

“DISEÑO DE ESTRATEGIA COMUNICACIONAL, EN EL MARCO DE LA CONSTRUCCIÓN DE LA POLITICA NACIONAL DE CUIDADOS EN PARAGUAY”

Producto 4 – INFORME FINAL

MINISTERIO DE LA MUJER – PARAGUAY
(ID N° 399327) - Mayo 2022
Consultoría: Be Publicitaria

Contenido

1. EQUIPO TÉCNICO	2
2. ANTECEDENTES	2
3. OBJETIVO DE LA CONSULTORÍA.....	4
4. METODOLOGIA / MECANISMOS DE GESTIÓN	7
5. CRONOGRAMA EJECUTADO	8
6. PRINCIPALES HALLAZGOS, RECOMEDACIONES Y DESAFIOS	8

1. EQUIPO TÉCNICO

BE Publicidad conformó un equipo de trabajo integrado por los siguientes profesionales:

1. Gabriela Ojeda Rodas, Gerencia General
2. Mirian Candia, Asesora de estrategia, comunicación y género
3. Ana Pino, Coordinadora General
4. Gerardo Mateos, Desarrollo Creativo
5. Thelma Rosa, Diseñadora Creativa
6. Milagros Castillos Community Manager

El trabajo contó con el acompañamiento permanente de las altas autoridades y del equipo técnico y de comunicación del Ministerio de la Mujer, que participaron activamente en todo el proceso.

2. ANTECEDENTES

El Ministerio de la Mujer (MINMUJER) es la institución rectora, normativa y articuladora de las políticas del Gobierno Central, dirigidas a promover la igualdad de derechos, de oportunidades y resultados entre mujeres y hombres, y a fomentar la plena participación de las mujeres en condiciones de igualdad en el ámbito político, económico, social, cultural y civil, o en cualquier otro ámbito.

Sustenta su rol rector a través de la coordinación de la implementación del IV Plan Nacional de Igualdad que tiene por objetivo “Avanzar hacia la igualdad real y efectiva, allanando los obstáculos que la dificultan e impiden y eliminando toda forma de discriminación” en consonancia con los artículos 46, 47 y 48 de la Constitución Nacional.

Los ejes de prioridad de gestión marcan la agenda programática hacia el empoderamiento económico de las mujeres, la participación política y la prevención y protección integral a las mujeres en contra de todas las formas de violencia, atendiendo las brechas de desigualdad y los estereotipos que persisten en Paraguay sobre todo en los ámbitos económicos y de representación política.

El uso del tiempo de mujeres y hombres marca una diferencia desproporcionada en la distribución de tareas del hogar dejando casi en exclusividad de responsabilidad de las mujeres en tareas domésticas y de cuidados no remunerados, limitando su actividad educativa y productiva. El trabajo no remunerado realizado por miembros del hogar de 14 y más años de edad, registra semanalmente un total de 21,2 horas en promedio. Las mujeres dedican 28,7 horas, lo que implica aproximadamente 4 horas por día, presentando más del doble de horas que los hombres, que dedican 12,9 horas semanales en promedio (EUT, 2017). La responsabilidad social del cuidado requiere asimismo ser revisada desde la corresponsabilidad de todos los sectores de la sociedad, Estado, familia y mercado laboral.

El Ministerio de la Mujer, como parte de una agenda regional e internacional y buscando acelerar medidas programáticas para cerrar brechas de desigualdad desde los nudos estructurales, culturales e institucionales lidera desde hace varios años un proceso de diagnóstico y construcción conceptual y de políticas públicas para la formulación de la Política Nacional de Cuidados en el Paraguay. En el mismo sentido, instituciones sectoriales, la cooperación internacional y la sociedad civil organizada, han coincidido en insertar los cuidados en la agenda pública, como un hito a subrayar, en vinculación con el ejercicio de los derechos de las mujeres y ampliando la temática hacia el campo de la protección social.

