

CONSULTORÍA COMUNICACIÓN

Introducción

Cruz Roja Uruguay es una asociación civil, sin fines de lucro, auxiliar de los poderes públicos, de carácter independiente en materia humanitaria. Constituida bajo las leyes de la República Oriental del Uruguay con fecha 5 de marzo de 1897 cuya personería jurídica fue otorgada por el Poder Ejecutivo con fecha 26 de octubre de 1897.

A través de su red territorial constituida por 20 filiales Departamentales y Locales permiten que el Movimiento preste de manera oportuna y eficiente una respuesta apropiada en dónde se requiere. Las personas voluntarias son quienes habitualmente se encuentran primeros en el lugar tanto en situación de desastre o quienes permanecen en etapas de reconstrucción comunitaria.

Contexto Nacional

Desde su re-conformación en 2020, el área de Comunicación de Cruz Roja Uruguay ha asumido un papel clave en la proyección estratégica de la organización, posicionándose como un pilar fundamental en el acompañamiento de las acciones y prioridades de la Sociedad Nacional. Este desarrollo ha estado orientado a fortalecer la visibilidad, el impacto y la coherencia de las comunicaciones, ajustándose a los contextos dinámicos y cambiantes del país.

En el contexto de los últimos años, la pandemia de COVID-19 subrayó la importancia de contar con una comunicación sólida y empática y la necesidad de consolidar a Cruz Roja Uruguay como una fuente de referencia para transmitir mensajes claros, transparentes y efectivos en tiempos de crisis y emergencias, la promoción de la salud y la sensibilización en temas humanitarios.

Este enfoque estratégico debe seguir fortaleciéndose para enfrentar los desafíos del futuro y consolidar el rol auxiliar del Estado de Cruz Roja Uruguay y los principios fundamentales que guían su accionar.

Justificación:

La Cruz Roja Uruguaya (CRU), como Sociedad Nacional del Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja, tiene un mandato de servir como auxiliar de los poderes públicos en el ámbito humanitario, manteniendo siempre su independencia, neutralidad y adherencia a los principios fundamentales del Movimiento. En este contexto, el área de Comunicación de la CRU cumple un rol crucial para garantizar que tanto las acciones humanitarias como los valores que rigen a la organización sean debidamente comprendidos y valorados por la sociedad uruguaya.

Desde la conformación del área de Comunicación en 2020, ha habido un avance significativo en la profesionalización de las comunicaciones de la CRU. Sin embargo, es necesario realizar una evaluación exhaustiva del estado actual de los canales, herramientas y estrategias de comunicación existentes, para identificar fortalezas y áreas de mejora, en función de los desafíos contemporáneos que enfrenta la organización. Este diagnóstico permitirá alinear aún más las acciones de comunicación con los objetivos estratégicos de la CRU y con las expectativas y necesidades de los diferentes públicos.

Por otro lado, la percepción del rol auxiliar de la Cruz Roja Uruguaya ante los poderes públicos y la sociedad en general es un aspecto que requiere atención especial. La correcta comprensión de este rol es fundamental para garantizar una colaboración efectiva con el Estado en tiempos de crisis y para reforzar la legitimidad de la CRU como actor humanitario. La realización de un estudio que permita conocer cómo es percibido este rol en distintos sectores de la sociedad ofrecerá información valiosa para diseñar estrategias de comunicación más efectivas.

Del mismo modo, el conocimiento público sobre los siete principios fundamentales del Movimiento (Humanidad, Imparcialidad, Neutralidad, Independencia, Voluntariado, Unidad y Universalidad) es esencial para que la población entienda los fundamentos éticos y operacionales de la CRU. Un estudio detallado sobre el grado de conocimiento y comprensión de estos principios entre la ciudadanía, los voluntarios y los actores claves permitirá identificar brechas y oportunidades para fortalecer la conexión de la organización con sus públicos.

Finalmente, en función de los resultados obtenidos de estos estudios, es imprescindible el diseño e implementación de dos campañas de difusión: una enfocada en el rol auxiliar de la Cruz Roja Uruguaya y otra centrada en la promoción de los principios fundamentales. Estas campañas no solo fortalecerán la imagen de la CRU, sino que también contribuirán a una mayor sensibilización y conocimiento público sobre el trabajo que realiza,

mejorando su capacidad de respuesta y fortaleciendo su relación con la sociedad uruguaya.

Esta consultoría es, por lo tanto, crucial para consolidar el impacto de la comunicación de la CRU, adaptándose a los desafíos actuales y futuros, y garantizando que los valores humanitarios que representa sean difundidos de manera clara, coherente y efectiva.

Objetivos

- Realizar un diagnóstico sobre el estado actual de la comunicación de Cruz Roja Uruguaya
- Realizar un estudio sobre el conocimiento actual del rol auxiliar de Cruz Roja Uruguaya y de los principios fundamentales del Movimiento
- Proponer puntos clave a tener en cuenta en una futura campaña creativa para la difusión de los principios fundamentales en su aplicación y el rol auxiliar de la organización.

Metodología

Desarrollo de documentos definidos en los entregables, realización de estudios de percepción y entrevistas. Presentación final de los entregables al área de Comunicación y Dirección Ejecutiva Nacional.

Entregables

Entregable 1: Desarrollo de documento sobre Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) del estatus actual del área de comunicación.

Entregable 2: Diagnóstico completo sobre el área de comunicación y las comunicaciones externas de la organización

Entregable 3: Documento diagnóstico sobre el conocimiento de los principios fundamentales y rol auxiliar de la organización entre los distintos públicos.

Entregable 4: Propuesta de campaña creativa para la difusión del rol auxiliar y los principios fundamentales incluyendo públicos objetivos y canales sugeridos de acuerdo a las capacidades de la organización.

Cronograma

La consultoría estará activa hasta el día 10 de diciembre 2024.

Primer mes de consultoría:

Entregables 1, 2

Segundo mes de consultoría:

Entregables 3 y 4

Criterios de selección

Los candidatos a esta Consultoría deberán presentar una propuesta técnica y económica que deberá incluir una metodología de investigación detallada que proponga un plan de acción para alcanzar los Objetivos del Proyecto y los resultados de la Consultoría de acuerdo con estos Términos de Referencia.

Viajes y misiones de este proyecto deberán ser considerados fuera de la propuesta económica.

Pagos

Los pagos se efectuarán en tres partes,

- el primer pago (30%) 5 días luego de la firma del acuerdo de consultoría,
- el segundo pago (30%) con la validación de la versión final del entregable 1 y 2. Fecha máxima 15 de noviembre.
- el tercer pago (40%) a la finalización de la consultoría y la validación de la versión final de los 3 entregables. Fecha 29 de noviembre 2024

Con un margen de 15 días de revisión y ajuste para Entrega documentos finales: 10 de diciembre de 2024.

Confidencialidad

El consultor se compromete a mantener en reserva y no revelar a terceros, sin autorización escrita del Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja, cualquier información recibida o conocida durante el proceso de selección y la ejecución de las actividades, salvo lo estrictamente necesario para llevar a cabo la consultoría.

Esta obligación abarca tanto la información entregada como la generada durante las actividades, tanto antes como después de la finalización del servicio. Durante el desarrollo del mismo, la propiedad de toda información generada pertenecerá exclusivamente al Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja, sin que el proveedor tenga derechos sobre ella ni pueda utilizarla sin consentimiento previo. Además, el proveedor deberá proporcionar toda la información disponible a la Cruz Roja Uruguaya, y eliminar permanentemente todos los datos e información a petición de estas organizaciones.