TÉRMINOS DE REFERENCIA (TdR)

Servicio de consultoría en comunicación digital: Gestión y seguimiento de redes sociales del Foro Rural Mundial (FRM) en el marco del Proyecto ACRE

1. Resumen

Coordinador de proyecto y organización contratante	Foro Rural Mundial (FRM)
Proyecto	Proyecto ACRE: "Fortalecimiento de la agencia de las OSC en el desarrollo de marcos políticos para el desarrollo rural equitativo y una mayor contribución de los agricultores y agricultoras familiares hacia el logro de los ODS".
Objeto del servicio	Acompañamiento estratégico y operativo para fortalecer la comunicación digital y la ejecución del plan de redes sociales del Foro Rural Mundial.
Duración estimada	15 meses desde la firma del contrato, con posibilidad de prórroga no automática sujeta a evaluación, disponibilidad presupuestaria y acuerdo escrito.
Presupuesto estimado	16.000 EUR, incluidos todos los impuestos, honorarios y gastos aplicables.
Modalidad	Prestación remota, con coordinación periódica con el equipo del FRM. No se prevén desplazamientos.
Canales prioritarios	LinkedIn, Instagram, Facebook, X y YouTube, además de apoyos puntuales en otros canales cuando se acuerde.
Idioma/s de trabajo	Se trabajará en castellano. Los servicios requieren inglés y francés.
Fecha límite de presentación de propuestas	11 de octubre de 2026
Presentación de propuestas	Email: procurement@ruralforum.org Asunto: Propuesta de consultoría comunicación digital FRM

2. Contexto y justificación

El Foro Rural Mundial (FRM) es una red mundial que promueve la agricultura familiar y el desarrollo rural sostenible, integrada por organizaciones de agricultores familiares como AACARI, AFA, COPROFAM, EAFF, ESAFF, PDRR, PFO, PROPAC, REFACOF y UMNAGRI, organizaciones de desarrollo rural; cooperativas agrícolas como CA-E y KONFEKOOP, y centros de investigación como el CIRAD.

La Estrategia de Comunicación 2024-2028 del FRM tiene como objetivo general promover la visibilidad y el posicionamiento de la Agricultura Familiar como agente fundamental para lograr sistemas alimentarios sostenibles, resilientes, inclusivos y viables. Entre sus prioridades se encuentran facilitar la colaboración entre sus entidades socias, fortalecer su capacidad de incidencia política, transmitir el valor de la agricultura familiar como una pieza clave para enfrentar los desafíos globales actuales y comunicar su contribución a las agendas de clima, biodiversidad, género, juventud y desarrollo sostenible.

Cofinanciado por la Unión Europea

El Plan de Trabajo de Comunicación 2026 concreta estas prioridades en campañas y acciones vinculadas, entre otras, al Año de la Agricultora, la acción climática, el Decenio de las Naciones Unidas para la Agricultura Familiar 2019-2028, los Comités Nacionales de Agricultura Familiar, la juventud rural, las entidades socias y la visibilidad del proyecto financiado por la Unión Europea. El plan prevé expresamente la ejecución del plan de redes sociales con apoyo especializado y una revisión intermedia de resultados.

La contratación se enmarca en el Proyecto ACRE - «*Fortalecimiento de la capacidad de incidencia de las organizaciones de la sociedad civil (OSC) en la elaboración de marcos políticos para un desarrollo rural equitativo y una mayor contribución de las agricultoras y agricultores familiares al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)*» -, cofinanciado por la Unión Europea.

3. Objetivo del servicio

3.1. Objetivo general

Fortalecer la comunicación digital del FRM mediante un acompañamiento estratégico y operativo que permita planificar, producir, adaptar, difundir y evaluar contenidos de calidad para sus redes sociales, de forma coherente con la Estrategia de Comunicación 2024-2028, el Plan de Trabajo 2026 y las obligaciones del Proyecto ACRE.