Las políticas de cuidados pueden definirse como acciones públicas que tienen como fin lograr una organización social del cuidado más justa, equilibrada y solidaria. Este tipo de intervenciones apuntan a redistribuir el cuidado para que la responsabilidad de su provisión deje de ser un asunto privado y se convierta en un asunto colectivo; a revalorizar el cuidado reconociéndolo como un trabajo digno y como una dimensión esencial del bienestar; y a reformular el cuidado el propósito de dejar de asociarlo exclusivamente con la feminidad y la familia (Batthyány, 2015).³

Se ha formalizado la conformación de un Grupo Interinstitucional Impulsor para la elaboración de la Política de Cuidados en Paraguay (GIPC) por Decreto N° 1783 del 17 de mayo de 2019 con 12 instituciones públicas, liderado por el MINMUJER. Teniendo en cuenta la necesidad de garantizar el derecho al cuidado de la población que vive en el país, identificando necesidades, población prioritaria, objetivos, metas y acciones en materia de cuidados se ha definido el Documento Marco para la Política Nacional de Cuidados en el Paraguay vinculado al Sistema Nacional de Protección Social. Los organismos de cooperación que apoyan esta iniciativa son ONU Mujeres, y el Programa EUROsociAL+ de la Unión Europea⁴. El GIPC ha aprobado asimismo el Esquema de contenidos para la construcción de la Política Nacional de Cuidados y como resultante de la asistencia técnica de ONU Mujeres se cuenta con instrumentos de trabajo para seguir avanzando en el proceso: Anteproyecto de Ley de la Política Nacional de Cuidados, Ficha de consulta social y Plan de Debate Nacional.

Según el análisis realizado por la CEPAL y ONU Mujeres (2020) la pandemia del COVID-19 ha reafirmado la centralidad de los cuidados, poniendo en evidencia la insostenibilidad de su actual organización. En América Latina y el Caribe, desde antes de la pandemia, las mujeres dedicaban el triple de tiempo que los hombres al trabajo de cuidados no remunerado, esta situación se ha visto agravada por la creciente demanda de cuidados y la reducción de la oferta de servicios causada por las medidas de confinamiento y distanciamiento físico adoptados para frenar la crisis sanitaria. Más aún, la llamada "nueva normalidad" implicará cambios importantes en la forma de escolarización y trabajo, dado que la infraestructura social no es acorde a las recientes necesidades de distanciamiento, generando nuevos desafíos de reorganización del trabajo productivo y reproductivo de mediano plazo, y mayores presiones sobre los sistemas nacionales de educación pública, salud y protección social más allá de la crisis.

El presente documento corresponde al Producto 4 de la "Consultoría para el Diseño de Estrategia Comunicacional, en el marco de la Construcción de la Política Nacional de Cuidados

en Paraguay” adjudicado a BE Publicitaria y responde a los términos de referencia del llamado, que establecen objetivos, productos, actividades y herramientas comunicacionales específicas relacionadas a la construcción de una Política Nacional de Cuidados.

Este informe final, incluye la ejecución del plan de trabajo de la consultoría, su cronograma, metodología y mecanismos de gestión utilizados en toda la implementación de la elaboración y ejecución de la Estrategia comunicacional.

3. OBJETIVO DE LA CONSULTORÍA

La Estrategia de Comunicación fue diseñada e implementada bajo los siguientes lineamientos:

OBJETIVO GENERAL

Contribuir a través de una estrategia comunicacional con perspectiva de género a la construcción participativa de la Política Nacional de Cuidados en Paraguay.

OBJETIVOS ESPECIFICOS DE LA CONSULTORÍA

- a. Contribuir en el diseño de la Estrategia Comunicacional en el marco de la construcción de la PNCP.
- b. Acompañamiento de la Estrategia Comunicacional en el Ministerio de la Mujer.
- c. Diseñar productos y/o herramientas comunicacionales. (afiches, gacetillas de prensa, infografías, flyers, animaciones, material audiovisual, etc).

