



1999
Centro de Investigación, Capacitación, Apoyo a la Mujer y Juventudes



Proyecto: Juntas por una vida libre de violencia en entornos digitales para las mujeres en la región norte de Centroamérica

Realizado en el marco de la Iniciativa ACTUEMOS de ONU Mujeres, liderado por ORMUSA, CICAM, CDM y AMG, y ejecutado en las áreas de influencia y territorios de trabajo de las organizaciones con sede en Centroamérica.

TERMINOS DE REFERENCIA

ASISTENCIA TÉCNICA PARA DISEÑO DE CAMPAÑA REGIONAL SOBRE EDUCACIÓN DIGITAL, ENFOCADA EN PREVENIR PRÁCTICAS DE RIESGO, ASÍ COMO FACILITAR LA DENUNCIA DE DELITOS Y HECHOS DE VIOLENCIA DIGITAL CONTRA LAS MUJERES

I. ANTECEDENTES.

La violencia contra las mujeres representa el principal desafío que impacta sus vidas a lo largo de todo su ciclo existencial. En el norte de Centroamérica se observa una prevalencia significativa de violencia dirigida contra las mujeres. En años recientes, se ha notado un aumento particular de la violencia contra las mujeres en entornos digitales.

1

En El Salvador, entre 2018 y 2022, se presentaron 1,157 denuncias por violencia digital contra mujeres. En el transcurso del año 2023, se registraron 10 casos de ciberacoso dirigido a niñas menores de 15 años. De enero a junio de 2022, se reportaron 127 delitos relacionados con la difusión ilegal de información de mujeres salvadoreñas¹. Estas cifras revelan la magnitud de la violencia digital que enfrentan las mujeres en el país.

Guatemala tampoco reconoce la violencia contra la mujer en entornos digitales como una problemática, y hay poca legislación para sancionarla. Únicamente el artículo 190 del Código Penal sanciona la difusión de contenido íntimo sin consentimiento de la persona. Según estadísticas de la Policía Nacional Civil (PNC), un 65% de mujeres guatemaltecas ha experimentado algún tipo de violencia digital y el 70% de los perpetradores son identificados como hombres². Estos datos, para las organizaciones de mujeres subrayan la importancia de abordar la violencia digital sin generar más victimización.

En Honduras el panorama no es muy diferente, según el estudio de ciber violencia contra la mujer realizado por CDM el 77.8% de las mujeres contestaron haber sido víctima de ciber

¹ Juárez, Silvia. (diciembre 2023). VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES EN ENTORNOS DIGITALES: Lagunas y desafíos en la regulación de la legislación y la erradicación de los estereotipos la violencia de género facilitada por las tecnologías en América Latina y el Caribe, PP 7 y 8

² Ross, A. (2023, septiembre 6). Presentan iniciativa de ley contra la violencia digital — RUDA. RUDA. <https://www.rudagt.org/temas/presentan-iniciativa-de-ley-contra-la-violencia-digital>

violencia, el 18.5% declararon no estar seguras en el ámbito digital y solamente 3.7% que no sufrieron este tipo de violencia³.

En septiembre de 2024, el Parlamento Centroamericano, aprobó la *Ley Marco de Prevención y Protección contra la Ciberdelincuencia en los Países Miembros del SICA*, motivando el avance normativo para la región en el tema, así como mecanismos de cooperación y respuesta internacional.

La violencia contra las mujeres en los entornos digitales representa uno de los desafíos más importantes en la seguridad ciudadana, pues su rápida progresión y poco desarrollo de la respuesta institucional y normativa para su prevención y abordaje.

Frente a esta realidad, se identifican necesidades de fortalecimiento a titulares de obligación especialmente de sector justicia de los países de la región centroamericana, a fin de contribuir en la construcción de estrategias conjuntas que prevengan la violencia contra la mujer en entornos digitales.

El proyecto *Juntas por una vida libre de violencia en entornos digitales para las mujeres en la región norte de Centroamérica*, con apoyo de la iniciativa ACTUEMOS financiada por ONU MUJERES y la Unión Europea, busca, de manera general, contribuir desde la incidencia en la prevención y respuesta a la violencia contra las mujeres y las niñas en los entornos digitales, a través del desarrollo de procesos formativos e intercambios sobre evidencia y recomendaciones sobre el tema con una perspectiva de género y de derechos humanos.

Dicha iniciativa es ejecutada por La Asociación Organización de las Mujeres Salvadoreñas por la Paz (ORMUSA) en El Salvador, Centro de Investigación, Capacitación, Apoyo a la Mujer y Juventudes (CICAM) en Guatemala, Centro de Derechos de las Mujeres (CDM) en Honduras y Asociación de Mujeres de Guatemala (AMG) en Madrid.

Así a través los presentes se requiere de la contratación de servicios profesionales para diseño de proceso formativo sobre el uso de medios digitales para justicia para las mujeres víctimas de violencia.

II. OBJETIVOS

Los objetivos de la presente consultoría son:

Objetivo General:

Contar con un diseño de campaña publicitaria que promueva el conocimiento de herramientas de información y servicios de auxilio para mujeres y niñas en situación de violencia, especialmente digital.