3.2. Objetivos específicos

- Traducir las prioridades institucionales y de incidencia del FRM en una planificación editorial clara, flexible y viable.
- Mejorar la calidad, coherencia, anticipación y adaptación de los contenidos a las características y audiencias de cada plataforma.
- Incrementar la visibilidad, el alcance y la interacción de los perfiles del FRM, reforzando especialmente los contenidos colaborativos con entidades socias y aliadas.
- Aumentar el uso de formatos visuales y audiovisuales, preservando una representación digna, diversa e inclusiva de la Agricultura Familiar.
- Establecer un sistema útil de medición, aprendizaje y optimización continúa basado en indicadores verificables.

4. Alcance y descripción de las tareas

4.1. Planificación estratégica y editorial

- Realizar una revisión inicial de los perfiles, públicos, contenidos recientes, métricas disponibles y campañas previstas
- Elaborar un plan operativo de quince meses que priorice objetivos, campañas, audiencias, formatos, canales, alianzas y momentos de evaluación.
- Preparar calendarios editoriales mensuales, suficientemente anticipados para permitir la recopilación de información, la validación institucional y, cuando proceda, la traducción de los copies.
- Mantener un enfoque flexible para incorporar cambios de agenda y oportunidades de incidencia, dejando constancia de las reprogramaciones acordadas.

Cofinanciado por la Unión Europea

4.2. Creación, edición y adaptación de contenidos

- Proponer conceptos creativos, copies base, titulares, llamadas a la acción, etiquetas, menciones y oportunidades de publicación colaborativa.
- Diseñar piezas estáticas, carruseles, infografías sencillas y contenidos audiovisuales ligeros a partir de materiales facilitados por el FRM o de recursos con licencias adecuadas.
- Adaptar las piezas aprobadas a LinkedIn, Instagram, Facebook, X y YouTube, atendiendo al tono, extensión, formato y audiencia de cada plataforma.
- Definir previamente una línea gráfica para cada campaña prioritaria, respetando la identidad visual del FRM, la coherencia con campañas anteriores y las obligaciones de visibilidad de la Unión Europea.
- Entregar los archivos finales y editables en formatos reutilizables, debidamente organizados y con indicación de las licencias o fuentes empleadas.

4.3. Bolsa de horas y dedicación estimada

Se firmará un contrato marco y los servicios se articularán por horas de servicio ofrecidas durante la duración del contrato. Las entidades licitadoras deberán ofrecer, dentro del presupuesto máximo establecido, una bolsa mínima de horas mensuales, aunque la distribución las horas será flexible y se adaptará a las prioridades, campañas, eventos y picos de actividad del FRM. Se estima necesaria una cantidad mínima de 14 horas mensuales, aunque la oferta podrá hacer su propia estimación de tiempo necesario justificándolo.

La bolsa de horas cubrirá el conjunto de las tareas previstas en estos TdR, incluidas la planificación editorial; las reuniones de coordinación; la redacción y adaptación de copies; el diseño de piezas gráficas; la edición de contenidos audiovisuales ligeros; la adaptación de contenidos a las diferentes plataformas e idiomas; la programación o apoyo a la publicación; el seguimiento de resultados; la elaboración de informes; y las rondas de revisión acordadas.

No se establece un número cerrado de publicaciones, dado que la dedicación necesaria puede variar considerablemente en función del formato, la complejidad, los idiomas y las necesidades de cada campaña. El volumen y la tipología de los contenidos se acordarán mediante los calendarios editoriales mensuales, teniendo en cuenta las prioridades del FRM y las horas disponibles.

La agencia deberá presentar mensualmente un registro sencillo de las horas empleadas, desglosadas por tarea o bloque de trabajo, así como el saldo restante de la bolsa. Las horas no utilizadas durante un mes podrán trasladarse a los meses siguientes dentro del periodo contractual.

Para facilitar la comparación de las ofertas, las entidades licitadoras deberán indicar:

- El número total de horas ofrecidas dentro del presupuesto máximo.
- Una estimación orientativa del volumen y los tipos de contenidos que podrían producirse con la bolsa propuesta.
- **El precio de los servicios por hora**, sin IVA y con IVA.
- Otras consideraciones que puedan servir para valorar la idoneidad de la propuesta

Cofinanciado por la Unión Europea

4.4. Apoyo a campañas, eventos y alianzas

- Apoyar la comunicación de campañas o hitos prioritarios durante el periodo, que podrán estar vinculados al Año de la Agricultora, la acción climática, el DNUAF, los CNAFs, la juventud, las entidades socias o el Proyecto ACRE.
- Preparar para cada hito acordado una propuesta de mensajes, secuencia de publicaciones, necesidades de activos, etiquetado de socios y protocolo de cobertura.
- Prever apoyo remoto en tiempo real para un máximo de dos momentos prioritarios, siempre que las fechas, responsabilidades y disponibilidad se acuerden con antelación.
- Identificar oportunidades razonables de amplificación mediante organizaciones socias y aliadas, publicaciones colaborativas, líderes de opinión o medios especializados. La relación institucional y el contacto directo con medios corresponderán al FRM, salvo acuerdo específico.

