

## Creamos Oportunidades

Swisscontact es una organización pionera de vanguardia en la implementación de proyectos de desarrollo internacional. Promovemos el desarrollo inclusivo desde los ámbitos económico, social y medioambiental, con el propósito de hacer una contribución significativa a la prosperidad sostenible y generalizada de las economías emergentes y en desarrollo.

### TÉRMINOS DE REFERENCIA

#### Desarrollo de Estrategia de Comunicaciones

#### Programa Colombia más Competitiva (C+C)

#### Información general

Lugar de ejecución	Bogotá
Fecha estimada de inicio	01.11.2023
Fecha estimada de terminación	01.11.2024
Duración del convenio	12 meses
Tipo de contratación	Contrato de prestación de servicios
Valor estimado del contrato	Presupuesto estimado entre COP \$368.000.000-COP \$460.000.000
Proyecto/Programa	Colombia + Competitiva
Código presupuestal	42050001 Rubro comunicaciones

#### ¿Quién es Swisscontact?

Somos una organización pionera de vanguardia en la implementación de proyectos de desarrollo internacional. Promovemos el desarrollo inclusivo desde los ámbitos económico, social y medioambiental, con el propósito de hacer una contribución significativa a la prosperidad sostenible y generalizada de las economías emergentes y en desarrollo.

<https://www.swisscontact.org/es>

<https://www.linkedin.com/company/swisscontact/>

#### ¿Quién es C+C?

El programa Colombia + Competitiva es una iniciativa conjunta entre la Secretaría de Estado para Asuntos Económicos suiza (SECO) y el Gobierno Nacional, que orienta sus esfuerzos a mejorar la competitividad en el país y diversificar su

economía. La Fundación Suiza de Cooperación para el Desarrollo Técnico – SWISSCONTACT es el facilitador nacional del programa.

El programa inició en Colombia en el año 2017, y se ejecutará en dos fases: Un primer mandato que abarcó una Fase inicial de 4 años 2017 - 2020; y el mandato actual de una segunda Fase de cuatro años comprendidos entre 2021 y 2024. Durante esta segunda fase, el Programa se enfocará en fomentar el crecimiento verde e inclusivo mediante un entorno empresarial propicio y políticas eficaces del sector público, así como también, en promover la competitividad y la innovación mediante cadenas de valor sostenibles que proporcionan oportunidades de empleo e ingresos.

## Consideraciones /Antecedentes

El programa para atender sus focos estratégicos divide sus intervenciones en 2 componentes: el primero que busca generar cambios sistémicos, desde la concepción de la política pública que promueve la competitividad y la innovación en el país y un segundo componente, que propende por consolidar cadenas de valor competitivas y sostenibles a largo plazo, así:

- Componente 1 – Mecanismo de reformas de políticas de competitividad. A través del cual se brindará apoyo a proyectos orientados a promover la competitividad de Colombia a través de un mecanismo de soporte financiero, como respuesta “rápida” para apoyar procesos estructurales, sistémicos y transformacionales.
- Componente 2: Mecanismo de apoyo a Cadenas de valor sostenibles. A través del cual se apoya el desarrollo de las cadenas de valor de cacao especiales, cafés especiales, ingredientes naturales, turismo sostenible y construcción sostenible.

En este último componente se han definido dos mecanismos para apoyar a las cadenas de valor, así:

- Componente 2.1: Fondo Competitivo, que busca fortalecer la competitividad e internacionalización de cadenas de valor sostenibles en Colombia a través de la cofinanciación de proyectos de asistencia técnica con un marcado enfoque de mercado.
- Componente 2.2.: Reformas de políticas sectoriales que abordará los desafíos y cuellos de botella transversales y específicos de cada sector, en el nivel nacional (cacaos especiales, turismo sostenible, ingredientes naturales, cafés especiales y construcción sostenible), y facilitación del diálogo nación-región.

Como enfoques transversales del Programa se han establecido metas alrededor de Crecimiento Verde, Inclusión Financiera, Genero entre otros.

En materia de comunicaciones durante la primera fase de Colombia + Competitiva se pudieron alinear los objetivos de visibilidad del financiador con los del programa y sus aliados / beneficiarios, dándole protagonismo a la misión del programa en su rol de promotor, desarrollador y transformador de las potencialidades competitivas del país a través de: i) sofisticación, desarrollo e implementación de política pública; ii) transformación de cadenas de valor y preparación para los mercados internacionales; y finalmente, iii) Interacción entre diversos actores de las cadenas de valor para el logro de la replicabilidad de aprendizajes. Adicionalmente, se crearon canales que de forma orgánica han contribuido en la construcción de audiencias que permiten aterrizar una estrategia de visibilidad pertinente y oportuna para el programa.

