

## **TERMINOS DE REFERENCIA**

### **I. TITULO DE LA CONSULTORIA**

#### **DISEÑO DE CAMPAÑA SOBRE MONITOREO DE GASTO PÚBLICO Y PRESUPUESTO**

### **II. ANTECEDENTES**

La Organización de Mujeres Salvadoreñas por la Paz, ORMUSA, es una organización, que cuenta con 39 años de trabajo y que promueve, la igualdad, la equidad y el empoderamiento económico, social y político de las mujeres, a través de acciones de incidencia política, facilitando el acceso a la justicia y el desarrollo local, desde un enfoque de derechos humanos. [www.ormusa.org](http://www.ormusa.org)

ORMUSA cuenta con el programa de “Justicia Económica y Laboral” que bajo su teoría de cambio espera transformar los entornos laborales de las mujeres logrando trabajo en condiciones de igualdad real en cuanto a ingresos y calidad del empleo, ambientes laborales libres de violencia y cualquier tipo de discriminación; reconocimiento y revaloración social de todos los trabajos que realizan las mujeres sin que existan brechas desfavorables en salarios, ingresos y condiciones de trabajo; corresponsabilidad entre Estado y familias en los servicios de cuidado, para superar la carga doméstica o reproductiva que recae principalmente sobre las mujeres.

La consultoría se realiza en el marco del Proyecto «AltavozEs, Mujeres y Juventudes diversas alzan su voz por una gestión de finanzas públicas sostenible, equitativa, eficiente e inclusiva” que tiene por objetivo promover una política fiscal sostenible, equitativa, eficiente e inclusiva y que se está llevando a cabo como parte de un proyecto financiado por la Unión Europea y por el Gobierno de la República Federal de Alemania.

Las políticas fiscales y presupuestos tradicionales tienden a ser neutrales en cuanto al género, lo que puede perpetuar o incluso exacerbar las desigualdades existentes. Incluir un enfoque de género en el gasto público ayuda a identificar y corregir estas disparidades, asegurando que los recursos públicos beneficien equitativamente a hombres y mujeres, así como a otros grupos marginados. (CEPAL, 2021)

La igualdad de género y la diversidad son cuestiones de justicia social, también tienen un impacto económico significativo. Estudios han demostrado que cerrar la brecha de género y mejorar la inclusión de grupos diversos en la economía puede aumentar el crecimiento económico. Las mujeres y las minorías, cuando se les brindan las mismas oportunidades, contribuyen de manera sustancial al desarrollo económico. (BID, 2022)

La participación pública se refiere a la variedad de formas en que los actores no estatales interactúan directamente en la discusión pública y la deliberación con las entidades estatales. Por lo tanto, la participación pública en la política fiscal se refiere a la variedad de formas en que la sociedad civil, las empresas y otros actores no estatales interactúan directamente con el ejecutivo en cuestiones fiscales, incluidos los impuestos gubernamentales y la recaudación de ingresos, la asignación de recursos, el gasto y el desempeño reales, la auditoría y la gestión de activos y pasivos públicos. (GITF, s.f.)

### III. OBJETIVOS

#### Objetivo general

Diseñar una campaña informativa y de sensibilización que promueva la participación ciudadana, transparencia y el monitoreo del gasto público y la asignación presupuestaria de los recursos públicos; en concordancia con la visibilidad y Plan de Comunicaciones previamente establecido para el proyecto.

#### Objetivos específicos

- Promover la educación ciudadana sobre el proceso de formulación, ejecución y monitoreo del presupuesto público, destacando la importancia del control social y la participación sobre el uso de los recursos públicos.
- Fomentar la participación de organizaciones de la sociedad civil, medios de comunicación y ciudadanía en general, en las actividades de monitoreo y seguimiento del gasto público en la elaboración del presupuesto nacional.
- Desarrollar materiales comunicacionales (ejemplo: agendas, planificadores, folletos, infografías, cuñas radiales, difusión en redes sociales) que expliquen de manera clara y accesible los componentes del gasto público y cómo la ciudadanía puede monitorear su uso.
- Utilizar medios digitales y tradicionales para aumentar la cobertura de la campaña, garantizando que la información llegue a diferentes grupos etarios y sectores de la sociedad, incluyendo comunidades rurales y poblaciones vulnerables.

- Incrementar el conocimiento y la participación de la ciudadanía en temas clave relacionados con la transparencia fiscal y el uso adecuado de los recursos públicos.
- Incorporar un enfoque de género en el monitoreo del gasto público, resaltando cómo el presupuesto afecta de manera diferenciada a hombres y mujeres, y a otras poblaciones excluidas.

#### IV. PRODUCTOS ESPERADOS

- Producto 1: Un plan de trabajo de la consultoría que incluya el cronograma de actividades a desarrollar.
- Producto 2: Un plan detallado de la campaña que incluya los objetivos, concepto de campaña innovador de acuerdo con los públicos definidos en el plan de comunicaciones del proyecto, públicos meta, mensajes clave a posicionar de acuerdo con el público definido, canales de comunicación (medios digitales y acciones tradicionales), estrategia de comunicación digital y de redes sociales con su estrategia de contenidos, plan de medios con su presupuesto de implementación. Metodología de medición y evaluación de los impactos y cronograma de implementación, destacando la visibilidad del enfoque de género, diversidad y justicia ambiental.
- Producto 3: Producción gráfica y audiovisual de la campaña, que implica creación de los productos de comunicación propuestos en el plan de campaña según los públicos objetivos, ya sea infografías, cuñas radiales, folletos o formatos innovadores que propongan, que expliquen de manera clara cómo funciona el presupuesto público y cómo la ciudadanía puede participar en su monitoreo, con especial atención a los impactos en grupos vulnerables. (Presentar propuesta de catálogo de productos innovadores tanto en formato virtual como promocionales físicos).

