



UNIÓN EUROPEA



Proyecto: Reivindicación y Posicionamiento Político-Económico para la Defensa, Promoción y Ejercicio del Derecho a la Alimentación desde la Soberanía y Seguridad Alimentaria en Familias Ixiles del departamento del Quiché

**TÉRMINOS DE REFERENCIA
CONSULTORIA**

Estrategia de Comunicación y Visibilidad

Septiembre 2020



Reivindicación y posicionamiento político- económico para la defensa, promoción y ejercicio del Derecho a la alimentación desde la Soberanía y Seguridad Alimentaria en familias Ixiles del departamento de Quiché, Guatemala.



1. Presentación:

Fundación Educación y Cooperación (Educo) es una ONG global de cooperación para el desarrollo que, desde hace más de 25 años actúa en beneficio de la infancia y en defensa de sus derechos.

La organización tiene presencia en 13 países de América Latina, Asia y Europa, trabajando mediante proyectos sociales en los que participan más de 409.973 niñas y niños y 220.912 personas adultas.

En Guatemala estamos presentes desde hace más de 10 años, tiempo en el que nuestra labor se ha centrado en trabajar para lograr el bienestar todas las niñas, niños y adolescentes a través de diferentes proyectos ejecutados en el altiplano occidental del país.

Consideramos que el acceso a la educación, salud, protección y participación permite que niños y niñas se conviertan en agentes de cambio en sus comunidades.

NUESTRA MISIÓN:

Trabajamos con niñas, niños y su entorno para promover sociedades justas y equitativas que garanticen sus derechos y bienestar.

NUESTRA VISIÓN:

Un mundo donde todas las niñas y los niños disfrutan plenamente de sus derechos y de una vida digna.

La Fundación para el Fortalecimiento y Desarrollo de las Organizaciones de Base "FUNDEBASE" es una organización que se plantea como mandato: ser actores dinámicos en territorios rurales indígenas y campesinos, contribuimos con la lucha para reducir el hambre y la pobreza; trabajamos por la equidad de género, los derechos de las mujeres, jóvenes y derechos de los pueblos hacia el buen vivir. Apoyamos la defensa y cuidado de los territorios; la exigibilidad de derechos; la soberanía alimentaria y economía campesina. Actuamos con identidad y pertinencia comunitaria, conciencia, claridad y alto compromiso para participar en procesos políticos que transformen positivamente el Estado para el bienestar de la mayoría. Realizamos nuestras acciones en los territorios Ixil, Kachiquel, Q'anjobal y Xinka, extendiéndose en un amplio número de comunidades, familias y organizaciones locales.

En el marco del proyecto: "Reivindicación y Posicionamiento Político-Económico para la Defensa, Promoción y Ejercicio del Derecho a la Alimentación desde la Soberanía y Seguridad Alimentaria en Familias Ixiles del departamento del Quiché", nos plantamos promover el empoderamiento y participación de líderes y lideresas comunitarios/as para hacer incidencia ante tomadores de decisiones en materia de la Seguridad y Soberanía Alimentaria, incrementar la disponibilidad y acceso de familias rurales a alimentos sanos, nutritivos y de calidad, promoviendo la diversidad alimentaria, contribuyendo en la mejora de vida de las familias rurales Ixiles.



Reivindicación y posicionamiento político- económico para la defensa, promoción y ejercicio del Derecho a la alimentación desde la Soberanía y Seguridad Alimentaria en familias Ixiles del departamento de Quiché, Guatemala.



2. Antecedentes y Justificación:

Educo Guatemala ha realizado campañas de comunicación institucional, donde los medios digitales han sido el vehículo para obtener los primeros indicadores de visibilidad. Actualmente la organización tiene el objetivo de construir marca en Guatemala para evidenciar el cambio que buscamos a través de nuestros proyectos y para luchar juntos a favor de la infancia y en defensa de sus derechos, en especial el derecho a recibir una educación equitativa y de calidad.

Abogar por la necesidad de defender y promover la educación como un derecho transformador en la vida de la niñez es nuestra principal apuesta de cambio. Queremos que este mensaje llegue a todos, desde autoridades gubernamentales, representantes de organizaciones de la sociedad civil, cooperación internacional y ciudadanos, hombres y mujeres que día a día coexisten con una realidad llena de desafíos sociales.