4.5. Publicación, seguimiento y aprendizaje

- Programar o apoyar la programación de los contenidos aprobados, según los permisos y el flujo de trabajo que determine el FRM. Ningún contenido podrá publicarse sin validación previa.
- Monitorizar el desempeño y detectar comentarios, riesgos reputacionales u oportunidades de interacción. Las respuestas institucionales o sensibles deberán ser validadas por el FRM.
- Proponer una línea de base y objetivos realistas para indicadores como alcance, impresiones, tasa de interacción, crecimiento de comunidad, clics, visualizaciones de video, menciones, colaboraciones y tráfico derivado cuando esté disponible.
- Presentar informes mensuales breves y accionables
- Se realizarán revisiones trimestrales/semestrales para consolidar aprendizajes y recomendaciones para el siguiente período.

4.6. Idiomas

El español será la lengua principal de coordinación. Según el origen y el público de cada contenido, el copy maestro podrá prepararse en español o inglés. El FRM facilitará o validará las traducciones institucionales necesarias; la agencia deberá planificar con antelación suficiente e incorporar las versiones lingüísticas aprobadas en las creatividades cuando corresponda. No se utilizarán traducciones automáticas sin revisión humana. La capacidad de trabajo en inglés y/o francés será valorada positivamente.

Cofinanciado por la Unión Europea

5. Entregables y productos esperados

Ref.	Entregable	Contenido mínimo	Plazo / criterio de aceptación
P1	**Plan de arranque**	Revisión de partida, prioridades, públicos, canales, flujo de trabajo, calendario general, línea de medición y propuesta de objetivos por trimestre.	Dentro de los 10 días hábiles posteriores a la firma.
P2	**Calendarios editoriales**	Calendarios mensuales con temas, formatos, canales, fechas, responsables, necesidades de traducción, alianzas y activos requeridos.	Al menos 7 días hábiles antes del inicio de cada mes.
P3	**Seguimiento y optimización**	Informes mensuales de resultados y recomendaciones; revisiones semestrales; comparativa final y recomendaciones para la siguiente etapa. Informe final a la finalización del contrato.	Informe mensual durante los 7 primeros días hábiles del mes siguiente; informe semestral dentro de los 15 días siguientes, informe final al cierre.
P4	**Archivo y transferencia**	Entrega ordenada de creatividades finales, versiones editables, copies aprobados, fuentes de datos, licencias y banco de activos generado durante el servicio.	Actualización continua y entrega consolidada al finalizar.

Criterio general de aceptación: cada entregable deberá ajustarse al calendario y a las instrucciones validadas, aplicar la identidad visual correspondiente, respetar los enfoques transversales y entregarse en formatos finales y editables.

6. Organización del trabajo y responsabilidades

6.1. Responsabilidades de la agencia o equipo consultor

- Designar una persona coordinadora y garantizar la continuidad del equipo propuesto.
- Participar en una reunión de arranque, una reunión mensual de planificación y las reuniones adicionales estrictamente necesarias para hitos prioritarios.
- Mantener un calendario compartido, registrar acuerdos y alertar con antelación sobre bloqueos, necesidades de información o riesgos de plazo.
- Asegurar control de calidad editorial y visual, verificación básica de datos y nombres, y coherencia entre copies, creatividades, enlaces, menciones y etiquetas.
- Custodiar de forma segura los accesos y datos recibidos, aplicando el principio de mínimo privilegio y las medidas acordadas por el FRM.

