

TDR CONTRATACIÓN DE AGENCIA DE COMUNICACIONES

PROYECTO: OCUPAR LA POLÍTICA

1. Contexto general

Ocupar la Política es un proyecto activista de la democracia que trabaja en Colombia acompañando liderazgos políticos y sociales comprometidos con la defensa de los valores democráticos, la participación ciudadana y el fortalecimiento institucional.

En el marco del ciclo electoral 2026, Ocupar la Política acompaña más de 100 candidaturas al Congreso de la República, de diferentes partidos, ideologías y territorios del país, unidas por un compromiso explícito con la democracia. Posteriormente, el proyecto tendrá un rol activo en la promoción del voto informado y la defensa de principios democráticos durante las elecciones presidenciales.

El proyecto no es un medio de comunicación, ni un actor partidista. Su rol es pedagógico, activista y articulador, con una narrativa que busca humanizar la política, mostrar cómo se construye la democracia desde adentro y tomar posición frente a prácticas y discursos antidemocráticos, desde un lugar crítico, cercano y plural.

2. Objetivo general de la contratación

Diseñar e implementar una estrategia digital integral (principalmente en Instagram y Facebook, con apoyo de la web institucional) que permita:

- Visibilizar a las candidaturas acompañadas por Ocupar la Política como expresión de la diversidad territorial, ideológica y generacional comprometida con la democracia.
- Posicionar a Ocupar la Política como un referente nacional obligatorio para hablar de política desde una perspectiva democrática, crítica y accesible.
- Incrementar la comunidad digital, el nivel de interacción y la participación ciudadana.
- Acompañar pedagógica y comunicacionalmente los hitos del proceso electoral 2026.

3. Objetivos específicos por fase

Febrero 2026 – Elecciones al Congreso

- Visibilizar a las candidaturas acompañadas por Ocupar la Política, priorizando diversidad territorial, multipartidismo y compromiso democrático.
- Mostrar el “detrás de cámaras” de las campañas políticas desde una mirada humana y ética.
- Posicionar a Ocupar la Política como articulador nacional de liderazgos democráticos.

Marzo 2026 – Elecciones y escrutinio

- Promover la participación electoral y el cuidado del voto.
- Visibilizar el rol de testigos electorales y los procesos de escrutinio.
- Reconocer a las candidaturas electas sin asumir posturas partidistas , reforzando la legitimidad democrática del proceso.

Abril a junio 2026 – Elecciones presidenciales

- Promover el voto informado entre jóvenes votantes y liderazgos sociales.
- Analizar propuestas y discursos desde una perspectiva democrática.
- Tomar posición frente a prácticas, narrativas o propuestas antidemocráticas, sin promover candidaturas específicas.
- Acompañar la primera y segunda vuelta presidencial desde una lógica de pedagogía y defensa democrática.

4. Público objetivo prioritario (principalmente en los 4 nodos de Ocupar la Política: Centro, Suroccidente, Antioquia y Caribe)

- Jóvenes votantes
- Liderazgos sociales, comunitarios y políticos emergentes.
- Ciudadanía interesada en política electoral.
- Redes democráticas y organizaciones posibles aliadas (interés en que nos amplifiquen)

5. Canales priorizados

- **Instagram:** canal principal de posicionamiento, narrativa y crecimiento.
- **Facebook:** canal estratégico para alcance territorial y pedagogía electoral
- **Sitio web** (<https://ocuparlapolitica.co/>): repositorio de contenidos de profundidad, mapas territoriales, análisis y legitimidad institucional.

6. Alcance de la agencia de comunicaciones

La agencia seleccionada será responsable de:

6.1 Estrategia

- Co-diseñar con el equipo de comunicaciones de Extitute de Política Abierta la estrategia general de comunicaciones para el periodo febrero–junio 2026 para Ocupar la Política
- Proponer narrativas y formatos coherentes con los objetivos del proyecto. Desarrollo de narrativas seriales (no contenidos aislados).
- Definir parrilla mensual alineada con el calendario electoral y la coyuntura nacional.

