

TERMINOS DE REFERENCIA ASISTENCIA TECNICA EN MARKETING DIGITAL CON CONTENIDO SOCIAL PARA OBC.



ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE ORGANIZACIONES DE BASE COMUNITARIA
EN SALUD (ACOBCS)



INTRODUCCIÓN

En el marco del programa “RS20” Fortalecimiento a 20 organizaciones de base comunitaria, en la línea estratégica de comunicaciones, La Corporación Red Somos en el marco del fortalecimiento de la Asociación Colombiana de Organizaciones de Base Comunitaria en Salud ACOBCS, iniciara una experiencia piloto de marketing digital con contenido social dirigido a (OBC¹).

La presente invitación se hace según los reglamentos de La Asociación Colombiana de Organizaciones de Base Comunitaria (OBC) de asignar los procesos de asistencia técnica mediante convocatoria, para tal fin las organizaciones interesadas deberán aplicar al proceso de selección, del cual se seleccionaran 20 (OBC) con los cuales se iniciara el desarrollo de la experiencia piloto cuyo objetivo central está orientado a brindar herramientas de posicionamiento de marca digital.

Esta asistencia técnica se desarrolla gracias a la financiación de **Open Society Foundations** en el marco del proyecto *Fortalecimiento de respuesta nacional en VIH en Colombia para su sostenibilidad, con énfasis en grupos clave de mayor vulnerabilidad en ocho ciudades de Colombia*, respondiendo al objetivo *Asegurar la sostenibilidad de los servicios comunitarios adscritos a la ACOBCS a través de su reconocimiento como prestadores primarios en Salud Sexual y Reproductiva dentro del SGSSS y posibilitando la contratación social.*

Cronograma

Apertura de la convocatoria	7 de Mayo de 2018
Tiempo para solicitar aclaraciones y hacer preguntas	10 - 16 de Mayo de 2018
Aclaraciones y respuestas	17 - 21 de Mayo de 2018
Cierre de la convocatoria	27 de Mayo de 2018
redsomos@redsomos.org	30 de Mayo de 2018
Inicio de la asistencia tecnica	4 de Junio de 2018
Contacto: Miguel Angel Barriga Claudia Marcela Dominguez	Correo : pla.scacolombia@gmail.com Correo : huevosyrosas@gmail.com

ANTECEDENTES

Los últimos 7 años, las organizaciones de base comunitaria OBC conceptualizados como Servicios Comunitarios de Tipo A (SCA) en el marco de la novena ronda del proyecto VIH del Fondo Mundial de Lucha contra el Sida, la Tuberculosis y la Malaria, han tenido un interesante crecimiento y fortalecimiento de sus capacidades, comunitarias, organizacionales e institucionales, este proceso ha sido posible gracias a la contribución de este proyecto desde donde se apostó en estas organizaciones como actores fundamentales en la respuesta del país frente a la epidemia del VIH - SIDA, durante este proceso se vincularon, fortalecieron y acompañaron 174 organizaciones de base comunitaria (OBC), en 20 departamentos del país, de los cuales 104 recibieron asistencia técnica y 159 recibieron fortalecimiento locativo, de infraestructura y mobiliario.

Si bien el proyecto significó importantes avances y experiencias en validar acciones y estrategias de prevención, testeo y participación desde la comunidad, estas se dieron en paralelo al funcionamiento del sistema de salud, lo cual ha dificultado su vinculación al mismo y el reconocimiento de las OBC como prestadores primarios de la comunidad bajo la contratación social. Lo anterior ha exigido por parte de la sociedad civil y en particular los servicios comunitarios, establecer un diálogo político y técnico con el Ministerio de Salud, con relación al reconocimiento normativo de estos como PRESTADORES PRIMARIOS DE LA COMUNIDAD (actores

clave dentro del modelo, no como agentes externos que coadyuvan), la operatividad en relación con el registro o habilitación de estos servicios, el establecimiento de indicadores en salud desde la comunidad, en el marco de la cascada de atención para VIH, la definición y estructuración de paquetes de servicios, las tarifas y costos a ofrecer por los servicios prestados por parte de los SCA,¹

Esto implicó en el año 2016 como parte de las acciones de sostenibilidad puestas en marcha por el proyecto la realización del encuentro nacional de organizaciones de base comunitaria que trabajan en salud sexual y reproductiva, del cual derivó la creación de “La Asociación Colombiana de Organizaciones de Base Comunitaria”, el cual es un espacio que busca articular a las organizaciones comunitarias que trabajan en la respuesta al VIH-SIDA para incidir políticamente en la búsqueda de acciones, articulaciones y respuestas que garanticen la sostenibilidad de estos espacios como actores claves en el sistema de salud.

Este proceso inicial identificó la necesidad para el corto plazo de la conformación formal de las OBC como una agremiación lo que favorecería avanzar rápidamente en la visibilización y reconocimiento de los servicios dentro del sistema y a nivel intersectorial con miras a garantizar la sostenibilidad de las OBC las cuales actualmente en un gran porcentaje depende del Fondo Mundial en el marco del proyecto que ejecuta en Colombia, sin embargo, la salida gradual de este donante del país, pone en evidencia los retos actuales que enfrentan las OBC, las cuales en su mayoría no cuentan con un plan de captación de fondos y un departamento de marketing social que apoye esta labor.