Los medios digitales del programa son:

- Twitter es el principal canal del programa a través del cual se hace difusión de noticias, hitos, conocimiento, invitaciones, convocatorias, etc. Se cuenta actualmente con 1.594 seguidores.

- El canal de YouTube cuenta con 81 videos, clasificados como: videos conceptuales de la posición del programa en las diferentes temáticas que desarrolla, videos testimoniales y videos orientadores; es una herramienta para el consumo de contenido ligero. Todo este material es difundido a través de posts en el canal de Twitter.
- El fan page de Facebook del programa, es usada para la transmisión de eventos virtuales que genera visibilidad en regiones con limitado acceso a internet.
- El web site del programa [www.colombiamascompetitiva.com](http://www.colombiamascompetitiva.com), es el repositorio de la documentación del programa.

Adicionalmente como tácticas de visibilidad se desarrollan eventos que se conectan con los principales hitos de comunicación de los proyectos del programa.

En materia de conocimiento se han creados más de 25 documentos, dentro de los que destacan, guías, libros y metodologías cuyo propósito es gestionar y difundir el impacto, los resultados y las herramientas construidas a las audiencias estratégicas del programa para lograr ser un referente en materia de competitividad e innovación en Colombia.

Para la segunda fase del programa se estableció como objetivo fundamental, hacer énfasis en la difusión del conocimiento técnico como pilar de la comunicación, los resultados e impactos del programa, bajo un enfoque de creación de lenguaje común para ampliar orgánicamente las audiencias. Cada acción realizada se basa en el diálogo, consenso y trabajo en equipo entre el financiador, facilitador, ejecutor, beneficiarios, socios y aliados.

Para el cierre de la segunda fase del programa se espera focalizar la comunicación y gestión de conocimiento en los enfoques transversales del programa (crecimiento verde, desarrollo sistémico, igualdad de género, inclusión financiera, paisajes sostenibles, etc.)

En esa medida, se requiere contratar una firma que apoye el proceso de implementación de una estrategia de comunicación que permite fortalecer la visibilidad del programa Colombia más Competitiva a puertas de su cierre.

## Objeto

Diseñar e implementar una estrategia de comunicación integral para el cierre del programa Colombia + Competitiva, la cual permita fortalecer la visibilidad del programa Colombia más Competitiva y la de la Cooperación Suiza en materia de competitividad, sostenibilidad, equidad de género y desarrollo el ecosistema de Competitividad e Innovación de Colombia y en la región.

## Lugar de ejecución

Colombia + Compleitiva se implementa en el territorio de Colombia, en caso de que se establezca la necesidad de producir contenido en las locaciones de los proyectos, será necesario realizar desplazamientos a otras ciudades nacionales que deberán estar cubiertos en el presupuesto.

## Objetivos específicos

El acompañamiento en el diseño e implementación de estrategias y actividades relacionadas con el fortalecimiento de la visibilidad del programa Colombia más Competitiva tiene como objetivos específicos:

- Fortalecer el relacionamiento estratégico en espacios que visibilicen al programa como un actor clave en políticas públicas que impulsen la productividad y competitividad.
- Aumentar la visibilidad de las actividades y logros del programa en medios tradicionales y digitales, de cara a destacar a Suiza como un aliado clave para Gobierno Nacional.

- Generar y difundir contenidos que resalten los enfoques transversales del programa, como equidad de género, desarrollo sostenible y amigable con el medio ambiente e inclusión financiera.

## Alcance

Se requiere contratar una firma para el diseño e implementación de una estrategia de comunicación integral para el cierre del programa Colombia + Competitiva, a partir de la revisión y análisis de la estrategia de comunicaciones implementada, que combine medios tradicionales, digitales y relaciones públicas para aumentar la visibilidad en las diferentes audiencias y que incluye las siguientes fases.

### FASES

- **FASE 1:** Revisión y análisis de la estrategia/ actividades de comunicación implementadas en los 7 años de ejecución de este.
- **FASE 2:** Diseño de una la estrategia de comunicación integral para el cierre del programa.
- **FASE 3:** Implementación de la estrategia diseñada de forma articulada con el equipo de comunicaciones de Swisscontact y de la Embajada de Suiza, para incrementar la visibilidad y difundir los resultados alcanzados.

## Actividades

1. Identificar y caracterizar las diferentes audiencias de programa, sus necesidades, sus hábitos de consumo de información, los mensajes clave dirigidos para cada audiencia y los canales de difusión.