PRODUCTOS ESPERADOS

- a. Diseño e implementación de la Estrategia comunicacional
- b. Diseño y desarrollo de las herramientas comunicacionales
- c. Difusión de las actividades del proyecto
- d. Informe final de ejecución de la Estrategia Comunicacional

ACTIVIDADES REALIZADAS

- a. Revisión de los instrumentos proveídos por el MINMUJER para aplicación en acciones del Plan de Trabajo.
- b. Elaboración de la propuesta metodológica para realizar el diseño de estrategia de comunicación y difusión mediante el análisis del contexto y la definición del público objetivo.
- c. Diseño de instrumentos para la recolección de información comunicacional para el público objetivo, de acuerdo a la información proporcionada por el MINMUJER.
- d. Elaboración de mapeo de actores y de mapas de relación de poder.
- e. Definición de las estrategias adecuadas a cada público objetivo, mediante el análisis de impacto, evaluación de la efectividad de los medios y el establecimiento de objetivos.
- f. Organización, Planificación, Implementación y Sistematización de Talleres con el público objetivo identificado (a) Tomadores de decisión del gobierno y el sector privado, b) Influenciadores/as de tomadores de decisión; prensa, periodistas, ONG’s, c) Ciudadanía en general: asociaciones civiles, rurales, religiosas, grupos vulnerables,

priorizando los territorios de implementación, para la socialización conceptual y consulta en el marco de los resultados esperados.

- g. Diagnóstico del componente de comunicaciones para el diseño de la Estrategia de Comunicación en el marco de la construcción de PNC.
- h. Elaboración de las herramientas comunicacionales (flyer, materiales audiovisuales, calcomanías, gacetillas de prensa, infografías, animaciones, dípticos, merchandising, etc.) con información de la Política de cuidado y vinculados a los espacios institucionales.
- i. Organización y realización de sesiones de trabajo para la validación de la Estrategia, con los actores más relevantes.
- j. Elaborar registros audiovisuales de las actividades realizadas
- k. Elaborar una base de datos de medios de comunicación a nivel nacional para la cobertura de actividades implicadas en política de cuidados
- l. Presentación al MINMUJER del documento con la incorporación de los ajustes validados en la sesión de trabajo.
- m. Informe de avances de las acciones desarrolladas en el marco de la Estrategia comunicacional.
- n. Sistematización de la experiencia en el marco de la presente consultoría.
- o. Elaboración de Informe Final, que incorpore las actividades, los participantes, los principales hallazgos, recomendaciones y desafíos identificados durante la consultoría.

HERRAMIENTAS COMUNICACIONALES PREVISTAS Y EJECUTADAS

No. de Artículo	Nombre de los Bienes o Servicios	Especificaciones Técnicas y Normas	Nivel de cumplimiento
1	Asesoría para la realización de presentación del PNC.	Incluye: diseño de presentación, diseño de merchandising, etc.	100%
2	Campaña	Diseñar una campaña de comunicación de alcance nacional sobre la política de cuidado que incluya a la ciudadanía y en forma específica a la sociedad civil y a las instituciones públicas involucradas. Diseñar una estrategia que defina los mensajes clave, la imagen conceptual y visual de la campaña, estableciendo procedimientos de planificación eficientes y herramientas comunicacionales que generen el impacto deseado. Diseñar piezas de comunicación para la campaña incluyendo la redacción de materiales escritos, piezas gráficas, la producción de materiales audiovisuales, mensajes	100%

		radiales, mensajes atractivos y de calidad.	
3	Máximo 2 Reuniones virtuales.	Para propiciar la participación de la ciudadanía y para la recolección de sugerencias y propuestas para el diseño de la Estrategia Comunicacional. Estos foros se realizarán mediante una plataforma virtual con actores claves y beneficiarias/os de la política de cuidados, como ser, mujeres a cargo de cuidados, organizaciones sociales de protección, y otros. Necesidad: 1 planificador del foro, Zoom.	100 %
4	Materiales Audiovisuales	5 Entrevistas a nivel nacional para que se pueda visibilizar el trabajo realizado. El equipo debe incluir a las/los profesionales necesarios para entregar el trabajo aprobado. Videos de 1 a 3 minutos (incluidas las imágenes con drone). 5 Animaciones para usar en redes sociales (máximo de 1 minuto cada uno)	100%
5	Transmisión en Vivo –	Servicio de transmisión en vivo por Facebook Live por evento. Asunción e interior.	100%
6	Gestión de prensa	(Gacetillas, cobertura de las actividades, fotografía de los eventos, envío de materiales a los medios, Clip ping), impresión de materiales.	100%
7	Impresión de back pódium	Diseño e impresión de back pódium, impreso en lona vinílica a full color, con bastidor, pintura antióxido y patitas para sostenerse.	100%
8	Encuadernación tipo libro	Servicio de diseño e impresión de Sistematización del Plan Nacional de Cuidados. Impreso a full color en ambos lados, plastificados prolam mate, tamaño A4. Estimación de uso 1000 unidades.	0%
9	Diseño e impresión de materiales gráficos	Diseño e impresión de materiales gráficos	100%