6.2. Responsabilidades del FRM

- Designar una persona focal para coordinar la prestación y consolidar las validaciones internas.
- Facilitar información de contexto, mensajes institucionales, datos verificados, identidad visual, materiales disponibles, traducciones validadas y accesos necesarios.
- Comunicar las prioridades y eventos con la mayor antelación posible y responder a las propuestas en los plazos acordados.
- Aprobar expresamente los contenidos antes de su publicación y mantener la responsabilidad sobre las posiciones institucionales y la relación con entidades socias, portavoces y medios.

Cofinanciado por la Unión Europea

7. Perfil de la agencia o equipo consultor

- Agencia, empresa, cooperativa o equipo profesional con capacidad legal y fiscal para prestar y facturar el servicio.
- Experiencia demostrable en estrategia y gestión de redes sociales, creación de contenidos y comunicación digital institucional.
- Experiencia relevante con ONG, cooperación internacional, redes de la sociedad civil, organismos internacionales o campañas de incidencia. Se valorará la experiencia en proyectos financiados por la Unión Europea.
- Capacidad de diseño gráfico, redacción digital, edición audiovisual ligera y análisis de métricas.
- Conocimiento de las particularidades de LinkedIn, Instagram, Facebook, X y YouTube, incluyendo formatos colaborativos, accesibilidad, etiquetado y buenas prácticas de publicación.
- Sensibilidad y experiencia en comunicación inclusiva, enfoque de género, diversidad cultural, derechos humanos y representación digna de comunidades rurales.
- Capacidad organizativa, cumplimiento de plazos, comunicación fluida y respuesta ágil ante momentos prioritarios previamente planificados.

8. Duración, calendario y posible continuidad

La prestación tendrá una duración inicial aproximada quince meses desde la fecha de firma del contrato (según fecha de firma, la fecha de finalización inicial será el 31/12/2027). El contrato finalizará cuando el FRM haya validado los entregables del decimoquinto mes y se hayan transferido los archivos y datos correspondientes.

La continuidad del servicio podrá valorarse en función del desempeño, las necesidades del FRM, la disponibilidad presupuestaria y las reglas de contratación aplicables. Cualquier extensión requerirá acuerdo escrito y no genera un derecho automático de prórroga.

9. Presupuesto y forma de pago

El presupuesto estimado para los servicios es de 16.000,00 EUR, incluidos todos los honorarios, impuestos aplicables, licencias, herramientas y gastos necesarios para ejecutar el servicio.

La oferta económica deberá detallar el precio por hora, el precio mensual y el total de los servicios, así como el volumen de servicio incluido (incluyendo número de horas de trabajo presupuestadas) y cualquier supuesto o limitación relevante.

10. Presentación de ofertas

Las entidades interesadas deberán presentar:

- Propuesta técnica, preferiblemente de un máximo de ocho páginas, con comprensión del encargo, metodología, plan de trabajo, organización del volumen de contenidos, flujo de coordinación y sistema de medición.
- Ejemplo orientativo de un calendario editorial mensual y explicación de las equivalencias de producción ofrecidas.
- Composición del equipo, roles, CV breves y disponibilidad durante el periodo.

Cofinanciado por la Unión Europea

- Portafolio o enlaces a trabajos comparables, con especial atención a campañas institucionales, sociales o internacionales.
- Propuesta económica desglosada, con todos los impuestos y costes identificados.
- Datos de registro legal y fiscal, país de establecimiento y declaración de ausencia de conflicto de interés.

Las ofertas deberán enviarse a procurement@ruralforum.org hasta el 11 de octubre con el asunto «**Propuesta de consultoría comunicación digital FRM**».

Debido al número de solicitudes recibidas, solo se contactará con las candidaturas preseleccionadas.

11. Criterios de evaluación

Las propuestas se evaluarán sobre 100 puntos. Para continuar en el proceso será necesario obtener al menos 42 de los 70 puntos técnicos. El FRM podrá solicitar aclaraciones o realizar una breve entrevista con las propuestas mejor valoradas.