Enfocándonos en el contexto actual, la crisis del Covid-19 ha desnudado aún más las deficiencias estructurales que perjudican a un gran porcentaje de la población del país. La niñez se está quedando sin educación y las familias sin alimentación, su estabilidad económica, salud y bienestar en general se ven severamente amenazadas para los meses venideros.

Con el paso de las semanas la epidemia del coronavirus cederá, pero el impacto en la vida de los guatemaltecos permanecerá y podría ser irreversible.

Fundebase cuenta con una página: www.fundebase.org en donde se dan a conocer la misión, visión, apuesta política de la organización, así mismo se publican diferentes eventos realizados y noticias relevantes de la organización. También se tiene cuenta en Facebook e Instagram para promocionar la labor institucional. En el marco de la pandemia se han realizado videos y spots radiales y televisivos que promueven la Agricultura familiar campesina, la importancia de las plantas medicinales para la prevención de enfermedades respiratorias y recomendaciones para la prevención del COVID-19, de acuerdo a los protocolos establecidos por el Ministerio de Salud y también la promoción de las prácticas ancestrales Maya Ixiles.

A partir de la realización de un diagnóstico institucional, Fundebase a partir del mes de agosto del 2020, cuenta con una estrategia de comunicación institucional en donde se plantean las estrategias, acciones y material a difundir por diferentes medios de comunicación para dar a conocer el trabajo que se promueve en las diferentes regiones. Dentro de los contenidos a difundir están: el ciclo de la violencia, tipos de violencia, rutas de denuncia de violencia contra las mujeres, nuevas masculinidades, el Derecho Humano a la Alimentación, derechos sexuales y reproductivos, Derechos de la juventud, buen manejo de desechos producto de la pandemia, entre otros. Para ello se están elaborando afiches, infografías, spots radiales en español e Ixil, calcomanías, artes para playeras.

3. Objetivos de la consultoría:

Objetivo General:

Construir una estrategia de comunicación y visibilidad para las acciones del proyecto ejecutado por FUNDEBASE y Educo con el financiamiento de la Unión Europea en los municipios de la región ixil del departamento de Quiché.

Objetivo específico:

Diseñar y preparar una estrategia de comunicación en medios locales (radio, televisión y alternativos); que contemple testimonios de participantes de los proyectos, materiales gráficos y productos audiovisuales, que permitan sensibilizar sobre la importancia del empoderamiento de las mujeres como lideresas en acciones de incidencia, y el fortalecimiento de la salud y soberanía alimentaria para generar resiliencia en las familias maya ixiles.

Público objetivo:

Mujeres y hombres de 18 a 50 años, residentes en los municipios de la región ixil del departamento de Quiché, que encajen con la siguiente descripción:

- Ser madres y padres de familia.
- Que se dediquen a actividades agropecuarias, o al comercio.
- Consumidores de información a través de radio y otros medios locales.
- Con interés en el bienestar de la familia
- Hablantes del idioma ixil como lengua materna y con manejo del idioma español
- Pueden ser líderes locales o actores de ONGs y OGs relacionados a temas de salud e higiene, alimentación y nutrición

Deseamos que:

- PIENSEN y conozcan conceptos relacionados con el liderazgo y participación de mujeres y jóvenes, sobre salud e higiene en el hogar, y procesos de agroecología y etnoveterinaria que se pueden realizar en la región.
- SIENTAN interés y entusiasmo por replicar prácticas de salud, agroecología y etnoveterinaria del proyecto, y aprecio por el protagonismo de mujeres y jóvenes en espacios de incidencia comunitaria.
- HAGAN la incorporación de estas buenas prácticas en su diario vivir como una forma de garantizar acceso a recursos alimentarios para sus familias, y que incidan en exigir sus derechos.

4. Condiciones de consultoría:

- 4.1 **Alcance temporal:** Para la consultoría se tiene previsto un período de 6 semanas a partir de la firma del contrato en los que se incluye el desarrollo, entrega y validación de los productos descritos más adelante.

La estrategia deberá construirse para un período de ejecución de 2 años, que corresponde al tiempo de vida restante del proyecto.

Los periodos de retroalimentación de Educo Guatemala y FUNDEBASE no se contabilizarán dentro los plazos de entrega.