³ Centro de Derechos de Mujeres. Estudio de ciberviolencia contra mujeres 2023. (2023). Recuperado 4 de junio de 2024, de <https://derechosdelamujer.org/wp-content/uploads/2023/02/Estudio-ciberviolencia-contra-mujeres-2023.pdf>

De manera concreta, el objetivo anterior se precisa a partir de los objetivos específicos:

- Lograr que mujeres, especialmente niñas y adolescentes conozcan sobre la violencia digital y sus riesgos, así como los mecanismos y herramientas de información y auxilio ante la violencia digital, así como a otros públicos meta como titulares de responsabilidades, organizaciones, y población en general; a través de diseño de campaña que deberá incluir:
 - ✓ Definición de los objetivos de la comunicación,
 - ✓ Identificación y análisis del grupo objetivo,
 - ✓ División de las audiencias,
 - ✓ Definición de mensajes clave, (considerando los elementos y pautas claves de temas a posicionar proporcionados por el consorcio)
 - ✓ Diseño gráfico para la elaboración de al menos 5 productos comunicacionales y promocionales de la campaña: video/animaciones e infografías y mensajes para redes sociales, afiches, cuñas radiales, muppies u otros a definir por consorcio.
- Asesorar a consorcio, sobre la estrategia comunicacional, diseño y optimización de los productos ante medios de comunicación social.
- Apoyar el posicionamiento de las organizaciones del consorcio, como referente en la problemática de la violencia digital contra las mujeres.

3

I. PRODUCTOS ESPERADOS

La empresa o profesionales individuales deberán entregar a la organización contratante, los siguientes productos:

- a) Un documento con estrategia de campaña para posicionamiento del tema y las organizaciones.
 - ✓ Definición de los objetivos de la comunicación,
 - ✓ identificación y análisis del grupo objetivo,
 - ✓ división de las audiencias,
 - ✓ definición de mensajes clave,
 - ✓ 2 propuestas de mensajes claves por audiencia y
 - ✓ 2 propuestas de diseño gráfico de campaña para selección por parte de las organizaciones o sus referentes.
- b) Documento que desarrolle un concepto de campaña a utilizar en diseño seleccionado y uso de normas de visibilidad de cooperantes y organizaciones.
- c) Revisión y adecuación o subsanaciones de al menos 3 rondas de revisión de propuestas de mensajes y diseño.

- d) Entrega de diseño final de campaña (mensaje e imagen, fuentes y editables adaptados por productos) de la campaña aprobada por organizaciones para los siguientes productos promocionales⁴:
- ✓ Video/animaciones (guiones)
 - ✓ Infografías y mensajes para redes sociales,
 - ✓ Afiches,
 - ✓ Muppies
 - ✓ Cuñas radiales
- e) Asesoría técnica sobre la estrategia comunicacional, diseño y optimización de los productos ante medios de comunicación social, así como proveedores para elaboración de materiales y seguimiento a los mismos durante todo el proceso.
- f) 1 taller para las organizaciones socias sobre comunicación estratégica en redes con seguridad y las ideas fuerza para estos espacios, así como reuniones de coordinación con las organizaciones del consorcio, o personas referentes de la misma.

El diseño debe ser creativo e inclusivo y promover enfoques no revictimizantes, evitando explotar el dolor e imagen estereotipada o sexualizada de las mujeres.

Todos los diseños deberán ser entregados en formato digital editable para imprenta u otros paquetes utilitarios, incluyendo códigos fuente, además de versión impresa, y serán propiedad de las organizaciones contratantes para su reproducción sin fines de lucro.

4

II. PERFIL Y CRITERIOS DE EVALUACION

El perfil que se detalla a continuación puede ser acreditado por un equipo de trabajo multidisciplinario que reúna los requerimientos planteados.

- Acreditar experiencia como empresa publicitaria o profesional individual de reconocida trayectoria con al menos dos años de experiencia.
- Conocimiento del medio social y los medios de comunicación, técnicas publicitarias.
- De preferencia, haber realizado trabajos de diseño de publicidad sobre temas sociales con enfoque de género.

III. CONDICIONES Y PLAZOS

El plazo de ejecución del contrato será de 12 semanas (2) a partir de firma de contrato.

IV. MONTO Y MODALIDADES DE PAGO Y CONDICIONES ESPECIALES

El monto del contrato se definirá según oferta y disponibilidad financiera del proyecto, menos descuentos de ley.

Serán pagaderos, en dos desembolsos, según el siguiente detalle:

⁴ Pudiendo variar de acuerdo a las necesidades identificadas por las organizaciones y acordadas con la persona o empresa contratada.

- Primer desembolso del 40% con la firma del contrato.
- Segundo desembolso del 60% contra entrega de productos finales aprobados por la RED-FEM.

La persona ofertante deberá presentar factura de curso legal para los cobros de esta consultoría, en caso de ser seleccionada.

V. ENTREGAS DE DOCUMENTACION

Personas interesadas presentar oferta técnica y económica, así como hoja de vida de profesionales responsables y portafolio de trabajos previos: en la oficina de la Organización administradora del proyecto, y que forman parte del consorcio de organizaciones, ubicadas en Col. Escalón Norte, 7ª Calle Poniente Bis, Casa N° 5265, San Salvador. Además, puede enviarse de manera electrónica a:

ORMUSA: silvia.juarez@ormusa.org

Con copia a: laida.carranza@ormusa.org

VI. NOTIFICACION DEL RESULTADO

Una vez que se haya realizado la adjudicación del contrato, se notificará de forma electrónica a la empresa o profesional oferente, en correo electrónico de contacto indicado para tal fin.

Plazo Límite para envío de ofertas: antes del miércoles 21 de mayo de 2025 a las 2:00 p.m. hora de El Salvador.

Términos de Referencia elaborados por: Silvia Juárez

Revisados y aprobados por: Consorcio.

5