10	Community manager	Servicios de un Community Manager que genere estrategias de mejor llegada a los públicos objetivos, incluir pautajes de redes.	100%
----	-------------------	--	------

Se adjunta sistematización de todo el proceso, con todas las actividades, documentos y materiales elaborados.

4. METODOLOGIA / MECANISMOS DE GESTIÓN

Para el diseño de la Estrategia Comunicacional, fueron convocadas diversas reuniones con el equipo técnico del Ministerio de la Mujer, el equipo creativo de la agencia y otras consultorías que participaron del proceso.

En dichas reuniones fueron delineadas las principales ideas respecto al mensaje que se quiere transmitir en base a la Política Nacional de Cuidados y el Proyecto de Ley en estudio en la cámara de Diputados. Una vez definidos los ejes orientativos, se trabajó en el diseño de la Estrategia y posteriormente en el de la Campaña de Comunicación.

Ambos documentos fueron presentados en diversas reuniones de trabajo de validación de los mismas:

1ra. Reunión. Presentación de la estrategia comunicación y la propuesta visual de la campaña con 4 opciones de mensaje central. Se propusieron ajustes a ambos documentos, los que fueron realizados y presentados.

2da. Reunión. Se presentó el documento de la Estrategia con los ajustes sugeridos y una siguiente versión de la campaña. La propuesta visual de la campaña recibió nuevamente ajustes que fueron realizados

3ra. Reunión ampliada y en metodología focus group se presentó la estrategia y la tercera propuesta de la propuesta visual de la campaña a diversas áreas del Ministerio de la Mujer, integrantes de otras consultoras a nivel nacional e internacional. Allí se sugirió nuevamente revisar la propuesta visual y el mensaje principal de la campaña. Por lo que se decidió volver a trabajar sobre una de las propuestas de las cuatro primeras opciones presentadas, considerando muy apropiada a lo señalado por las distintas participantes del focus group.

4ta. Reunión. En la que fue presentada la propuesta final con el mensaje central: Creando un nuevo cuidado para trabajar principalmente el concepto de cuidados y que lleve hacia la creación del Sistema Nacional de Cuidados, así como la realización de la campaña en 3 fases (Ver en la propuesta final del concepto y propuesta visual de la Campaña).

En base a todos estos espacios de consultas y validación, así como los documentos que fueron revisados se concluyó el diseño e implementación de la estrategia comunicacional desde un enfoque que aglutinó, sumó a los diversos actores sociales partes de la construcción colectiva de esta Política Nacional de Cuidados del Paraguay (PNCP) y de la creación el Sistema Nacional de Cuidados (SINACUP).

De esa forma fueron definidos el concepto y la elaboración de los mensajes claves, la definición de los públicos prioritarios, los formatos a ser utilizados, la producción de las

herramientas comunicacionales planteadas y la difusión de los mismos.

5. CRONOGRAMA EJECUTADO

Se adjunta el cronograma detallado de las actividades y materiales desarrollados

6. PRINCIPALES HALLAZGOS, RECOMEDACIONES Y DESAFIOS

Entre los principales hallazgos se pueden destacar la importancia del trabajo en equipo y multidisciplinario para la elaboración de mensajes que sean de fácil comprensión por el público en general de un tema tan complejo como el tema cuidados.

