

*Proyecto: “Programa de fortalecimiento de las OSC para mejorar la gobernanza democrática el impacto en las políticas públicas hacia una respuesta eficaz a poblaciones vulnerables post Covid-19, en particular de mujeres y juventudes” - CSO-LA/2020/421-997*

*Términos de Referencia*

*Consultoría: Servicios de Consultoría para el Diseño e implementación de una Campaña de Comunicación sobre prácticas de consumo responsable, seguridad alimentaria y protección ambiental*



## Términos de Referencia

**Contratación de los Servicios Profesionales para la Consultoría “Servicios de Consultoría para el Diseño e Implementación de una Campaña de Comunicación sobre prácticas de consumo responsable, seguridad alimentaria y protección ambiental”**

### I. Antecedentes

La Asociación de Cooperación Rural en África y América Latina (ACRA), ACRA es una Organización No Gubernamental Italiana, comprometida con la eliminación de la pobreza por medio de soluciones sostenibles, innovadoras, y participativas. Particular énfasis se pone en las periferias del planeta y en las áreas marginales, tanto en el Sur como en el Norte del Mundo. En Europa y en Italia ACRA promueve una cultura de paz, diálogo, intercambio cultural y solidaridad.

ACRA, en su calidad de Socio Solicitante, y la organización Colectiva de Mujeres para el Desarrollo Local (Colectiva de Mujeres), en su calidad de Socio Co-Solicitante, son responsables de la co-ejecución del Proyecto “Programa de fortalecimiento de las OSC para mejorar la gobernanza democrática, el impacto en las políticas públicas hacia una respuesta eficaz a poblaciones vulnerables post Covid-19, en particular de mujeres y juventudes” - CSO-LA/2020/421-997, co-financiado con fondos de la Unión Europea y de los dos organismos implementadores.

El **Objetivo General** del Proyecto consiste en “Contribuir al fortalecimiento de la gobernanza democrática, participativa e inclusiva a nivel municipal, fomentando mecanismos de diálogo multisectorial e iniciativas no excluyentes vinculadas a la Agenda 2030 y a la crisis de la pandemia Covid-19 en El Salvador”.

El **Objetivo Específico**, en cambio consiste en “Fortalecer capacidades de las OSC que aporten a los procesos de desarrollo y promoción de la democracia para visibilizar los derechos fundamentales, en particular de mujeres y juventudes, y la seguridad alimentaria en los municipios de intervención en cumplimiento de los ODS 2,5,16”.

El proyecto tendrá una duración de 30 meses y prevé intervenir en los **9 municipios** de **Suchitoto, San Bartolomé Perulapía, Santa Cruz Michapa, Santa Ana, Acajutla, Jiquilisco, Usulután, San Salvador, Aguilares** identificados como prioritarios junto con las organizaciones de la sociedad civil.

### II. Justificación

En los últimos años en El Salvador, el número de personas que se encuentran en una condición de inseguridad alimentaria ha crecido, debido a los efectos combinados de lluvias excesivas y sequía, y a las pérdidas de cultivos que estos dos factores han causado; también, se registra que muchos hogares necesitan de asistencia alimentaria debido a afectación de medios de vida por la pandemia de COVID-19. El desafío de la seguridad alimentaria en el país era ya serio y el COVID-19, junto con la tormenta Amanda, han contribuido a exacerbar el acceso a una alimentación suficiente y adecuada por parte del segmento de la población que padece de escasez crónica de alimento. Esta condición afecta aún más a mujeres y jóvenes. En este marco

*Proyecto: “Programa de fortalecimiento de las OSC para mejorar la gobernanza democrática el impacto en las políticas públicas hacia una respuesta eficaz a poblaciones vulnerables post Covid-19, en particular de mujeres y juventudes” - CSO-LA/2020/421-997*

*Términos de Referencia*

*Consultoría: Servicios de Consultoría para el Diseño e implementación de una Campaña de Comunicación sobre prácticas de consumo responsable, seguridad alimentaria y protección ambiental*

se inserta la realización de una campaña institucional de sensibilización de seguridad alimentaria, prácticas de consumo responsable y protección ambiental.