Se espera que el proponente tenga en cuenta el plan de comunicación ejecutado a lo largo de las dos fases del programa y que el ejercicio se desarrolle de la mano de las entidades líderes del mismo (SECO y Swisscontact).

Como resultado de la implementación de la propuesta metodológica se espera que se obtenga al menos la siguiente información (ver tabla de ejemplo) de cada segmento de audiencias, se ranqueen y se ordenen en orden de prioridad según la importancia de estas para el programa, el donante y el facilitador.

Público objetivo	Necesidad, deseo, o problema	Fuente de información, hábitos de consumo de contenidos	Mensaje principal	Canales de difusión
Estudiantes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obtener información sobre oportunidades profesionales después de los estudios</li> <li>• Reducir la brecha entre la educación y el mundo laboral</li> <li>• Poner en práctica sus competencias → encontrar una primera experiencia profesional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Portales de empleo online</li> <li>• Redes sociales</li> <li>• Personal docente de las universidades</li> <li>• Centros de empleo</li> <li>• Ferias de empleo</li> <li>• Publicaciones de estudiantes</li> <li>• Boca a boca (otros estudiantes, familia, etc.)</li> </ul>	<p>Te informamos sobre oportunidades profesionales y ofertas educativas en cooperación internacional (Fórum, ferias profesionales, página web, redes sociales, boletín)</p> <p>Te permitimos establecer contactos con posibles futuros empleadores (Fórum)</p> <p>Ponemos a tu disposición un portal de empleo (y prácticas) en línea.</p> <p>Te apoyamos a lo largo de toda tu carrera</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redes sociales, centradas en Facebook</li> <li>• Reuniones con el personal docente de la universidad</li> <li>• Centros de empleo (reuniones, correos electrónicos, carteles)</li> <li>• Ferias de empleo (stands, talleres, presentaciones)</li> <li>• Publicaciones para estudiantes (artículos)</li> <li>• Embajadores (boca a boca)</li> </ul>

También se espera que desarrolle un análisis rápido de oportunidades de mejora y estrategias y acciones específicas para maximizar el impacto de las comunicaciones de C+C. Para esto es clave entender el desempeño de este.

2. Revisar material existente y las estrategias de comunicación actuales, definir y priorizar qué nuevo material se debe producir para complementar el know how del programa (equidad de género, desarrollo sostenible y amigable con el medio ambiente e inclusión financiera, formación dual, construcción sostenible, etc.). Levantar línea base para contrastar indicadores claves al final del ejercicio.
3. Definir e implementar estrategias de difusión del contenido, herramientas, material multimedia existente o nuevo.

Para las actividades 2 y 3 se espera que el proponente se base en el inventario del contenido y de los canales existentes con el propósito de partir de lo construido para agregar valor a ese material, seleccionado:

- el material para reutilizar,
- que puede ser editado para lograr una mayor conexión con las audiencias y
- aquel material nuevo que se propone sea construido desde cero para abordar todos los enfoques y visión del del programa.

Para el material nuevo, se espera que el proponente recomiende, diseñe y desarrolle las mejores opciones de contenidos según las temáticas a trabajar y sus posibles audiencia y canales de difusión.

4. Maximizar el tamaño de la audiencia del programa Colombia Más Competitiva para promover el consumo del conocimiento y herramientas construidas en el desarrollo de los proyectos de política pública y cadenas de valor sostenibles, al mismo tiempo que se promueve la creación de una comunidad que acerque a los empresarios colombianos, al sector público y a la academia hacia objetivos comunes de mejoramiento de la productividad y la competitividad, esto puede incluir, la apertura de un nuevo canal y el acompañamiento en el lanzamiento y consolidación de la misma.

Dado que la segunda fase del programa se encuentra a puertas de su cierre, se espera que a través de la implementación de la propuesta metodológica se logre maximizar las audiencias a través de la comunicación de herramientas útiles o capacidades que deja el programa en cada uno de los públicos intervenidos, así como de los resultados de los proyectos que se encuentran en ejecución.

5. Lograr una mayor visibilidad con la opinión pública a través de medios de comunicación, eligiendo aquellos canales más efectivos de acuerdo con los segmentos (Audiencias) más relevantes para el programa.

Se espera que el proponente diseñe como mínimo 3 tácticas que visibilicen al programa en cada una de las audiencias definidas e implemente 1 de ellas para cada audiencia. A continuación, se menciona algunas tácticas mapeadas previamente. El proponente podrá recomendar cuales son las más adecuadas para el programa.