Las recomendaciones están basadas en la necesidad de:

- Instalar el concepto del nuevo cuidado en primer lugar en las propias instituciones públicas partes del GIPC y otras que no estén incluidas en el grupo impulsor. Que sean las principales portavoces de esta nueva forma de cuidar.
- Proseguir con el trabajo dirigido a los medios masivos de comunicación, periodistas e influencers, enviando siempre mensajes de la campaña a los mismos, así como la permanencia en las redes sociales y sitios web del Ministerio de la Mujer.
- Buscar apoyo en otras instituciones aliadas para difusión en sus redes y sitios web, e insistir en los medios públicos de comunicación, utilizando siempre la guía de uso de marcas elaborada para esta campaña.

Uno de los principales desafíos, considerando los cambios institucionales, es lograr la continuidad de la Campaña Comunicacional en base a la propuesta de hacerla en tres fases, iniciando en la construcción y difusión de mensajes sobre el concepto de cuidados y el transitar hacia el Sistema Nacional de Cuidados del Paraguay, con la necesidad de aprobación de la Ley que la crea como meta fundamenta. Luego poder difundir sobre los instrumentos legales y lo que busca realizar el sistema y luego mensajes sobre el funcionamiento efectivo del mismo a nivel nacional, siempre cuidando la comprensión del concepto y la importancia de dar valor al cuidado como uno de los pilares principales del sistema de protección social y del desarrollo del país con igualdad entre mujeres y hombres.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS Y MATERIALES ENTREGADOS

Acorde al plan de trabajo y el cronograma propuesto, fueron desarrollados las siguientes actividades, producidos y entregados los siguientes materiales:

ACTIVIDADES	Actividades desarrolladas	Detalles
a. Revisión de los instrumentos proveídos por el MINMUJER para aplicación en acciones del Plan de Trabajo.	Primera reunión para conocernos	Reunión de Presentación de las consultoras con el Ministerio de La Mujer
	Call de Presentación de Propuestas de Campaña	Se presentaron 4 Propuestas de Campaña de comunicación para elección, se pidió combinar la Opción 1 (Con Fotografías) y la Opción 4 (Con Ilustraciones). Ese mismo día se envió para revisión a fin de que puedan revisar bien las propuestas y enviar comentarios.
	Propuestas de Campaña	Se recibió por correo ajustes y recomendaciones por parte del Ministerio de la Mujer para las propuestas presentadas de Campaña
	Propuestas de Campaña	Se trabajó en la propuesta y fue enviada para su revisión nuevamente
	Propuestas de Campaña	Fueron recibidos comentarios de parte del Departamento de comunicación del MinMujer para la Propuesta, misma fue enviada como 3 Versión para revisión
b. Elaboración de la propuesta metodológica para realizar el diseño de estrategia de comunicación y difusión mediante el análisis del contexto y la definición del público objetivo.	Propuesta Metodológica	Fue Presentada y enviada la Propuesta metodológica
c. Diseño de instrumentos para la recolección de información comunicacional para el público objetivo, de acuerdo a la información proporcionada por el MINMUJER.	Materiales para la muestra de propuesta de Logo y colores de Campaña	Fue diseñada una presentación como herramienta para la muestra de las propuestas de logo y colores para el focus group, para recibir opiniones y sugerencias para avanzar con la propuesta final.
d. Elaboración de mapeo de actores y de mapas de relación de poder.	Estrategia de Comunicación	Se encuentra contemplado en la Estrategia comunicacional
e. Definición de las estrategias adecuadas a cada público objetivo, mediante el análisis de impacto, evaluación de la efectividad de los medios	Estrategia de Comunicación	Se encuentra contemplado en la Estrategia comunicacional