- 4.2 **Cobertura geográfica:** La estrategia debe tener un alcance principal en la región ixil del departamento de Quiché llegando a personas de los municipios de Santa María Nebaj, San Juan Cotzal y San Gaspar Chajul. Como valor agregado las acciones promovidas dentro de esta estrategia contribuirán a la rendición de cuentas ante la Unión Europea y otros aliados estratégicos a nivel nacional.

4.3 **Condiciones específicas:**

Es imperativo que la campaña se plantee tomando en consideración los siguientes aspectos:

- **Equidad de género:** Educo y FUNDEBASE cuentan con una Política de Género que define esta temática como un eje transversal en todas las acciones ejecutadas. Las manifestaciones públicas y acciones de comunicación no están exentas de su aplicación.
- **Promoción de la diversidad:** Educo y FUNDEBASE reconocen y promueven el respeto a la diversidad que caracteriza al pueblo de Guatemala, tanto en aspectos culturales, religiosos, políticos, lingüísticos, de género y orientación sexual. Este reconocimiento debe verse reflejado en la campaña.
- **Compromiso con la protección integral de la niñez:** toda acción contemplada dentro de la campaña deberá cumplir con la Política de Protección y Buen Trato de Educo y la Política de Protección de la Niñez de FUNDEBASE, que establecen lineamientos para la interacción, documentación, uso de la imagen y datos personales de niños niñas y adolescentes procurando el respeto a sus derechos según lo establecido en la Convención sobre los Derechos del Niño y la Ley de Protección Integral de la Niñez.
- **Uso de elementos de marca de la Unión Europea:** la Delegación de la Unión Europea establece en el documento “Aplicación Práctica en Guatemala de Comunicación y Visibilidad” los lineamientos sobre el uso de su marca, su nombre y otros símbolos en actividades proyectos que financia. Todas las acciones derivadas de esta estrategia deberán apegarse a estas estipulaciones.

5. Productos esperados:

5.1 **Producto 1: Investigación documental y plan de trabajo**

Al consultor se le brindarán todas las fuentes bibliográficas del proyecto: formulación del proyecto, lineamientos de comunicación y visibilidad de la Unión Europea, Educo y FUNDEBASE, e información sobre el desarrollo del proyecto hasta el momento para nutrir la construcción de un documento de estrategia de comunicación.

Podrá organizar una reunión con líderes del proyecto de parte de FUNDEBASE y Educo para la realización de entrevistas y otros ejercicios de diagnóstico de manera virtual o presencial según las condiciones lo permitan.

Por último, construirá un plan de trabajo que incluya un cronograma de actividades para la elaboración y formulación de la estrategia de comunicación del proyecto "Reivindicación y Posicionamiento Político-Económico para la Defensa, Promoción y Ejercicio del Derecho a la Alimentación desde la Soberanía y Seguridad Alimentaria en Familias Ixiles del departamento del Quiché".

5.2 **Producto 2: Estrategia creativa**

Luego de la aprobación del Producto 1 se deberá concretar la estrategia de comunicación del proyecto incluyendo los siguientes elementos:

- Antecedentes (Producto 1): descripción de conclusiones y aprendizajes recabados durante la investigación documental y diagnóstico realizado.
- Objetivos de estrategia: adaptados desde la información recabada durante la investigación y tomando en cuenta lo contenido en estos términos de referencia respecto al público meta y las condiciones generales.
- Público Objetivo.
- Mensajes clave: a partir de la información recabada y tomando en cuenta el público meta y canales definidos construir afirmaciones y mensajes que se adaptarán para los distintos contenidos a proponer. No mayor a 4.
- Actividades de comunicación: incluir la construcción de línea gráfica para el proyecto tomando en cuenta los lineamientos definidos por la UE, que servirá para orientar al personal técnico en el uso correcto de la marca en medios escritos y gráficos. Deberá priorizar el abordaje de medios locales, principalmente radio, televisión y medios alternativos.
- Cronograma de ejecución: una propuesta de distribución de actividades para los dos años de vida restantes del proyecto.
- Evaluación: Indicadores por objetivo y grupo objetivo y medios de verificación. Los valores que se propone utilizar como referencia del rendimiento de las acciones de comunicación.