### Medios tradicionales

- Dar visibilidad en medios tradicionales o especializados (El Tiempo, Semana, Portafolio).
- Facilitar la difusión por radio.

### Medios digitales

- Fortalecer activos digitales actuales (página web, redes sociales, contenidos audiovisuales, informes / publicaciones digitales, entre otros).
- Diseñar e implementar campañas de comunicación y visibilización en redes (Twitter y Facebook, otros).

- Diseñar y producir contenidos digitales, con foco especial en contenidos audiovisuales que comuniquen los resultados e impactos del programa.
- Elaborar y desarrollar campañas de email marketing sin restricción de cantidad de uso.

### Gestión de conocimiento

- Diseñar de Talleres / Reuniones para compartir el conocimiento de los proyectos con diferentes actores del programa.
- Diseñar y comunicar a través de medios digitales o tradicionales, los reportes e informes del programa.

### Relacionamiento con medios

- Reforzar y mantener una relación sólida y continua con los principales periodistas, generadores de opinión y otros líderes de comunicación de Colombia, incluyendo medios digitales.

### Relaciones publicas

- Facilitar el acceso a espacios y foros de opinión (por ejemplo: foros Portafolio).
6. Crear espacios de intercambio (Comunidades de práctica) con los stakeholders de las temáticas relevantes para el programa (Eventos, congresos, foros, conferencias virtuales o presenciales) que permitan visibilizar al programa como un actor clave en el impulso de la productividad y competitividad.

Se espera que el proponente analice, diseñe, produzca y apoye en el montaje de eventos con actores estratégicos orientados a fortalecer las relaciones institucionales del programa con aliados estratégicos (eventos, congresos, conferencias, seminarios, cocteles).

7. Consolidar informe final que soporte los resultados logrados a través de la estrategia de comunicación desarrollada.

Se espera que el proponente consolide los resultados que evidencien las mejoras en la estrategia de comunicación y el aumento de la visibilidad de C+C ante los segmentos definidos, así como un informe final que consolida la agenda de aprendizajes que sirva como guía para otros programas de cooperación que busquen impulsar las comunicaciones y la visibilidad.

## Público que se espera alcanzar con las estrategias implementadas

- Líderes del sector privado en las cadenas de valor del programa (Cacaos especiales, cafés especiales, Turismo sostenible, ingredientes naturales, Construcción sostenible)
- Líderes del país en temas de competitividad, desarrollo de capacidades, eficiencia energética, sostenibilidad, equidad de género, entre otros.
- Cooperantes nacionales e internacionales de instituciones públicas y privadas
- Agencias de cooperación multinacionales
- Líderes e influenciadores de la opinión pública
- Tomadores de decisión de organizaciones públicas
- Medios de comunicación radiales, televisivos, digitales o impresos de relevancia de Bogotá.
- Revistas especializadas.
- Periodistas independientes y comunicadore/as.
- Opinión pública

## Otros resultados esperados

- Identificación de audiencias relevantes
- Impulso de imagen de marca (branding) en las audiencias relevantes
- Crecimiento de las audiencias
- Generación de capacidades en el equipo de comunicaciones y gestión del conocimiento del programa
- Diseño de estrategia e implementación de tácticas para la visibilización del programa
- Mejora de indicadores como: aumento de seguidores, interacciones, visitas a página web, disminución tasa de rebote, duración en página web, descarga de documentos, aumento de alcance en medios tradicionales, aumentar vistas de videos en canales de YouTube, aumento de publicaciones en medios tradicionales, participación en espacios de comunicación estratégicos, desarrollo de eventos o actividades con aliados estratégicos, entre otros.
- Compilación de aprendizajes y mejores prácticas para poder transmitir conocimientos y estrategias a otros programas de la cooperación económica.

## Perfil del proponente

A continuación, se establecer el perfil deseado de los proponentes:

- Estar basado en Colombia.
- Tener la capacidad de producir contenido en español e inglés.
- Contar con un equipo técnico especialista en escritura.
- Contar con equipo técnico para el desarrollo de material audiovisual de alta calidad.
- Capacidades de edición y reciclaje de contenidos.
- Demostrar experiencia sólida en marketing digital para entidades sin ánimo de lucro y sin fines comerciales.
- Preferiblemente contar con experiencia en lograr impactos en medios de comunicación de proyectos y programas de desarrollo.
- Tener experiencia con varios medios de marketing medios, canales y herramientas.
- Conocer las mejores prácticas en marca y marketing tanto online como offline.
- Tener experiencia gestionando audiencias multiculturales.
- Tener impulso por los resultados en el corto plazo.
- El poder de convocatoria de actores en diferentes áreas de trabajo en relevante.
- Tener experiencia desarrollando eventos presenciales y virtuales de gran impacto.