Las desigualdades socioeconómicas del país se ven exacerbadas por las actuales formas de nutrición y consumo familiar, los daños ambientales causados por el uso incorrecto de la tierra y el acceso limitado al agua como elemento clave para evitar la propagación de COVID-19. Todo esto agrava la salud de la población y hace que las personas sean más vulnerables. En el marco del Resultado 1, *Generadas competencias en prácticas agroecológicas y agropecuarias resilientes entre las mujeres y las juventudes organizadas para garantizar el acceso seguro y equitativo a los alimentos (ODS2), promoviendo la corresponsabilidad de los*

*Cuidados*, se propone de desarrollar una campaña de sensibilización que contribuya a abordar estas problemáticas y generar conciencia que aporte a cambios culturales sobre consumo responsable, acceso a alimentos sanos y saludables y protección del medio ambiente.

Por las razones mencionadas arriba, el Equipo de coordinación – ACRA y Colectiva de Mujeres – en el marco del Proyecto en referencia y, en particular con relación a la implementación de la actividad R1.6: *“Campaña institucional de sensibilización, en coordinación con las autoridades locales y las organizaciones de mujeres y jóvenes, sobre la importancia de la participación activa de la ciudadanía en los procesos de transparencia y rendición de cuenta, en los 9 municipios”*, requiere la contratación de servicios profesionales para la consultoría **“Diseño e implementación de una Campaña de Comunicación sobre las principales prácticas de consumo responsable, seguridad alimentaria y protección ambiental”**.

Este servicio de Consultoría forma parte de las acciones que se realizan en el marco del proyecto y que son necesarias para poder garantizar el cumplimiento de los objetivos, así como de los indicadores de resultados.

### **III. Objetivos de la Consultoría**

#### **Objetivo General**

En el marco del proyecto “Programa de fortalecimiento de las OSC para mejorar la gobernanza democrática el impacto en las políticas públicas hacia una respuesta eficaz a poblaciones vulnerables post Covid-19, en particular mujeres y juventudes”, desarrollar el Diseño e Implementación de una campaña de comunicación para sensibilizar sobre **prácticas de consumo responsable, seguridad alimentaria y protección ambiental**, en los 9 municipios parte del proyecto - San Salvador, Aguilares, Jiquilisco, Usulután, Santa Ana, Acajutla, San Bartolomé Perulapúa, Suchitoto, Santa Cruz Michapa – por medio de mensajes gráficos en diferentes formatos (digitales, audiovisuales, impresos) y difundidos en diferentes medios.

#### **Objetivos Específicos**

- Contribuir a generar conciencia a partir de la difusión de información sobre las temáticas objeto de la campaña, promoviendo cambios de comportamientos y de actitudes afín que el público objetivo (sobre todo personas integrantes de organizaciones de mujeres y juventudes y representantes de las autoridades locales) las difundan y repliquen a nivel familiar y/o de organización/institución de referencia;
- Elaboración del Plan de Trabajo, Propuesta de mensaje central, propuesta creativa y diseño de la Campaña;
- Implementación de la campaña con su respectiva calendarización.

### **IV. Información General**

#### **Públicos objetivos**

La campaña se dirige de manera directa a integrantes de organizaciones de mujeres y juventudes, a autoridades locales y a la población general de los 9 municipios involucrados en el proyecto.

#### **Duración de la campaña**

*Proyecto: “Programa de fortalecimiento de las OSC para mejorar la gobernanza democrática el impacto en las políticas públicas hacia una respuesta eficaz a poblaciones vulnerables post Covid-19, en particular de mujeres y juventudes” - CSO-LA/2020/421-997*

*Términos de Referencia*

*Consultoría: Servicios de Consultoría para el Diseño e implementación de una Campaña de Comunicación sobre prácticas de consumo responsable, seguridad alimentaria y protección ambiental*

La Campaña de comunicación y visibilidad, tendrá una duración de **3 meses – 1 de lanzamiento y 2 de mantenimiento**. Estos 3 meses son parte de los 5 meses de duración total de la consultoría.

### **Tipología de Campaña**

La Campaña será multimedia e incluirá tanto medios tradicionales de comunicación como medios electrónicos. Además, se tendrá que involucrar activamente a la población objetivo.

### **Resultados Esperados**

Al finalizarse la campaña, se ha alcanzado al menos el 40% de la población total de los 9 municipios y esta conoce la importancia de realizar prácticas de consumo responsable, está sensibilizada sobre la importancia de la seguridad alimentaria y de la protección ambiental, así como de la relación y de los nexos de causa-efecto entre ellas.

