**Apoyo para la Reforma del Sistema de Pensiones de Chile**

**(CH-T1156)**

**TÉRMINOS DE REFERENCIA**

**Consultoría para una Estrategia de Comunicación y**

**Diseminación de resultados**

1. Antecedentes
   1. El Banco Interamericano de Desarrollo, a través de la Unidad de Mercados Laborales y Seguridad Social (SCL/LMK), es actualmente un actor importante en el sector laboral en Chile. Sin embargo, el mismo no se encuentra todavía posicionado como el actor y referente del sector.
   2. El objetivo general de esta cooperación técnica es apoyar al Gobierno de Chile y en particular a la Comisión Asesora Presidencial sobre el Sistema de Pensiones, en la realización del diagnóstico acerca de los atributos, limitaciones, y desafíos del Sistema de Pensiones, así como también en la elaboración de un informe final que incluya propuestas orientadas a resolver las principales deficiencias del Sistema de Pensiones, para lo que se requiere un proceso de comunicación que garantice su asistencia a los seminarios y talleres temáticos.
   3. El Banco apoyará a la Comisión en la realización de un seminario público a solicitud del país con el objeto de analizar los estudios de diagnóstico del sistema de Pensiones. Este seminario representa la oportunidad para la Comisión de contar con la participación de los integrantes internacionales de la Comisión y en el largo plazo, se espera que estos análisis contribuyan a consolidar los pilares fundamentales sobre los que se apoya la sostenibilidad del sistema de capitalización individual, así como la estabilidad macroeconómica y fiscal del país.
   4. La Comisión está encargada de fomentar el diálogo con todos los sectores involucrados con audiencias a fin de realizar propuestas para mejorar el sistema de pensiones. Por ello, es necesario contar con un consultor que defina un plan que garantice la participación y difusión de la información clave del seminario y además apoye a definir un plan que posicione y visibilice los resultados del mismo. Objetivos de la consultoría
2. Objetivos de la Consultoria

2.1 Contar con una estrategia de comunicación adecuada tanto para la fase de preparación como para la ejecución del evento, que permita contar con los insumos necesarios y la participación de los actores relevantes en el seminario; como en la fase de difusión de los resultados, que permita la visibilidad de los estudios y resultados alcanzados en el marco de la presente CT, posicionando al Banco como un referente en la materia a nivel nacional.

**2.2 Objetivos específicos**:

* Contar con una estrategia de comunicación para la fase de elaboración y de realización del seminario, que permita lograr la participación de actores claves y la obtención de los insumos necesarios para evaluar opciones de política.
* Contar con una estrategia de visibilidad de resultados, que posicione al Banco como referente en el sector a nivel nacional.

1. CARACTERISTICAS DE LA CONSULTORIA

3.1 **Tipo de consultoría**: Consultor individual.

3.2 **Duración**: de diciembre 2014 a marzo 2015.

3.3 **Requisitos:** El consultor deberá ser un profesional con título universitario con Maestría en comunicación social, marketing o en áreas afines. Además tendrá que tener 5 años de experiencia profesional, con 3 años en el área de la consultoría. Se valorará experiencia en organismos internacionales en procesos de visualización de sus resultados.

1. ACTIVIDADES

4.1 Para cumplir con los objetivos, el consultor deberá desarrollar las siguientes actividades:

4.2 **Definir metas de comunicación para la fase de preparación y difusión de resultados**, que incluyan un plan de acción para alcanzar estos objetivos. Para definir estas metas el consultor deberá:

i. Identificar públicos internos y externos del seminario.

ii. Planificar y desarrollar el alcance a estas audiencias a través de diversos canales de comunicación.

iii. Definir un esquema para entregar mensajes clave a estas audiencias.

4.3 **Medios de Comunicación Social:** Analizar y definir alternativas de uso de canales disponibles para visibilizar a nivel nacional al Banco y su trabajo en el sector.

4.4 **Sinergia con la política general de comunicación del BID**. Los planes desarrollados en el marco del presente contrato deben encajar dentro de la estrategia global de comunicación para el Banco en su conjunto, para la Unidad y para la Representación. Por lo tanto, el consultor asegurará la compatibilidad con las políticas de la División de Relaciones Exteriores y el personal de Relaciones Públicas de la Representación.

1. Productos y Forma de pago

5.1 Los productos esperados como resultado de la consultoría son los siguientes:

* Producto 1: Plan de trabajo incluyendo la estrategia, el calendario y el plan de acción propuesto.
* Producto 2: Uso de canales disponibles para visibilizar el seminario y optimizar la participación de las audiencias claves a través de las herramientas de medios sociales.

Producto 3: Difundir en los medios a nivel nacional e internacional los resultados del seminario.

5.2 El pago se realizará contra la entrega de los productos antes mencionados de acuerdo al siguiente calendario:

* 20% contra entrega y aprobación del producto 1.
* 30% contra entrega y aprobación del producto 2.
* 50% contra entrega y aprobación del producto 3.

5.3 El monto de la consultoría cubrirá los gastos de viaje que implican las actividades mencionadas.

5.4 Los informes que se produzcan como resultado de la consultoría, serán entregados en forma electrónica en formato y programa original en el que fueron desarrollados y en un único archivo que incluya la portada, el documento principal y los anexos en formato PDF. En aquellos casos en que los informes se subdividen en volúmenes temáticos, se aceptará un archivo PDF por cada volumen.

1. COORDINACIÓN

6.1 La coordinación de esta consultoría será de responsabilidad de Carmen Pagès- Serra, [carmenpag@iadb.org](mailto:carmenpag@iadb.org) , Jefa de la Unidad de Mercados Laborales y Seguridad Social (SCL/LMK).