



## TÉRMINOS DE REFERENCIA

### Proyecto: “Soberanía alimentaria con ecofeminismo”

---

#### I. Resumen

<b>Título:</b>	Diseño de Estrategia Institucional de Comunicaciones, UNES 2025 – 2030.
<b>Financiador</b>	IM Suecia.
<b>Objetivo del servicio:</b>	Desarrollar una estrategia de comunicaciones institucional que retome el contexto nacional, regional e internacional y permita alcanzar los objetivos institucionales de UNES.
<b>Período del servicio:</b>	3 meses.
<b>Lugar del servicio:</b>	El Salvador.
<b>Tipo de proveedor:</b>	Individual y/o firma consultora.
<b>Fecha límite para recibir ofertas:</b>	20 de septiembre de 2024.
<b>Valor de la consultoría:</b>	A determinar conforme a oferta económica que incluya impuestos.



## **II. Antecedentes**

La Asociación Unidad Ecológica Salvadoreña- UNES es una organización que gestiona la protección y conservación del medio ambiente en El Salvador y en el ámbito regional, promueve la sustentabilidad en beneficio de la naturaleza y de los pueblos más vulnerables, el enfoque de derechos, la ecología política y la perspectiva de género – ecofeminismo.

Con 36 años de experiencia desde su conformación, UNES desarrolla investigaciones coordinadas con profesionales nacionales e internacionales enfocadas en determinar el impacto y efectos de la variabilidad climática, así como la puesta en práctica de herramientas para la planificación de la adaptación al cambio climático y la gestión de riesgos.

UNES dinamiza la agenda nacional de sustentabilidad para el cumplimiento de la justicia ambiental con equidad de género, y promueve alternativas sustentables orientadas a la adaptación al cambio climático a nivel nacional y territorial. Además, acompaña a lideresas y líderes comunitarios en la defensa de la naturaleza, mediante procesos de sensibilización y formación. Para más información visita [www.unes.org.sv](http://www.unes.org.sv)

## **III. Contexto**

El Salvador junto con la región Centroamericana enfrenta múltiples retos a nivel de la crisis socio ambiental que impacta a los territorios, los medios de vida y a la población, Centroamérica (con 0,26% de las emisiones globales de gases de efecto invernadero) destaca entre las regiones de mayor vulnerabilidad por impactos climáticos. Según reportes del Panel de Expertos en Cambio Climático (IPCC) el aumento en la temperatura del planeta sería responsable por la intensificación de ciclos hidrometeorológicos extremos, expresados de manera general en sequías e inundaciones.

Toda esta situación crítica profundiza las desigualdades existentes, agudiza la crisis alimentaria, favorece la proliferación de enfermedades, reduce las posibilidades de ingresos, especialmente para familias dedicadas a la agricultura y finalmente, constituye uno de los principales motores de la migración forzada en la región.

Muchas de las iniciativas que amenazan la biodiversidad y la vida de las comunidades son impulsadas por actores poderosos a nivel político y económico, en entornos de graves violaciones a los derechos humanos; de los pueblos indígenas, afrodescendientes y comunidades campesinas.



Se profundiza el modelo extractivista en el país, las empresas y las corporaciones presionan para poder tener el camino libre para operar en la explotación de los bienes naturales, especialmente los bienes hídricos sin considerar que a nivel nacional ya existe una precaria situación con el agua y sin consideración de las afectaciones a los derechos humanos y ambientales.

En El Salvador, las afectaciones a la crisis no pasan desapercibidas en la vida, el país se convirtió en uno de los 18 puntos críticos de hambre, de acuerdo con la FAO, y se vive de forma constante el incremento del costo de la canasta básica. Según datos de la más reciente encuesta del Instituto Universitario de Opinión Pública (IUDOP), el 90.2% de la población consideró que el precio de la canasta básica aumentó durante el 2023. Asimismo, el 52.7 % indicó que dejó de comprar algunos alimentos porque los precios incrementaron.

Pese a la evidencia científica sobre el acelerado incremento de la crisis climática, ambiental, y sus efectos inducidos en la vida de las personas y ecosistemas; más bien hay un avance de las falsas soluciones, que en la práctica han demostrado ser, no solamente inútiles, sino que se utilizan como estrategia para continuar con el consumo de combustibles fósiles, acaparar tierras y generar nuevos espacios de lucro para los grandes contaminadores y las grandes transnacionales de la conservación.



