



CONLACTRAHO
Confederación Latinoamericana y del
Caribe de Trabajadoras del Hogar



Términos de Referencia Consultoría Especializada

"Diseño de una estrategia de comunicación y fortalecimiento de redes sociales y pagina web de CONLACTRAHO"

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.

Dicho proyecto se encuentra en segunda fase de implementación¹, desde donde se ha desarrollado 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 está 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, se está llevando a cabo una consultoría especializada que tiene como objetivo

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.



diseñar, implementar y gestionar la realización de una estrategia de comunicación para Conclactraho, desde un abordaje interseccional feminista, y de exigibilidad de los derechos de las trabajadoras remuneradas del hogar.

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo general:

Diseñar, desde un enfoque interseccional, una estrategia de comunicación para Conclactraho 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, así como el posicionamiento de temas clave en el marco de la Agenda Regional de Conclactraho en defensa de los derechos laborales de las TRH.

2.2 Objetivos específicos

- Diseñar un documento de estrategia de comunicación orientada al posicionamiento de temas clave con base en la Agenda Regional de Conclactraho sobre la promoción de los derechos de las TRH, la prevención de las diversas formas de 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.
- Consolidar las coberturas/alcances en redes sociales de Conclactraho y su página web, así como apoyar la gestión de productos, a partir de insumos generados por Conclactraho, en articulación con la campaña regional en curso.

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 social; 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 autoridades³.

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



CONLACTRAHO
Confederación Latinoamericana y del
Caribe de Trabajadoras del Hogar



- **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 Estrategia comunicacional se deberá considerar las lecciones aprendidas en la implementación de las campañas comunicacionales y los estudios CAP Fase I y Fase II en varios países de la región, desarrolladas en la fase I y II del proyecto Mujeres, Dignidad y Trabajo en Ecuador, Colombia y Brasil, Honduras, México y en el resto de los países de cobertura de Conlactraho. Asimismo, desde un abordaje participativo deberá ser definida la estrategia de comunicación que orientará la aplicación de productos comunicacionales adaptados a las audiencias objetivo y ser difundidos especialmente en las redes sociales y página web de CONLACTRAHO, de acuerdo a sus contextos y patrones socioculturales.

La estrategia comunicacional deberá estar centrada en la difusión de temas claves contenidos en la Agenda Regional, recientemente construida, así como con otras acciones de los proyectos relativos a la solicitud de Segunda Audiencia ante la Comisión Interamericana de Derechos Humanos. Donde sea posible, esta estrategia deberá considerar la articulación 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.

Es importante destacar que el diseño de la estrategia, así como el apoyo a 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.

Luego de los primeros 2 meses de implementación del fortalecimiento en las redes sociales y página web, 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 Estrategia de comunicación tendrá un alcance de al menos en los 16 países de cobertura CONLACTRAHO (México, Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, República



Dominicana, Panamá, Colombia, Perú, Chile, Argentina, Paraguay, Ecuador, Bolivia y Brasil). Los productos y estrategia de comunicación serán replicados por cada una de las centrales sindicales y sindicatos en cada uno de los países de cobertura del proyecto considerando sus especificidades socioculturales y de contexto y las normativas internacionales (C 189 y 190 de la OIT).

6. Alcance

La estrategia de comunicación a diseñar, basada principalmente, en el uso de redes sociales como medios para la difusión y promoción de los productos, deberá incluir la medición de acuerdo con los siguientes parámetros:

- ✓ Incremento del número de seguidores de las redes sociales.
- ✓ Número de interacciones registradas y por aliado estratégico
- ✓ Número de reproducciones por país y por aliado estratégico
- ✓ Número de usuarios que visitan los sitios web

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 del diseño de la estrategia con la inclusión de una propuesta de cronograma técnico y financiero para un eventual desarrollo de la consultoría. • La propuesta deberá considerar la campaña de Comunicación que se encuentra actualmente en curso, la cual no es específica solo para Conlactraho. Deberá presentar: I) públicos objetivos, II) aspectos transversales del trabajo remunerado del hogar, III) conexión con otros ejes de los dos proyectos como la Escuela Regional Sindical, estrategias de incidencia política y las acciones de inclusión económica (negocios sociales), IV. Propuesta de productos comunicaciones de puntos clave de incidencia de la Agenda Regional. • Incorporación de una herramienta de medición de alcance e impacto de la campaña y de posibles resultados a alcanzar, métricas online y offline, teniendo en cuenta indicadores de desempeño claves a nivel de campañas digitales (KPI, por sus siglas en inglés), utilizada en el proyecto mencionado anteriormente. • La propuesta será construida de manera participativa y validada con el secretariado de Conlactraho, equipos técnicos y equipos de CARE. 	Febrero 2024	20%



<p>Producto 2: Documento de diseño de la Estrategia con productos comunicacionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Documento detallado de la estrategia, con la definición de las acciones de producción, fortalecimiento y seguimiento de las redes sociales de Conlactraho, fortalecimiento de la página web de Conlactraho, aumento de seguidores, de acuerdo con las audiencias y los públicos objetivos. De manera previa debe definirse en conjunto con Conlactraho los temas clave en el marco de la Agenda Regional Sindical, el estudio CAP y el estudio sobre violencias, discriminaciones y racismos recientemente finalizados. En español y portugués. • Programa de reforzamiento de capacidades sobre manejo y seguimiento de redes sociales, dirigido al Secretariado de Conlactraho, desde la educación popular y participativa, el cual contenga una descripción del uso de medios de comunicación tradicionales (redes sociales, radio o prensa), considerando las capacidades ya aprendidas. Validada por Secretariado de CONLACTRAHO. • Plan de seguimiento y evaluación con sus herramientas e instrumentos para acompañar su alcance. 	<p>Marzo 2024</p>	<p>25%</p>
<p>Producto 3: Informe intermedio de fortalecimiento de las coberturas/alcances en redes sociales de Conlactraho y su página web</p> <ul style="list-style-type: none"> • El documento deberá informar sobre el acompañamiento de las redes sociales y página web, 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>Abril 2024</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 de acompañamiento desarrollado, así como sus principales lecciones aprendidas y recomendaciones. Inclusión de todos los anexos y fuentes de verificación para la sistematización de alcance de coberturas/métricas y el análisis de indicadores. • Serán necesarias entregas de informes parciales mensuales para realizar seguimiento y tomar correctivos de ser necesarios. Estos informes deberán incluir actividades realizadas y métricas alcanzadas. • Validación con el secretariado y CARE en una reunión de socialización de informe final y recomendaciones de próximos pasos. 	<p>Junio 2024</p>	<p>30%</p>



CONLACTRAHO
Confederación Latinoamericana y del
Caribe de Trabajadoras del Hogar



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 vinculadas 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

Región centroamericana, Ecuador o República Dominicana.

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 del Proyecto Mujeres, Dignidad y Trabajo Fase II y la Secretaría de Conlactraho.

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 5 meses, 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%



CONLACTRAHO
Confederación Latinoamericana y del
Caribe de Trabajadoras del Hogar



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: cleide.pinto@conactraho.org , elena.garcia@conactraho.org, con copia a astradomes.co.cr@gmail.com, indicando en el asunto del mensaje: Consultoría Campaña de Comunicación Regional Proyecto MDT II. La fecha límite para la presentación de propuestas es el 2 de febrero del 2024 , 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/