- Recursos técnicos y financieros: una aproximación a los recursos necesarios para la ejecución de las actividades. En este apartado será importante la colaboración con el equipo encargado del proyecto en FUNDEBASE.
- Conclusiones
- Recomendaciones
- Bibliografía externa
- Anexos (detallados en Producto 3)

5.3 **Producto 3: Anexos**

Consistirá en la construcción de los documentos adicionales que complementen la estrategia de comunicación del proyecto:

- Guía para la implementación de la estrategia: definiendo responsables y tiempos, y vinculándose con las recomendaciones generadas en la estrategia.
- Directorio de medios de comunicación locales y regionales: presentará información de contacto de los medios, el tipo de contenido que transmiten, el idioma predominante y su cobertura aproximada.
- Escaletas, guiones y planes de productos de comunicación: según lo definido y validado en las acciones de comunicación de la estrategia.
- Herramientas metodológicas utilizadas durante la investigación y diagnóstico.

6. Perfil de consultores:

6.1 **Formación:**

- Profesionales en de la comunicación, publicidad y marketing.
- Deseable: Experiencia comprobable en creación e implementación de campañas sociales.

6.2 **Conocimientos y experiencia:**

- Ejecución de trabajos similares (enviar dentro de la propuesta muestra de experiencias previas).
- Experiencia como mínimo de 3 años en el campo de la publicidad, comunicación social y de recaudación de fondos.
- Conocimiento y experiencia en desarrollo de estrategias de comunicación

6.3 **Habilidades y capacidades**

- Creatividad e innovación
- Capacidad de análisis y construcción de mensajes
- Compromiso social
- Dinamismo

La empresa o equipo consultor deberá presentar los currículums vitae de sus colaboradores y el respaldo o evidencia de trabajos similares para acceder a la adjudicación.

7. Condiciones contractuales:

- Se prohíbe expresamente la divulgación total o parcial de datos e información proporcionada o de la que se haya tenido conocimiento durante el desarrollo de la consultoría, de cualquiera de las instituciones u organizaciones con las que se mantienen vínculos de coordinación y colaboración.
- Asimismo, los productos elaborados serán propiedad de la parte contratante y no podrán ser divulgados, reproducidos, comercializados o compartidos por ningún medio, sin la autorización previa y por escrito de esta.
- La persona o empresa no podrá ceder sus responsabilidades contractuales futuras a persona alguna, natural o jurídica, sin el consentimiento previo y por escrito de Educo Guatemala y FUNDEBASE.
- La persona o empresa consultora es responsable en su totalidad de los trabajos a realizar y deberá garantizar y responder durante la consultoría con calidad y en tiempo.

8. Aplicación y condiciones de pago:

La persona o empresa consultora interesada deberá ser guatemalteca y presentar **una propuesta técnica de trabajo** calendarizado con base en los objetivos y productos esperados en los presentes términos. La persona o empresa consultora presentará además **una propuesta económica por los servicios a realizarse**. La propuesta económica deberá expresar el monto ofertado en numeral y literal. En caso de discrepancia entre el numeral y literal, será éste el último el que se tome como monto ofertado.

Se realizarán dos pagos en moneda local, de acuerdo con el siguiente detalle:

- 40% presentación del producto 1.
- 60% Contra entrega de la totalidad de productos 2 y 3 a través de una presentación de socialización final. El producto final de la estrategia deberá ser entregado en 3 copias consistentes en una versión impresa y un CD.

Los documentos finales aprobados por Educo Guatemala y FUNDEBASE deberán ir acompañados de:

- a) Facturas por honorarios profesionales, por el servicio prestado.
- b) Otros pagos previstos por ley.

La propuesta de honorarios solicitados por la persona consultora oferente deberá contemplar la cobertura de todos los gastos generados para la elaboración del estudio, Educo no cubrirá otros gastos que no se hayan contemplado en la propuesta técnica y económica.

Los aplicantes tendrán hasta el lunes 5 de octubre de 2020 para enviar las propuestas **técnicas-económicas** y documentación a los correos walfremendoza@fundebase.org, acoordinacion@fundebase.org, Alfredo.afre@educo.org con el asunto: "Estrategia de Comunicación FUNDEBASE – EDUCO - UE".