



## **TÉRMINOS DE REFERENCIA PARA LA CONTRATACIÓN DE CONSULTORÍA PARA DISEÑO PARTICIPATIVO DE UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN POPULAR Y COMUNITARIA SOBRE DERECHOS SEXUALES Y REPRODUCTIVOS**

### **I- EL PROYECTO**

El proyecto “Juventudes y mujeres promoviendo sus derechos en entornos favorables” NDICI CSO/2022/439-351 es ejecutado por Plan International Deutschland e.V a través de Fundación Plan El Salvador y el Instituto Holandés para la Democracia Multipartidaria, NIMD (por sus siglas en inglés) y es cofinanciado por la Unión Europea; este proyecto tiene una duración de 42 meses a partir de febrero de 2023.

El proyecto tiene como objetivo la promoción de entornos favorables para el intercambio entre Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC), fortalecimiento interno, mejora de capacidades de incidencia y articulación entre OSC e instituciones públicas para la promoción y defensa de los Derechos Sexuales y Derechos Reproductivo (DSDR) y el acceso a mecanismos de denuncia y protección en los Departamentos de Cabañas y Cuscatlán.

Al finalizar el proyecto, se espera haber fortalecido las capacidades de las organizaciones de sociedad civil para reforzar su labor de defensa de los derechos sexuales y reproductivos; así como haber facilitado las condiciones para mejorar el diálogo entre OSC y las instituciones públicas encargadas de garantizar derechos; y que en los territorios abarcados se intensifique la movilización social y la acción comunitaria para romper mitos, tabúes sobre sexualidad, masculinidades saludables y diversas a través de la comunicación popular, influencia y generación de conocimiento.

### **II- JUSTIFICACIÓN**

Los territorios del país seleccionados para desarrollar la acción son 5 municipios de los Departamentos de Cabañas y Cuscatlán (Ilobasco, Victoria, Sensuntepeque, Suchitoto y San Rafael Cedros), localizados en las zonas central y paracentral del país, donde la situación en Salud Sexual y Reproductiva (SSR) tiene barreras importantes para alcanzar el pleno desarrollo de la población, principalmente jóvenes. En el caso de Cabañas, según el “Mapa de Embarazos de Niñas y Adolescentes 2021”, publicado por el UNFPA, es el tercer departamento a nivel nacional con las tasas más altas de embarazos en niñas y jóvenes de 10 a 19 años, por lo que se evidencia que la promoción de derechos sexuales y reproductivos, así como información y acceso a salud reproductiva es una urgencia en la zona. Según el mismo estudio del UNFPA, hay evidencia que demuestra que el acceso a métodos anticonceptivos de forma oportuna e informada contribuye a disminuir los embarazos en niñas y adolescentes. Sin embargo, en El Salvador se ha registrado una disminución en las inscripciones de menores de edad a programas públicos de planificación familiar, datos del Ministerio de Salud (MINSAL) reflejan una reducción de usuarias de 10-14 años (514 en 2019 a 349 en 2020); en edades de 15 a 19 años (14,162 en 2019 a 8,666 en 2020) lo cual se debe a falta de opciones variadas e información oportuna sobre los programas de anticoncepción. Los datos estadísticos sobre la alta tasa de embarazos en niñas y adolescentes en 2020 del MINSAL reportan 12,479 embarazos en adolescentes de 15 a 19 años. También mencionan una incidencia de 234 casos de enfermedades de transmisión sexual (ETS) en adolescentes de 10 a 19 años, 141 casos nuevos de VIH en población adolescente, el aumento de la mortalidad materna de 27 en 2019 a 46 en 2020 de las cuales 8 fueron niñas y adolescentes. Además, hubo 5,359 casos de denuncias por



violencia sexual, de estas el 75% fueron cometidas en niñas y adolescentes y en el año 2021 se reportan 102 feminicidios. Los datos reflejan las realidades que viven las niñas, mujeres y comunidad LGBTQ+ así como la identificación de una lucha vigente de las organizaciones que promueven los DSDR en estos municipios, hace que las condiciones justifiquen el desarrollo de esta propuesta.

Con el fin de fomentar la concienciación comunitaria frente a las temáticas de DSDR, se ha visto la necesidad de comunicar a través de una campaña de manera creativa e innovadora información sobre estos derechos y motivar a las personas jóvenes al ejercicio de los mismos, desde el derecho a la igualdad, a una protección legal igualitaria y a vivir libres de toda forma de discriminación basada en el sexo, la sexualidad o el género; así como al libertad de las personas a decidir sobre su sexualidad y el ejercicio libre de la misma; y todos los demás vinculados. La campaña irá dirigida a la población adolescente y joven de los municipios abarcados por el proyecto y en la fase de difusión participarán de manera activa organizaciones de sociedad civil con trabajo en la zona e instituciones públicas.

### **III- OBJETIVO GENERAL**

Diseñar e implementar estratégicamente una campaña comunicacional de sensibilización alrededor de la defensa de los DSDR, bajo un enfoque de comunicación popular y comunitaria.