#### IV. Definición del servicio

##### 1. Objetivo y alcance

###### Objetivo

Desarrollar una estrategia de comunicaciones institucional que retome el contexto nacional, regional e internacional y permita alcanzar los objetivos institucionales de UNES.

###### Alcances

La estrategia comunicacional deberá partir de los objetivos estratégicos que guían a la Asociación UNES, así como su visión y misión de desarrollo en el contexto nacional, regional e internacional.

##### 2. Productos y forma de pago

Los honorarios serán cancelados de acuerdo con lo siguiente:

Producto	Plazo máximo	[% Pago]
Producto 1: -Plan de trabajo. -Metodología para el desarrollo de la estrategia comunicacional. -Propuesta de estructura de la estrategia.	A los 10 días de la firma del contrato.	1° pago 30%
Producto 2: Documento borrador de estrategia, con su plan de implementación y presentación ante UNES para recibir comentarios y observaciones al producto.	De acuerdo con la programación establecida.	2° pago 30%
Producto 3: Documento final de estrategia y plan de implementación comunicacional con las observaciones subsanadas.	De acuerdo con la programación establecida.	3° pago 40%

Los pagos se realizarán siempre que los productos tengan la aprobación de la Dirección Ejecutiva de UNES, conforme a los términos del contrato que se suscribirá.



## Detalle de los productos:

**Producto 1:** Plan de trabajo donde detalle la propuesta metodológica tomando en cuenta un proceso de consulta con la participación de personal y membresía de UNES, liderazgos territoriales, aliados estratégicos, cooperación internacional y otros actores claves que se identifiquen; un cronograma de las acciones que desarrollará. Propuesta de estructura de la estrategia comunicacional la cual será aprobada por la Dirección Ejecutiva de UNES.

Contenidos mínimos esperados en la Estrategia:

- Introducción.
- Análisis de contexto.
- Objetivos generales.
- Objetivos específicos.
- Valores Rectores.
- Lineamientos o directrices para la implementación de la estrategia.
- Narrativa y mensajes para comunicar.
- Acciones o iniciativas por ejecutar.
  - Descripción.
  - Beneficios.
  - Supuestos.
  - Responsables.
- Indicadores de desempeño.
- Variables.
- Públicos.
- Instrumentos para utilizar.
- Plazos de ejecución.

**Producto 2:** Documento borrador de estrategia con su plan de implementación y presentación ante UNES para recibir comentarios y observaciones al producto. Con la información recabada y conociendo el trabajo de UNES y el contexto nacional se deberá proponer líneas de acción para el trabajo comunicativo de UNES.

**Producto 3.** Documento final de estrategia comunicacional con las observaciones subsanadas.



Documentos de referencia:

- Plan Estratégico Institucional UNES 2022 – 2026.
- Evaluación intermedia del PEI UNES.
- Memoria de labores.
- Informes de comunicaciones.
- Material comunicacional producido por UNES.

Enfoques para considerar en la construcción de la estrategia comunicacional:

**Enfoque de derechos humanos:** integra los principios y estándares de los derechos humanos en el diseño, implementación y evaluación de políticas, programas y prácticas. Este enfoque busca garantizar la dignidad, igualdad y justicia para todas las personas, enfatizando la participación, la no discriminación y la rendición de cuentas. Al centrarse en los derechos inherentes de cada individuo, se asegura que las acciones y decisiones promuevan y protejan los derechos fundamentales, especialmente de aquellos en situaciones de vulnerabilidad.

**Enfoque ambientalista:** este enfoque promueve la conciencia ambiental en las prácticas comunicativas, por medio de la creación y difusión de contenido que promueva o influya positivamente la percepción del público definido sobre las políticas ambientales, vulneraciones de derechos ambientales o climáticos, con la finalidad de fomentar la cultura de respeto y protección hacia la naturaleza y los bienes comunes.

**Enfoque decolonial:** busca dismantelar las estructuras de poder y conocimiento heredadas del colonialismo, promoviendo la valorización y legitimación de las voces, historias y saberes de los pueblos históricamente oprimidos. Cuestiona la hegemonía cultural occidental y fomenta la creación y difusión de narrativas que reflejen la diversidad y complejidad de experiencias y perspectivas de las comunidades y pueblos originarios.