### **Marco teórico de la comunicación**

Se espera que el Equipo Consultor tenga conocimiento y aplique para esta Campaña de comunicación la *Comunicación para el Cambio de Comportamientos (CCC)*. Esta permite, por medio de la identificación de diferentes canales de comunicación, la difusión de mensajes con el enfoque idóneo a las características de la audiencias. También permite propiciar comportamientos positivos, promoviendo el cambio de comportamiento tanto a nivel individual, como a nivel comunitario y/o social.

## **V. Actividades a ejecutar por el Equipo Consultor**

El Equipo Consultor estará bajo la responsabilidad directa de la Coordinadora de Proyecto.

Las principales actividades de trabajo que serán parte de la presente consultoría se detallan a continuación:

### **i) Análisis y Revisión Documental**

Para el Diseño de la Campaña será necesario realizar una atenta revisión de la siguiente documentación:

- Plan de Comunicación y Visibilidad del Proyecto;
- Líneas guías de Comunicación y Visibilidad del ente Co-Financiador (Unión Europea);
- Documentos inherentes al Proyecto;
- Campañas de comunicación realizadas anteriormente por ACRA y por la Colectiva de Mujeres.

### **ii) Realizar Talleres con el Equipo de Coordinación, responsable de la implementación del Proyecto, y Grupos Focales con el público objetivo de la Campaña**

La realización de los talleres (2) y de los grupos focales (al menos uno por región con cada población meta – a) integrantes de organizaciones de mujeres y juventudes; b) autoridades locales; c) la población general de los 9 municipios) tendrá los siguientes objetivos: a) la caracterización tanto demográfica como socioeconómica del público objetivo de la campaña; b) la recopilación de información que permita identificar elementos claves como los conocimientos, hábitos, actitudes del público objetivo de la campaña, y que estén referidos a prácticas de consumo responsables, seguridad alimentaria y protección ambiental; c) la identificación de potenciales barreras al cambio de comportamiento; d) la elaboración de mensajes claves diferenciados en base al género, la edad, las condiciones culturales, económica, el nivel de educación, así como la identificación de los canales más idóneos para la difusión de dichos mensajes.

Los Talleres con el Equipo de Coordinación tendrán que realizarse de forma presencial de la siguiente forma: uno después de la firma del contrato y el otro después que se hayan realizado los grupos focales, para presentar la Propuesta de Diseño de la Campaña.

Para la realización de los grupos focales el Equipo Coordinador designará a representantes de las comunidades. Se valorará la posibilidad que estos se realicen por medio de conferencia virtual.

*Proyecto: "Programa de fortalecimiento de las OSC para mejorar la gobernanza democrática el impacto en las políticas públicas hacia una respuesta eficaz a poblaciones vulnerables post Covid-19, en particular de mujeres y juventudes" - CSO-LA/2020/421-997*

*Términos de Referencia*

*Consultoría: Servicios de Consultoría para el Diseño e implementación de una Campaña de Comunicación sobre prácticas de consumo responsable, seguridad alimentaria y protección ambiental*

**iii) Elaboración y validación de la propuesta de Estrategía Creativa de Diseño de la Campaña de Comunicación**

El equipo consultor tendrá que elaborar y presentar al Equipo de Coordinación una propuesta con el concepto creativo de la campaña que contenga los productos de comunicación, los mensajes claves, la estrategia, el público meta, y los canales, en conformidad con los lineamientos de comunicación del ente financiador y con el Plan de C&V del Proyecto. La propuesta con el concepto creativo será la base para la implementación de la campaña y se habrá elaborado a partir de la información recopilada en los talleres con el Equipo de Coordinación y en los grupos focales con el público objetivo. Además deberá incluir el Plan de Monitoreo mensual con los medios de verificación.

**iv) Realización de las piezas de comunicación e Implementación de la Campaña de Comunicación y elaboración de los Informes de monitoreo mensual con los medios de verificación**

Diseño y producción de piezas comunicacionales en diferentes formatos (posters, videos cortos, gifs, etc.) para su difusión en los diferentes medios de comunicación, una vez aprobados, por la duración total de la campaña. Diseño de piezas para promocionales, que contengan los mensajes de la campaña, para ser difundidos durante su implementación. Paralelamente a la implementación de la campaña, el Equipo consultor deberá elaborar un informe mensual sobre el estado de implementación y las tendencias de la campaña.