### **IV- OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Diseñar la estrategia de la campaña de sensibilización sobre derechos sexuales y reproductivos para los municipios de Ilobasco, Victoria, Sensuntepeque, Suchitoto y San Rafael Cedros (construcción de mensajes, tipos de materiales, tiempos, etc.)
- Diseñar y producir materiales de divulgación (diseño de artes, imágenes, productos audiovisuales en formato para cada pieza técnica, pago de pautas y producción de entregables).
- Implementar la campaña según la estrategia aprobada.
- Evaluar el impacto de la campaña.

### **V- DESCRIPCIÓN DEL DISEÑO DE CAMPAÑA COMUNICACIONAL**

La campaña de comunicación social se formulará y diseñará desde la conceptualización de producción transmedia, es decir, diseñando contenidos, mensajes, propuestas de usos gráficos y multimedia, materiales y productos comunicacionales de manera participativa con las organizaciones participantes en este proyecto, dichos productos deberán ser difundidos en espacios físicos de las organizaciones e instituciones que forman parte del proyecto, radios locales y comunitarias, publicidad en exterior, página web del consorcio, redes sociales diferentes plataformas de comunicación digital u otros que se identifiquen como efectivos en las zonas abarcadas por el proyecto.

El diseño de la campaña se deberá elaborar e implementar desde el enfoque de comunicación siguiente:

- a. Creación y diseño de un mensaje orientado al tema de Salud Sexual y Reproductiva.



- b. Diseño y producción de materiales y contenidos desde un mensaje unificado en diversos formatos comunicacionales, tanto tradicionales como digitales. El contenido gráfico deberá desarrollarse con base en línea gráfica del proyecto “Yo Lídero: Mejorando Nuestras Realidades” y a los criterios visibilidad y comunicación del cooperantes y socias ejecutoras del proyecto.
- c. Diseño y plan de implementación de la campaña comunicacional para su difusión basado en diferentes plataformas de comunicación: tanto digitales como audiovisuales e impresos.
- d. Diseño estratégico de plan de difusión y audiencias meta con el objetivo de potenciar la cantidad de personas alcanzadas e impactadas por medio de la campaña, tomando en cuenta la diversidad de públicos potenciales desde las organizaciones e instituciones públicas participantes del proyecto.

## VI- METODOLOGÍA DE TRABAJO

Uno de los retos más importante del desarrollo de la consultoría será articular a las diferentes organizaciones que forman parte del consorcio para la producción de contenidos. Para lograrlo, se implementarán los siguientes pasos en conjunto:

- a. Reuniones para definir aspectos fundamentales de la campaña, pueden ser focus group de consulta y de validación a realizarse de manera presencial o virtual con las organizaciones vinculadas al proyecto.
- b. Tomar en cuenta que, en la fase de implementación, se debe coordinar con las organizaciones para que ellas sean parte de la difusión tanto en sus medios digitales, como difusión de materiales impresos (si estos se contemplan en el diseño).

## VII- PLATAFORMAS DE DIFUSIÓN

Las plataformas de difusión que se considera usar son redes sociales de las organizaciones participantes y socias del consorcio (Facebook, Instagram, Twitter, Canal de YouTube y TikTok), páginas web, radios y canales locales y comunitarios de ambos departamentos (Cabañas y Cuscatlán) ya sea de señal abierta o en línea; afiches, pancartas y otras que la persona o equipo consultor pueda identificar como un canal de comunicación estratégico según potencialidad de difusión del mensaje y alcance de diversas audiencias meta.

	<b>Plataformas sugeridas para utilizar</b>
1	Radio señal abierta y en línea (cuñas radiales) y Canales locales (spots publicitarios)
2	Páginas web ya existentes (banners, imágenes, videos)
3	Periódicos digitales ya existentes (banners, imágenes, videos)
4	Medios impresos existentes (boletines, afiches para cartelera, stickers)
6	Contenido para redes sociales: Twitter, Facebook, WhatsApp, Instagram, TikTok, Youtube (imágenes o audiovisuales)



7	Publicidad exterior (vallas, mantas, traseras de buses, pintas o murales)
---	---

### VIII- RESPONSABILIDADES Y TAREAS ESPECÍFICAS:

La persona o empresa encargada de la consultoría deberán:

- a) Elaborar un plan de trabajo del desarrollo y cumplimiento de objetivo de la consultoría que contenga metodología y organización de la consultoría.
- b) Recopilar datos e información con las OSC que son parte del proyecto que sustente el contenido de la campaña.
- c) Identificar los medios de comunicación locales y comunitarios existentes en los municipios de Cabañas y Cuscatlán
- d) Crear estrategia de campaña y de pauta tomando en cuenta las necesidades identificadas por las organizaciones vinculadas, definiendo público meta, alcance estimado, medios a utilizar para la difusión y mensajes.
- e) Diseñar y Producir el contenido, materiales y piezas comunicacionales.
- f) Pago de pauta en multiplataforma, difusión y seguimiento.
- g) Difusión de la campaña.
- h) Guardar registro del alcance de la campaña y aproximación de personas alcanzadas.
- i) Informe de seguimiento, informe de impacto de campaña de comunicación.