Equipo mínimo deseado:

- Director de cuenta (porcentaje alto de dedicación).
- Analista de comunicaciones (porcentaje alto de dedicación).
- Equipo de diseño y audiovisual.
- Experto o equipo de relacionamiento público.
- Equipo experto en diseño, producción y montaje de eventos.

Deseado que:

- La propuesta incluya el acompañamiento del equipo de comunicaciones al menos tres (3) visitas de campo<sup>1</sup> para levantar testimonios, videos y fotos.

---

<sup>1</sup> Posibles destinos: Huila, Tolima, Antioquia, Guajira, Santander u otros destinos nacionales.

- Se desarrollen reuniones de seguimiento quincenales/mensuales con el equipo de comunicaciones de Swisscontact y de la Embajada de Suiza.

## Valor:

El presupuesto máximo para el desarrollo del contrato corresponde a la suma de hasta **COP 460.000.000 Exentos de IVA (Programa con CUC)**. A esta cifra se le aplicarán las deducciones legales correspondientes.

El valor total la propuesta **debe incluir** los costos de desplazamiento a las zonas de intervención que se consideren necesarios para la oportuna y satisfactoria ejecución de los servicios planteados en la propuesta y por tanto serán **NO** cubiertos por SWISSCONTACT.

## Forma de pago:

Los pagos se establecerán de común acuerdo con el contratista de acuerdo con el plan de trabajo, el cronograma de ejecución y la propuesta económica seleccionada. Se especifica que el primer pago no excederá el 15% del valor total del contrato. Los pagos subsiguientes se realizarán proporcionalmente al valor de cada producto a entregar.

## Proceso de selección:

Los proponentes deben remitir al correo electrónico [convocatorias.colombia@swisscontact.org](mailto:convocatorias.colombia@swisscontact.org) con copia a [ana-catalina.romero-calle@eda.admin.ch](mailto:ana-catalina.romero-calle@eda.admin.ch) un documento de propuesta (máximo 10 hojas) hasta el día 20 de octubre del año en curso a la media noche, con asunto **VISIBILIZACIÓN PROGRAMA COLOMBIA MÁS COMPETITIVA**, que incluya al menos:

Anexo	Descripción
1.	Presentación de la agencia de comunicaciones o la firma proponente – <b>Formato libre</b> . <ul style="list-style-type: none"><li>• Incluyendo experiencia y clientes.</li></ul>
2.	Presentación propuesta técnica– <b>Formato libre</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• La propuesta técnica podrá contener de forma corta información como estrategias, activos digitales, contenidos. actividades, resultados esperados, entre otros.</li></ul>
3.	Cronograma propuesto- <b>Formato libre</b> .
4.	Propuesta económica incluir valor por fases, actividades y entregables - <b>Formato libre</b> . <ul style="list-style-type: none"><li>• Los presupuestos asociados deben incluir gastos de viaje necesarios para la ejecución del proyecto.</li></ul>

No	Procedimiento	Fecha
1.	Apertura de la convocatoria	6 de octubre de 2023
2.	<b>Presentación de propuestas</b>	<b>20 de octubre de 2023 a la medianoche</b>
3.	Notificación al prestador de servicio seleccionado	Hasta el 25 de octubre de 2023

La evaluación se llevará a cabo según los siguientes criterios:

ITEM	CALIFICACIÓN
<b>1. Experiencia del proponente</b>	25 puntos
<b>2. Equipo de trabajo</b>	10 puntos
<b>3. Plan de trabajo y cronograma de ejecución</b>	25 puntos
<b>4. Propuesta metodológica</b>	30 puntos
<b>5. Propuesta económica</b>	10 puntos
Puntaje Total	<b>100 puntos</b>

## Reporte / Supervisión:

La supervisión del contrato estará a cargo de la Coordinación General de Colombia + Competitiva o quien esta delegue.

## Garantías:

El/la contratista constituirá a su cargo y a favor de SWISSCONTACT, una garantía única que ampare el cumplimiento general del presente convenio, por cuantía equivalente al 30% del valor total, con una vigencia igual al plazo y seis meses más.



**MARY AMALIA VÁSQUEZ MURILLO**  
Representante Legal  
SWISSCONTACT



**CLAUDIA SEPÚLVEDA**  
Coordinadora General – Programa C+C  
SWISSCONTACT