y el establecimiento de objetivos.		
f. Organización, Planificación, Implementación y Sistematización de Talleres con el público objetivo identificado (a) Tomadores de decisión del gobierno y el sector privado, b) Influenciadores/as de tomadores de decisión; prensa, periodistas, ONG's, c) Ciudadanía en general: asociaciones civiles, rurales, religiosas, grupos vulnerables, priorizando los territorios de implementación, para la socialización conceptual y consulta en el marco de los resultados esperados.	Taller con Medios De comunicación	En el presente Taller se trabajó en todo lo que implica el Proyecto de cuidado, los diferentes sectores involucrados y los beneficios del mismo, En base a lo aprendido y recabado en el Taller con el equipo del MinMujer y Consultora se volvió a trabajar la campaña y se llegó al Producto final que es: Creando un Nuevo Cuidado.
	Presentación a MITIC	Fue presentada vía Zoom la campaña aprobada por el MinMujer al MITIC, el cual fue aprobada en la misma con algunas observaciones en cuanto a Materiales para redes los cuales fueron tomados en cuenta y se explicó que el mismo dependerá de los mensajes que se trataran en cada material bajo el concepto de "Creando un Nuevo Cuidado"
	Presentación a MinMujer, Vivian Piñeiro y otras consultoras - Focus Group	En la reunión participaron instituciones que componen el GIPC, miembros del Ministerio de la Mujer y Viviana Piñero por parte de Uruguay, en la reunión se resolvió que la presentación propuesta para la Campaña de cuidado estaba encaminada en cuanto a lineamiento gráfico, se pidió trabajar el nombre y colores.
	Presentación a GIPC - Grupo 1	Se hizo la presentación a miembros que forman parte del GIPC, se resolvió tener en cuenta para los mensajes de la campaña que se incluya los diferentes grupos familiares.
	Presentación a GIPC - Grupo 2	Se realizó la Presentación de Campaña para los miembros en representación del GIPC y se resolvió lo siguiente: 1- Están correctos los ejemplos de referencias pero queda abierta la invitación a SENADIS el día de rodaje y sesión de fotos para poder verificar las mismas.. 2- Se sugirió elaborar una nota de pedido al STP para contar con la presencia de sus profesionales interpretes para lo que fuera necesario. 3- Se tendrá en cuenta el especial de aproximadamente 1/4 de Pantalla para las grabaciones para la ubicación del interprete 4- Se evaluará tipo de materiales y costo para elaborar en braille 5- Se tendrá en cuenta para las fotos y grabaciones el tema de los santos pero ya que queremos mostrar las situaciones reales dependeremos de lo que encontremos en escena 6- Se sugirió elaborar una nota para el MINNA solicitando presencia en la elaboración de los materiales con imágenes de niños/as y si existe una guía que nos puedan compartir par tenerlo en cuenta

ACTIVIDADES	Actividades desarrolladas	Detalles
g. Diagnóstico del componente de comunicaciones para el diseño de la Estrategia de Comunicación en el marco de la construcción de PNC.	Estrategia de Comunicación	Se encuentra contemplado en la Estrategia comunicacional
h. Elaboración de las herramientas comunicacionales (flyer, materiales audiovisuales, calcomanías, gacetillas de prensa, infografías, animaciones, dípticos, merchandising, etc.) con información de la Política de cuidado y vinculados a los espacios institucionales.	Video entrevista Ministra MinMujer	Grabación del Primer Video Entrevista con la Ministra de la Mujer sobre la Campaña Creando un Nuevo Cuidado a las 13:00 hs
	Video entrevista Director del INE	Grabación del Segundo Video Entrevista con el Director del INE sobre la Campaña Creando un Nuevo Cuidado - 09:00 hs
	Video entrevista Ministra STP	Grabación del Tercer Video Entrevista con el Ministra del STP sobre la Campaña Creando un Nuevo Cuidado - 14:00 hs
	Video entrevista Ministra de Trabajo	Grabación del Cuarto Video Entrevista con el Ministra de Trabajo sobre la Campaña Creando un Nuevo Cuidado - 10:00 hs
	Video entrevista Ministra de SENADIS	Grabación del Quinto Video Entrevista con el Ministra de SENADIS sobre la Campaña Creando un Nuevo Cuidado - 10:00 hs
	Animaciones	5 Animaciones para usar en redes sociales (máximo de 1 minuto cada uno)
	Spot Radial	Enviado guión de Radio en espera de Aprobación para la traducción al guaraní y posterior grabación
	Triptico	Diseño presentado en la Propuesta aprobada de Campaña
	Calcomanía	Diseño presentado en la Propuesta aprobada de Campaña
	Gacetillas	Se realizaron videos y fotos de los Talleres y las reuniones, se redactaron también las gacetillas para los medios
Impresión de back pódium	El Backpofium se encuentra impreso desde el día 26 de Abril, El Departamento de Comunicación solicitó guardar aún para el día del lanzamiento	
i. Organización y realización de sesiones de trabajo para la validación de la Estrategia, con los actores más relevantes.	Reuniones de Trabajo con el equipo de comunicación y Ministra y vice Ministra	Se hicieron reuniones de trabajo con la Dirección de comunicación, la Ministra y Vice Ministra las notas de invitación para los Ministros, Directores y presidentes del GIPC a participar de las video entrevistas para los materiales del GIPC.