**Enfoque interseccional:** reconoce que las identidades sociales son múltiples y entrelazadas, influyendo en las experiencias y desafíos únicos de las personas. Permitirá crear mensajes que consideren estas complejidades, promoviendo una comunicación inclusiva y equitativa que refleje la diversidad de experiencias humanas y contribuya a la justicia social.

**Enfoque feminista:** promueve la reflexión de las dinámicas de poder, la igualdad de género, cuestionando y desafiando estereotipo, creando y difundiendo mensajes



que promuevan la equidad de género y amplifiquen las voces y experiencias de las niñas, mujeres y otras identidades.

**Enfoque basado en la esperanza:** se centra en resaltar historias y mensajes positivos que inspiran y movilizan a las personas hacia el cambio y la mejora social. Este enfoque enfatiza el poder transformador de la comunicación para generar optimismo, resiliencia y acción colectiva. Esto permite crear y difundir contenido que no solo informe, sino que también motive y empodere a las audiencias a enfrentar desafíos y a creer en la posibilidad de un futuro mejor.

## **V. Perfil requerido**

- a) Profesional en comunicación o periodismo, con postgrados o maestrías.
- b) Amplia experiencia en comunicación estratégica en el sector de la cooperación internacional para el desarrollo.
- c) Alta capacidad de análisis del contexto nacional, regional e internacional.
- d) Dominio del enfoque de género.
- e) Capacidad de redacción y síntesis.

## **VI. Responsabilidades de la persona/s contratada/s**

- a) Cumplir con lo especificado en los TdR, oferta de servicios/plan de trabajo planteado/aceptado y lo estipulado en el contrato de prestación de servicios.
- b) Cumplir con los tiempos de entrega y calidad de los materiales obtenidos según las indicaciones de la responsable de la coordinación y monitoreo de la consultoría.
- c) Asistir a las reuniones que se le convoque con el equipo técnico para coordinar el trabajo de campo.
- d) Entrega en tiempo y forma, de todos y cada uno de los productos acordados y contratados.

## **VII. Condiciones de la ejecución**

- a) Durante el desarrollo de la consultoría el contratista deberá comportarse con los más altos estándares de ética y profesionalismo en el relacionamiento con las personas participantes.



- b) UNES no proveerá seguro médico o de vida, será responsabilidad del contratista adquirir su propio seguro.
- c) Todo material producido durante la consultoría será propiedad de la institución contratante (UNES).

### **VIII. Contenido de la oferta**

Las ofertas deben incluir lo siguiente:

- Propuesta técnica para realizar el servicio y alcanzar los objetivos propuestos, que incluya metodología propuesta y cronograma.
- Propuesta económica que incluya impuestos.
- Perfil de la persona o equipo consultor, definiendo el líder y roles de cada uno, experiencia trabajando juntos.
- Curriculum resumido con la descripción de la experiencia desarrollada, atestados y acreditaciones requeridas del consultor o miembros del equipo consultor, con al menos dos cartas de recomendación de trabajos similares.

Documentos para presentar:

Persona natural:

- Fotocopia de DUI.
- Fotocopia de tarjeta de IVA.
- Currículum Vitae de la persona referente y/o cada uno de los integrantes si fuese un equipo consultor.
- Si es persona extranjera presentar permiso de trabajo vigente.

Persona jurídica:

- Fotocopia de DUI del representante legal o apoderado.
- Fotocopia de NIT.
- Fotocopia de tarjeta del IVA.
- Fotocopia de documento de constitución inscrito en el registro respectivo.
- Currículum Vitae.



## **IX. Aplicaciones**

Se recibirán las ofertas en físico en oficinas de UNES o en digital al correo electrónico [unes.elsalvador@gmail.com](mailto:unes.elsalvador@gmail.com) , con fecha límite 20 de septiembre de 2024, colocar en el asunto: Estrategia de comunicaciones UNES.

Las evaluaciones de las ofertas recibidas se realizan por parte del equipo referente del proyecto y con base a la información ofrecida en las ofertas.

Es sumamente importante que cada equipo postulante cumpla con todo lo solicitado para que su propuesta sea considerada.

Se suscribirá contrato entre UNES y la persona natural o jurídica a quien se adjudique la consultoría.