Las OBC actualmente se encuentran rezagadas en cuanto al conocimiento del marketing digital, de como ofertar sus portafolios de servicios, de como analizar las métricas de impacto digital de su contenido, por lo que se hace necesario el fortalecimiento y conocimiento en marketing digital con contenido social para comunicarse en la web de forma efectiva.

Esto implica dedicar espacio y tiempo a la creación de contenido digital que logre generar impacto en las audiencias, identificar y sembrar poblacionales de alcance digital, liderar las tribus digitales correctas, para continuar sensibilizando y educando

¹ Fondo Global de VIH-SIDA, Colombia.. (2017). Documento final de la asistencia técnica para el reconocimiento de los servicios comunitarios de tipo A (SCA) por el Sistema Nacional de Seguridad Social de Colombia. Agosto 2017, de Vía Libre Sitio web: www.vialibre.org.pe.

en salud sexual y reproductiva, continuar posicionando las organizaciones como líderes de información y conocimiento en sus temas para ofertar sus portafolios de servicios y finalmente la apertura a la identificación de nuevos donantes y donantes virtuales.

Es necesario que las OBC empiecen a reflexionar sobre todo el contenido que generan en el desarrollo de las actividades propias de trabajo comunitario y como trasladar todo esto a los espacios virtuales, los cuales son territorios donde se hace necesario iniciar a migrar su trabajo.

Para tal fin se quiere continuar introduciendo a las OBC en el fortalecimiento de las competencias y herramientas digitales que actualmente utilizan para dar visibilidad al trabajo comunitario que desarrollan en la respuesta nacional a la atención al VIH-SIDA, dado que esto es un elemento que aporta en gran medida al conocimiento e identificación que los actores del sistema pueden tener sobre el trabajo de las OBC como prestadores primarios de salud comunitaria, lo cual es necesario en miras de continuar el proceso de integración al Sistema Nacional de Salud.

OBJETIVO

Fortalecimiento de competencias digitales de 20 organizaciones de base comunitarias en salud (OBC) para el posicionamiento de sus marcas digitales con énfasis en el componente social.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Identificar canales de difusión y comunicación digital de las 20 OBC seleccionadas.
2. Elaborar metas de posicionamiento de marca digital de las 20 OBC seleccionadas,
3. Entrenamiento de las 20 OBC seleccionadas en el desarrollo de herramientas digitales (aplicaciones, programas, herramientas) para el desarrollo y cumplimiento de los planes de marketing digital.
4. Desarrollar presupuestos de mercadeo digital, para el cumplimiento de los planes digitales de marketing con componente social.

TEMAS

Las 20 OBC seleccionados serán parte de la experiencia piloto de entrenamiento técnico en marketing digital con énfasis en el componente social en los cuales se abordaran los siguientes temas:

- Promoción y prevención en salud pública en la era digital.
- Estrategias digitales para OBC.
- ¿Cómo crear microaudiencias digitales para la promoción y prevención en salud sexual y reproductiva?
- ¿Cómo analizar mi audiencia y generar contenido de valor para estas audiencias?
- ¿Porque debo liderar tribus correctas digitalmente para el abordaje preventivo en salud sexual y reproductiva?
- Herramientas para la realización de planes digitales con contenido social.
- Herramientas digitales para la educación en salud pública.
- Generar conocimiento en salud desde la experiencia comunitaria de las OBC “ como contar historias de impacto (storytelling).
- ¿“Cómo convertir una OBC en una Rockstar en redes sociales con 3.000 pesos al día”?

REQUISITOS DE LAS OBC PROPONENTES

Las OBC interesadas en aplicar a esta convocatoria deberán tener los siguientes requisitos:

1. La OBC deberá contar con al menos 2 canales digitales de difusión de la información de las actividades que realizan:

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- YouTube
- LinkedIn
- Pinterest
- Google
- Tumblr.
- Blog
- Página web

2. La OBC deberá tener una persona responsable de la elaboración de contenido digital (Community Manager) en caso de no tenerlo debe existir dentro de la OBC al menos una persona que pueda ser responsable de esta función.

Esta persona que se asignara a la realización de esta tarea debe cumplir con el siguiente perfil:

- Tener conocimiento sobre programas de computación y redes sociales.
- Tener experiencia y conocimiento sobre el trabajo comunitario que realiza la OBC.

3. La OBC debe demostrar que genera información y conocimiento de las actividades que desarrolla, ya sea mediante artículos en blogs, publicaciones en sus páginas web, correos electrónicos o boletines informativos, que documenten las actividades al interior de la organización.

para aplicar se solicita diligenciar el instrumento que se adjunta justificando la información solicitada. https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScsypY49qYL6kdGa4HPCprf6pWTr_QfBmp6lnAB3CzAwZkceQ/viewform?usp=sf_link