	Reuniones de Trabajo con el equipo de comunicación y Ministra y vice Ministra	Se hicieron reuniones de trabajo con la Dirección de comunicación y la Ministra para definición de ajustes en materiales, se resolvió en este caso la aprobación del Spot de Lanzamiento de la Campaña.
j. Elaborar registros audiovisuales de las actividades realizadas	Presentación a MinMujer, Vivian Piñeiro y otras consultoras - Focus Group	Cobertura con fotos y Video Resumen del Taller entregados a Dirección de comunicación para su posterior aprobación
	Taller se socialización dirigido a Medios de Comunicación	Cobertura con fotos y Video Resumen del Taller entregados a Dirección de comunicación para su posterior aprobación
	Taller se socialización dirigido a Sectores Privados y Cooperativas	Cobertura con fotos y Video Resumen del Taller entregados a Dirección de comunicación para su posterior aprobación
	Taller con GIPC	Cobertura con fotos y Video Resumen del Taller entregados a Dirección de comunicación para su posterior aprobación
	Presentación a GIPC - Grupo 1	Cobertura con fotos y Video Resumen del Taller entregados a Dirección de comunicación para su posterior aprobación
	Lanzamiento de Campaña "Creando un Nuevo Cuidado"	Cobertura con fotos y Video Resumen del Taller entregados a Dirección de comunicación para su posterior aprobación
k. Elaborar una base de datos de medios de comunicación a nivel nacional para la cobertura de actividades implicadas en política de cuidados	Base de datos Medios de Comunicación	La base de datos se encuentra elaborada para la cobertura del Lanzamiento de la Campaña
ACTIVIDADES	Actividades desarrolladas	Detalles
l. Apoyar en la organización y desarrollo de los eventos que se realice en el marco de la consultoría	Materiales - Presentaciones	- Esto se mantuvo activo desde el inicio del contrato, con apoyo para realización de materiales, tarjetas de invitaciones, soporte para RRSS, planes de posteos, Redacción de Gacetillas, flyers para RRSS - Se realizó la presentación del diseño y la organización del evento Lanzamiento de Campaña - Se realiza como apoyo ya que no se encuentra contemplado en el contrato un spot de Lanzamiento para la Campaña Creando un Nuevo Cuidado.
m. Presentación al MINMUJER del documento con la incorporación de los ajustes validados en la sesión de trabajo.	Presentación a la Ministra	Se presentó última propuesta trabajada luego de las reuniones y talleres con toda la información, revisiones y ajustes y fue aprobada la propuesta de Campaña "Creando un Nuevo Cuidado", Concepto, Línea Gráfica, logo.

n. Informe de avances de las acciones desarrolladas en el marco de la Estrategia comunicacional.	Envío de las versiones de la Estrategia de Comunicación	Fueron enviados por correo para evaluaciones, correcciones, ajustes la Estrategia de Comunicación, el Manual de Crisis, Guía de Vocería, Speech de Vocería.
o. Sistematización de la experiencia en el marco de la presente consultoría.	Estrategia de Comunicación - Plan de trabajo - Metodología	Estrategia de Comunicación - Plan de trabajo - Metodología
p. Elaboración de Informe Final, que incorpore las actividades, los participantes, los principales hallazgos, recomendaciones y desafíos identificados durante la consultoría.	Informe Final	Se entrega el informe final con todas las actividades realizadas, los materiales elaborados.