**v) Elaboración del Informe de resultados**

El Equipo consultor deberá de realizar un informe final que contenga y presente los resultados y logros de la campaña de manera cualitativa y cuantitativa.

**VI. Productos a Entregar.**

#	TIPO DE PRODUCTO	CONTENIDO	TIEMPO DE ENTREGA
1	Propuesta de Diseño de la Campaña de Comunicación validada	Presentación al Equipo de Coordinación de una propuesta del Diseño de la campaña, que tenga en consideración el Plan de Comunicación y visibilidad del Proyecto y que recopile los resultados de los talleres y grupos focales realizados. Esta incluirá: a) <u>Estrategía creativa</u> : Contiene: el concepto creativo de la campaña, los objetivos y resultados previstos así como el alcance de la campaña; los mensajes claves y la descripción detallada de las piezas de comunicación previstas (GIF, artes, audiovisuales, entre otros) y <u>el diseño de promocionales</u> . Incluye además el presupuesto detallado. b) <u>El Plan de Medios</u> : Incluye: las especificaciones sobre el tipo de medio (redes sociales, radio – <u>al menos estaciones 2</u> - medios escritos, prensa digital, entre otros) en donde se socializarán los mensajes, respectivo cronograma y gestión y costo de las previstas según el medio ( <u>al menos 2,000.00 USD se destinan a las pautas</u> ). Los medios dependerán de la propuesta y alcance previstos.	<b>40 días</b> a partir de la firma del Contrato
2	Piezas de comunicación para la	Diseño y Producción de las piezas de comunicación diseñadas y otro material producido en versión para difusión.	<b>60 días</b> a partir de la firma del Contrato

*Proyecto: "Programa de fortalecimiento de las OSC para mejorar la gobernanza democrática el impacto en las políticas públicas hacia una respuesta eficaz a poblaciones vulnerables post Covid-19, en particular de mujeres y juventudes" - CSO-LA/2020/421-997*

*Términos de Referencia*

*Consultoría: Servicios de Consultoría para el Diseño e implementación de una Campaña de Comunicación sobre prácticas de consumo responsable, seguridad alimentaria y protección ambiental*

#	TIPO DE PRODUCTO	CONTENIDO	TIEMPO DE ENTREGA
	implementación de la Campaña	Se entregarán en una USB y vía electrónica: todas las Artes en vectores (modificable) y el diseño final de: redes, prensa, desplegable, así como los spots de radio, según lo prevea el Plan de Medios.	
3	Informe final de resultados	Incluirá: información sobre el alcance de coberturas y los respectivos medios de verificación, resultados claves de la campaña y reporte de impacto en redes sociales. El informe deberá de ser redactado en idioma español.	

Paralelamente a la entrega de los productos mencionados, el equipo consultor será responsable de la implementación de la campaña.

## VII. Condiciones de la Contratación

### Presupuesto

- La presente consultoría tendrá un presupuesto de **USD 10,000.00**
- Los honorarios previstos para la consultoría tendrán que considerar eventuales gastos para la movilización u otros gastos relativos a la logística en que el Equipo Consultor pueda incurrir durante el periodo de contratación;
- El manejo y costos de eventuales pautas en redes sociales/radio/prensa/medios digitales será considerado como parte de los honorarios previstos para la consultoría y deberá entonces de ser asumido por la entidad contratada, por lo que se requiere que el equipo consultor en su propuesta incluya la proporción de cuanto destinará a medio y cuanto al desarrollo de la campaña. Cabe destacar que al menos USD 2,000.00 se tendrán que destinar a pautas.

### Plazo de Ejecución

El plazo para la ejecución de los servicios requeridos en estos términos de referencia será de **5 meses** (150 días calendario) a partir de la fecha de contratación. Sin embargo, este período de ejecución puede ser variable en el caso de que se presenten circunstancias que lo justifiquen.

### Entidad Contratante

La entidad Contratante será ACRA.