Criterio	Elementos de valoración	Puntos
Comprensión del encargo y enfoque estratégico	Lectura de las necesidades del FRM, alineación con la estrategia 2024-2028 y adecuación a los públicos y campañas prioritarias.	**20**
Metodología, plan de trabajo y coordinación	Realismo del calendario, flujo de validación, respuesta ante eventos, organización del volumen de contenidos y sistema de seguimiento.	**20**
Calidad creativa y adaptación digital	Calidad de ejemplos y portafolio, capacidad para adaptar mensajes y formatos a cada red, y propuesta de contenidos colaborativos y audiovisuales.	**15**
Experiencia y equipo	Experiencia relevante del equipo propuesto, especialmente con ONG, cooperación internacional, redes o temáticas sociales y rurales.	**10**
Enfoques transversales	Comunicación inclusiva, género, diversidad, visibilidad de la UE, protección de datos y derechos de uso.	**5**
Propuesta económica	Adecuación y desglose del precio, incluido el volumen y las equivalencias de producción ofrecidas dentro del presupuesto máximo.	**30**
TOTAL		**100**

Cofinanciado por la Unión Europea

12. Condiciones contractuales

12.1. Elegibilidad

Por razones de elegibilidad contractual, la participación estará abierta, en condiciones de igualdad, a las personas físicas y jurídicas efectiva y fiscalmente establecidas en un país elegible en el marco del instrumento NDICI - Europa Global[i] que financia el servicio. Las entidades licitadoras deberán indicar su nacionalidad y país de registro fiscal y, si se les solicita, aportar la prueba correspondiente de constitución y alta fiscal.

12.2. Visibilidad de la Unión Europea

Los contenidos relacionados con el Proyecto ACRE deberán incorporar, cuando corresponda, el emblema y la mención de cofinanciación de la Unión Europea, así como la identidad del FRM y de las entidades socias pertinentes, conforme a las normas de comunicación y visibilidad vigentes y a las instrucciones facilitadas por el FRM. La agencia deberá utilizar exclusivamente los archivos oficiales, respetar las zonas de seguridad y no alterar el emblema. Cuando sea aplicable, se incorporará el descargo de responsabilidad correspondiente.

12.3. Propiedad intelectual, licencias y archivos

Los productos, copies, diseños, archivos editables y demás materiales creados específicamente en el marco del contrato serán entregados al FRM con derechos suficientes para su uso, reproducción, adaptación, traducción, archivo y difusión institucional en cualquier territorio y soporte, sin perjuicio del reconocimiento de autoría cuando corresponda. La agencia garantizará que dispone de los derechos o licencias necesarios sobre tipografías, imágenes, música, plantillas y otros recursos utilizados, e informará de cualquier restricción. No podrá reutilizar materiales confidenciales ni publicar el trabajo en su portafolio antes de su difusión pública sin autorización del FRM.

12.4. Confidencialidad, protección de datos y seguridad

La agencia deberá tratar de forma confidencial la información, borradores, contactos, credenciales, datos personales y materiales no publicados a los que acceda. Solo podrá utilizarlos para ejecutar el contrato y deberá devolverlos o eliminarlos al cierre cuando así se solicite. Los accesos a plataformas se gestionarán mediante permisos individuales, autenticación reforzada y las medidas de seguridad acordadas. Cualquier incidente deberá comunicarse inmediatamente al FRM. El uso de herramientas de inteligencia artificial no podrá implicar la carga de información confidencial o datos personales en servicios no autorizados y deberá contar con revisión humana y respeto de los derechos de terceros.

12.5. Comunicación inclusiva y salvaguardas

Todos los contenidos deberán respetar los principios de comunicación inclusiva del FRM: representación equilibrada y diversa; visibilización de las mujeres; enfoque sensible al género y a los derechos humanos; respeto a la diversidad cultural, social y étnica; y presentación digna de las agricultoras y agricultores familiares como profesionales y agentes de cambio. Se evitarán estereotipos, imágenes de victimización, mensajes discriminatorios y cualquier uso que pueda causar daño a las personas o comunidades representadas. Cuando se utilicen testimonios, imágenes o datos personales, deberá existir una base legítima y, cuando proceda, consentimiento informado.

---

i

ENGLISH: Rules governing participation in procurement and grant award procedures-EU External Action

FRANÇAIS: Règles régissant la participation aux procédures de passation de marchés et d'octroi de subventions – Action extérieure de l'UE

ESPAÑOL: Normas relativas a participación en procedimientos de contratación-Acción exterior UE

Cofinanciado por la Unión Europea