PRODUCTOS

Asesoría para la realización de presentación del PNC.	Incluye: diseño de presentación, diseño de merchandising, etc.	En todas las presentaciones se incluyeron diseño de merchandising.
Campaña	<p>Diseñar una campaña de comunicación de alcance nacional sobre la política de cuidado que incluya a la ciudadanía y en forma específica a la sociedad civil y a las instituciones públicas involucradas.</p> <p>Diseñar una estrategia que defina los mensajes clave, la imagen conceptual y visual de la campaña, estableciendo procedimientos de planificación eficientes y herramientas comunicacionales que generen el impacto deseado.</p> <p>Diseñar piezas de comunicación para la campaña incluyendo la redacción de materiales escritos, piezas gráficas, la producción de materiales audiovisuales, mensajes radiales, mensajes atractivos y de calidad.</p>	Desde el mes de Enero se presentaron 8 propuestas de Campaña de las cuales se hicieron el re trabajo y quedó finalmente Creando un nuevo cuidado

<p>2 o 3 Reuniones virtuales.</p>	<p>Para propiciar la participación de la ciudadanía y para la recolección de sugerencias y propuestas para el diseño de la Estrategia Comunicacional. Estos foros se realizarán mediante una plataforma virtual con actores claves y beneficiarias/os de la política de cuidado, como ser, mujeres a cargo de cuidados, organizaciones sociales de protección, y otros. Necesidad: 1 planificador del foro, Zoom.</p>	<p>Se hicieron más de 3 reuniones tanto virtuales como presenciales para el trabajo de la Estrategia de comunicación y Concepto de Campaña</p>
<p>Materiales Audiovisuales</p>	<p>5 Entrevistas a nivel nacional para que se pueda visibilizar el trabajo realizado. El quipo debe incluir a las/los profesionales necesarios para entregar el trabajo aprobado. Videos de 1 a 3 minutos (incluidas las imágenes con drone). 5 Animaciones para usar en redes sociales (máximo de 1 minuto cada uno)</p>	<p>Grabaciones y ediciones agendadas acorde a la agenda del Ministerio y las demás instituciones que componen el GIPC: Grabación del Primer Video Entrevista con la Ministra de la Mujer. Grabación del Segundo Video Entrevista con el Director del INE. Grabación del Tercer Video Entrevista con el Ministra del STP. Grabación del Cuarto Video Entrevista con el Ministra de Trabajo. Grabación del quinto Video Entrevista con el Ministra de Senadis.</p>
<p>Transmisión en Vivo</p>	<p>Servicio de transmisión en vivo por Facebook Live</p>	<p>Transmisión del lanzamiento de la Campaña</p>
<p>PRODUCTOS</p>		
<p>Gestión de prensa</p>	<p>(Gacetillas, cobertura de las actividades, fotografía de los eventos, envío de materiales a los medios, Clip ping), impresión de materiales.</p>	<p>Se realizaron videos y fotos de los Talleres y las reuniones, se redactaron también las gacetillas para los medios</p>
<p>Impresión de back pódium</p>	<p>Diseño e impresión de back pódium, impreso en lona vinílica a full color, con bastidor, pintura antióxido y patitas para sostenerse.</p>	<p>Backpofium y utilizado desde el día del lanzamiento</p>

Encuadernación tipo libro	<p>Servicio de diseño e impresión de Sistematización del Plan Nacional de Cuidados. Impreso a full color en ambos lados, plastificados prolam mate, tamaño A4. Estimación de uso 1000 unidades.</p>	Este material no fue realizado
Diseño e impresión de materiales gráficos	Diseño e impresión de materiales gráficos	<p>Fueron impresos Tripticos y calcomanías. Y se entregaron diseños de tarjetas de invitaciones, merchandising que incluyó bolsos, bolígrafos, llavero cinta, cubo de micrófonos, pines.</p>
Community manager	<p>Servicios de un Community Manager que genere estrategias de mejor llegada a los públicos objetivos, incluir pautajes de redes.</p>	<p>Este servicio se desarrolló y en conjunto con el Departamento de Comunicación de. Se elaboraron planes de posteos, propuestas de Textos para los materiales, fotografías y flyers, y plan de posteos para el lanzamiento de Campaña.</p>