### IX- PRODUCTOS ESPERADOS

La consultoría sobre la coordinación de la campaña deberá presentar 5 productos principales:

1. Plan de trabajo.
2. Estrategia de campaña comunicacional transmedia (Plan de comunicación estratégica, plan de difusión y calendarización)
3. Artes finales y productos de contenido a difundir y piezas comunicacionales aprobados por el consorcio PLAN-NIMD.
4. Informe final con información sobre el alcance de la campaña y las piezas comunicacionales usados, con información sobre el estimado de personas alcanzadas y recomendaciones sobre la efectividad de los medios utilizados.

### X- CRONOGRAMA

Se propone que todo el proceso de diseño, implementación y seguimiento de la campaña dure 4 meses debido a la complejidad del esfuerzo en poder articular a todas las organizaciones y sus medios de comunicación, así como también la posibilidad de coproducciones y la realización de nuevos formatos.

	<b>Actividad</b>	<b>Mes 1</b>	<b>Mes 2</b>	<b>Mes 3</b>	<b>Mes 4</b>
1	Metodología y organización	x			
2	Diseño y plan estratégico de comunicación y producción	x	x		
3	Producción de materiales		x	x	
4	Difusión de campaña (pautas)			x	x



	digitales, radios locales y comunitarias y canales de tv locales, etc.)				
5	Evaluación e informe final				x

#### XI- ASPECTOS ADMINISTRATIVOS Y FINANCIEROS

El cronograma de pagos establecido es el siguiente:

1. 20 % al presentar producto 1
2. 30 % al presentar producto 2
3. 30 % al presentar producto 3
4. 20% al presentar producto 4

La relación será de carácter contractual por la prestación de servicios profesionales.

El monto de la oferta será sometido a los descuentos de ley, con exención del IVA (del cual el proyecto es exento).

En el contrato se establecerán condiciones que garanticen el cumplimiento de los plazos.

#### XII- PERFIL REQUERIDO PARA LAS PERSONAS POSTULANTES

Pueden presentar ofertas personas naturales o jurídicas.

##### Formación académica y experiencia:

- Profesional en comunicaciones, publicidad, mercadotecnia, diseño gráfico y/o carreras afines con experiencia en el diseño estratégico e integral de campañas de comunicación transmedia.

##### Se valorará:

- Experiencia de 3 años o más en desarrollo, manejo o diseño de campañas de comunicación social.

#### XIII- EVALUACIÓN DE OFERTAS

A continuación, se muestra la tabla que será empleada por el comité evaluador de las ofertas recibidas:

No	CRITERIOS A EVALUAR EN OFERTA	PUNTAJE POR CRITERIO
1	<b>Presentación de la oferta.</b> La oferta presentada ¿contiene los documentos solicitados y los documentos que acrediten la calidad técnica, limpieza y correcta redacción?	20
2	<b>Formación académica</b> ¿La persona ofertante es profesional en comunicaciones, publicidad, mercadotecnia, diseño gráfico o carreras afines con al menos 3 años de experiencia?	10



3	<b>Experiencia general.</b> ¿La persona ofertante tiene experiencia laboral valiosa en diseño estratégico de campañas de comunicación?	15
4	<b>Experiencia en actividades o proyectos de comunicación similares.</b> ¿La oferta recibida evidencia experiencia en formación y realización de al menos 3 campañas de comunicación en ejes temáticos relacionados?	20
5	<b>Verificación de la oferta.</b> ¿La propuesta manifiesta consistencia definiendo con claridad cómo se desarrollará el trabajo, con un cronograma que detalle los tiempos de ejecución y entrega?	15
6	<b>Precio de la oferta.</b> ¿Cómo se valora el precio solicitado? ¿El precio corresponde con la propuesta metodológica ofertada?	20
<b>Total</b>		<b>100</b>

#### XIV- EVALUACIÓN DE OFERTAS

Las personas que deseen ofertar a esta consultoría deberán enviar:

1. **Curriculum vitae**, detallando los aspectos que evidencien el cumplimiento de los requisitos establecidos en el apartado XI (PERFIL REQUERIDO PARA LAS PERSONAS POSTULANTES).
2. **Portafolio** que evidencia la experiencia en la realización de campañas similares.
3. **Oferta técnica – económica**

El monto de la oferta económica debe de presentarse con exención del IVA (del cual el proyecto es exento).

Las ofertas serán recibidas hasta el 15 de julio de 2023 con el asunto: **Consultoría sobre diseño de Campaña de Comunicación Popular y Comunitaria sobre DSDR – Proyecto Yo Lídero,**

Deben remitirse a los siguientes correos electrónicos: [graciagrande@nimd.org](mailto:graciagrande@nimd.org) con CC a [cynthiacolato@nimd.org](mailto:cynthiacolato@nimd.org) y [yeseniaruiz@nimd.org](mailto:yeseniaruiz@nimd.org)

Se requiere que las ofertas sean remitidas a las 3 direcciones antes indicadas. No serán tomadas en cuenta las propuestas que se reciban posterior al periodo de aplicación, y que no cumplan con todos los parámetros anteriormente descritos.