotal Producto 6 por evento:			
Subtotal Producto 6 por un máximo de 3 eventos:			
7. Producto 7 por publicación:			
7.1 Honorarios por publicación			
7.2 Otros por publicación			
Subtotal Producto 7 por publicación:			
Subtotal Producto 7 por un máximo de 3 publicaciones:			
8. Producto 8 por misión:			
8.1 Honorarios por misión			
8.2 Otros por misión			
Subtotal Producto 8 por misión:			
Subtotal Producto 8 por un máximo de 2 misiones:			
Subtotal honorarios:			
Subtotal otros:			
Gran Total			