Todos los productos comunicacionales deben de ajustarse con la visibilidad y el Plan de Comunicaciones que será proveído para el proyecto.

#### V. RESPONSABILIDADES DE LA CONSULTORIA

- Presentar una oferta técnica y financiera de la consultoría.
- Sustener reuniones de coordinación y revisión de productos con personal de ORMUSA, o con otras instancias que dicha organización gestione, como cooperantes cuando fuera relevante.

- Todos los archivos, diseños y bases de datos se registrarán por los compromisos establecidos en el contrato de la consultoría. No podrán revelarse, difundirse o compartirse fuera de los términos establecidos por la organización contratante, quien a su vez asegurará el cumplimiento de la normativa de los cooperantes, incluyendo políticas de protección de datos, derechos de uso, consentimiento de uso de imagen.
- Presentar todos los productos en versión digital editable y respaldo físico cuando sea necesario.
- Desarrollar la consultoría de forma participativa, inclusiva, libre de cualquier forma de discriminación, y promoviendo otros métodos de innovación social que garanticen los aportes de actores claves en la promoción de la justicia fiscal.

## VI. PERFIL DE PERSONA, EQUIPO O EMPRESA CONSULTORA

- Experiencia de un mínimo de 2 años demostrada en desarrollo de planes y productos comunicacionales.
- Habilidades para el diseño de campañas de comunicación social, con énfasis en estrategias multicanal (medios tradicionales, redes sociales, etc.)
- Experiencia demostrada en el trabajo con organizaciones de la sociedad civil u organismos internacionales. (Por ejemplo: CV que documente la experiencia. Catálogo de campañas desarrolladas. Cartas de recomendación de cooperantes u organizaciones con las que haya trabajado. Títulos de grado y formaciones relacionadas.)
- Conocimientos en temas de género, diversidad, derechos humanos, o desarrollo sostenible es altamente deseable.
- Mínimo de dos años de experiencia comprobada en proyectos que involucren la equidad de género, inclusión de la diversidad, y/o justicia ambiental.
- Capacidad para desarrollar estrategias de comunicación efectiva y herramientas accesibles para la sensibilización y participación ciudadana.

Criterios de adjudicación			
Criterios técnicos (80 %)			
Capacidad para realizar el trabajo/servicio solicitado	Un mínimo de dos años de experiencia demostrada con ONG nacionales e internacionales	20 %	45 %
	Experiencia demostrada (mediante catálogos o portafolios de productos) en diseño de campañas de	25 %	

	comunicación social, con énfasis en estrategias multicanal (medios tradicionales, redes sociales, etc.)		
Enfoque Metodológico	Propuesta metodológica clara y detallada para el diseño de la campaña, que incluye estrategias para integrar los enfoques de género, diversidad y justicia ambiental.	15 %	25 %
	Claridad en el proceso de implementación, incluyendo el cronograma, las fases de trabajo y los productos específicos esperados.	10 %	
Conocimiento y Manejo de Herramientas Técnicas	Capacidad para desarrollar materiales comunicacionales (infografías, videos, guías, manuales) accesibles y con impacto social.	10 %	10 %
<b>Criterios para la oferta económica (20 %)</b>			
Calidad propuesta económica	Propuesta de precios de la consultoría (mejor relación calidad-precio)	15 %	20 %
	Presupuesto competitivo y ajustado a los productos y servicios requeridos.	5 %	
<b>Total puntos posibles a recibir</b>		<b>100</b>	<b>100 %</b>

## VII. DURACION DE LA CONSULTORIA

El plazo de ejecución del contrato será de 4 meses a partir de la firma del contrato y entrega de Plan de Trabajo.

## VIII. MONTO Y FORMAS DE PAGO

Los costos de la consultoría serán acordados según oferta técnica y económica seleccionada. Los desembolsos se realizarán de acuerdo con los siguientes porcentajes:

Nº	Entregables	Porcentaje
1	Plan de trabajo de la consultoría.	20%
2	Plan de la campaña y cronograma de implementación.	40%
3	Infografías, cuñas radiales, folletos y otros materiales informativos. Y catálogo de productos tanto en formato virtual como promocionales físicos.	40%



Cofinanciado por  
la Unión Europea



cooperación  
alemana  
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

Implementado por:  
**giz** Deutsche Gesellschaft  
für Internationale  
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH



## IX. PRESENTACION DE LA OFERTA

La oferta deberá contener la propuesta técnica y económica, la cual debe ser enviada a [carmen.urquilla@ormusa.org](mailto:carmen.urquilla@ormusa.org) con atención a Inga. Silvia del Carmen Urquilla. El costo total de la oferta deberá ser expresada en dólares americanos incluyendo IVA o renta, según sea el caso. Las ofertas pueden ser presentadas **hasta el 8 de noviembre**.

San Salvador, octubre del 2024.