6.2 Producción de contenidos

- Producción de piezas gráficas y audiovisuales para Instagram y Facebook.
- Adaptación de contenidos por canal y audiencia.
- Cubrimiento de al menos 3 eventos presenciales en Bogotá.

Nota: la organización cuenta con una base de material fotográfico y audiovisual que puede ser utilizado por la agencia.

6.3 Optimización y pauta (en conjunto equipo interno)

- Optimización de formatos según desempeño.
- Propuesta de pauta digital táctica, segmentada con objetivos de conversión (sujeta a aprobación del proyecto).
- Uso eficiente del presupuesto para amplificar contenidos clave.

6.4 Coordinación

- Trabajo articulado con el equipo interno de Ocupar la Política y Comunicaciones de Extitute de Política Abierta.
- Ajustes estratégicos a partir de coyuntura política y desempeño de contenidos.
- Reportes mensuales con análisis cualitativo y cuantitativo.

7. Actividades excluidas del alcance

La agencia **NO** será responsable de:

- Definir la línea gráfica, política, ideológica o ética del proyecto.
- Actuar como vocera institucional.
- Gestionar directamente la relación política con las candidaturas.
- Moderación diaria de redes sociales (comentarios y mensajes directos).
- Desarrollo web

8. Equipo interno de Ocupar la Política

El proyecto cuenta con un equipo interno que acompañará el proceso, pero la agencia será la responsable de la ejecución de la estrategia contratada. El equipo interno cumple las siguientes funciones:

- Coordinación de comunicaciones: Supervisora del cumplimiento del contrato, articulación entre la agencia y el equipo del proyecto, validación de narrativa de los contenidos.
- Diseñadora gráfica: Acompañar la alineación de las piezas con la identidad gráfica del proyecto, brindar lineamientos visuales y revisión. Apoyo con piezas puntuales cuando se requiera.
- Community manager: Gestión de las plataformas (publicación), moderación de comentarios y mensajes directos.
- Desarrollador web: Ajustes técnicos en el sitio web, apoyo en la creación de landings o actualizaciones.

La agencia deberá **complementar**, no sustituir, este equipo.

9. Entregables esperados

- Documento de estrategia general (febrero–junio).
- Plan de contenido por canal.
- Parrilla mensual.
- Piezas gráficas y audiovisuales.
- Reportes mensuales de desempeño con recomendaciones.

10. Indicadores de éxito (referenciales)

- Crecimiento mínimo de 1.000 nuevos seguidores en Instagram durante el periodo.
- Incremento significativo en interacciones (likes, comentarios, compartidos y guardados). (Tasa de aumento igual o superior al 5%)
- Mejora en la tasa de conversión hacia el sitio web (CTR objetivo: 10–15 % en piezas clave).
- Reconocimiento del proyecto como referente democrático en la conversación digital.
- Coherencia narrativa entre piezas .
- Uso de contenidos de OP por organizaciones aliadxs y candidaturas
- Construcción de conversación pública

11. Perfil de la agencia

- Experiencia en comunicación política, social o de derechos humanos. En campañas sociales, cívicas o educativas con temas de democracia, participación ciudadana o políticas públicas
- Trabajo previo con organizaciones sociales, juventudes o en el sector público
- Comprensión del contexto electoral colombiano.
- Capacidad de producir contenidos creativos con enfoque estratégico.
- Sensibilidad frente a temas democráticos, pluralismo y multipartidismo.
- Experiencia trabajando con equipos internos.

12. Duración del contrato

Periodo estimado: **febrero a junio de 2026**, con posibilidad de ajustes según coyuntura electoral.

13. Propuesta requerida

Las agencias interesadas deberán presentar la propuesta a más tardar el lunes 3 de febrero a las 5 p.m. enviando al correo electrónico laura@extituito.org con Asunto: Propuesta Agencia- Ocupar

- Propuesta metodológica y estratégica
- Equipo de trabajo.
- Plan de acción y cronograma.
- Presupuesto detallado (el presupuesto máximo de la propuesta es COP30.000.000)
- Ejemplos de trabajos previos relevantes.
- Propuesta de medición