### Responsabilidades de la Entidad Contratante

- Brindar apoyo al equipo de profesionales contratado para la ejecución de la actividad y monitorear avances y problemas en la ejecución de las mismas.
- Apoyar la implementación de la campaña y de las actividades relacionadas con la misma;
- Asegurar la correcta aplicación del Plan de Comunicación y Visibilidad del Proyecto.

### Forma de Pago

- Primer Pago; contra entrega y aprobación del Primer Producto, 20%
- Segundo Pago; contra entrega y aprobación del Segundo Producto, 45%
- Tercer Pago; contra entrega y aprobación del Tercer Producto, 35%

### Propiedad intelectual

¿La información a que tenga acceso y produzca el Equipo Consultor durante el desarrollo de la Consultoría es de propiedad Exclusiva de ACRA y de la Colectiva, y el Equipo Consultor no deberá utilizar copia de la misma para fines diferentes de los relacionados con este contrato.

*Proyecto: “Programa de fortalecimiento de las OSC para mejorar la gobernanza democrática el impacto en las políticas públicas hacia una respuesta eficaz a poblaciones vulnerables post Covid-19, en particular de mujeres y juventudes” - CSO-LA/2020/421-997*

*Términos de Referencia*

*Consultoría: Servicios de Consultoría para el Diseño e implementación de una Campaña de Comunicación sobre prácticas de consumo responsable, seguridad alimentaria y protección ambiental*

Para la utilización parcial o total de este material para otro trabajo o consultoría, deberá obtenerse un permiso escrito de ACRA y de la Colectiva.

## **VIII. Perfil del Consultor/a o del Equipo Consultor**

### **Formación Académica**

Estudios en comunicaciones o carreras afines;

### **Experiencia**

- Amplia experiencia demostrable en el diseño e implementación de campañas de comunicación y visibilidad;
- Experiencia en la gestión de visibilidad y comunicación inherente a proyectos;
- Experiencia en comunicación con enfoque social;
- Experiencia en el levantamiento y análisis de datos a través de Grupos focales con perspectiva de género;
- Experiencia verificable en el manejo de redes sociales.

### **Requisitos adicionales del Equipo Consultor**

- Habilidad para redactar documentos técnicos y capacidad para la sistematización de información;
- Sensibilidad social y cultural;
- Capacidad de priorizar objetivos y calibrar esfuerzos de manera correspondiente;
- Posibilidad de movilizarse a los municipios de intervención;
- Versatilidad y flexibilidad;
- Incorporar en toda la concepción de la campaña, así como en los productos, la perspectiva de género, juventudes.

## **IX. Presentación de Documentos de interés en la consultoría**

### **i) Propuesta metodológica**

Esta deberá de contener la descripción de lo que se va a hacer en la campaña y cómo será el proceso. Asimismo, se deberá de especificar la forma en que se realizarán los talleres y los grupos focales.

### **ii) Oferta económica**

- Con respecto a la oferta económica, esta deberá de especificar el monto destinado a medio y el monto destinado al desarrollo de la campaña.
- Además, deberá de considerarse que la entidad contratante actuará como agente de retención, de acuerdo a lo dispuesto por la ley. Por lo que, en el caso de personas naturales, el valor de la oferta tendrá que incluir el impuesto sobre la renta (10%).
- La Oferta Económica, NO deberá incluir el costo del Impuesto del Valor Agregado (IVA) – oferta exenta de IVA.

### **iii) Curriculum vitae (de las personas naturales o de la persona jurídica)**

Este deberá de reflejar el cumplimiento de los requisitos establecidos por estos Términos de Referencia

### **iv) Presentación del portfolio con ejemplos de campañas y otros trabajos parecidos anteriormente realizados**

### **v) Carta de Interés (1 pag. max.) de participación al proceso referido**

## **X. Recepción de las Ofertas**

Las Ofertas serán recibidas hasta el día **10 de septiembre a las 05:00 p.m. horas**, a los siguientes correos electrónicos: [martadrigo@acra.it](mailto:martadrigo@acra.it) y [smayon@yahoo.com](mailto:smayon@yahoo.com) con la referencia “**Servicios de Consultoría para el Diseño e Implementación de Campaña**”. Las ofertas tendrán que remitirse a todas las direcciones antes indicadas.

NO se aceptarán presentación de Ofertas después del plazo y horario establecido.