

TÉRMINOS DE REFERENCIA

CONSULTORÍA SERV-002-01/2021 “DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA CONCIENTIZAR A LA POBLACIÓN DE LA CUENCA DIPILTO SOBRE EL MANEJO ADECUADO DE LOS RECURSOS HÍDRICOS Y LA PREVENCIÓN DEL COVID-19”

1. Antecedentes y descripción resumida del Programa

La primera fase del Programa de Gestión Comunitaria de la Cuenca Río Dipilto (PGCCRD) se ejecutó durante el período 01 de enero del 2016 al 31 de diciembre del 2019 y fue implementado por el Ministerio del Ambiente y los Recursos Naturales (MARENA) en alianza con cuatro instituciones públicas, la Autoridad Nacional del Agua, (ANA), la Empresa de Acueductos y Alcantarillado (ENACAL), el Instituto Nicaragüense de Estudios Territoriales (INETER) y el Fondo de Inversión Social de Emergencia (FISE) y los gobiernos municipales de Dipilto y Ocotol, con un presupuesto de USD 4.18 millones financiado por la Confederación Suiza para el Desarrollo (COSUDE). Para apoyar la implementación del Programa, Suiza puso a disposición una Asistencia Técnica Internacional (ATI) brindada por la empresa consultora GOPA.

La segunda fase del Programa, iniciada en julio 2020, se orienta a lograr la sostenibilidad de las acciones, basada en el empoderamiento de los actores claves y en la promoción, divulgación e institucionalización de enfoques, estrategias y métodos. Para esto es fundamental consolidar y fortalecer las capacidades de actores locales, basándose en el desarrollo de capacidades (sensibilización, concientización, capacitación, asistencia técnica a nivel de campo, escuelas de campo, incidencia) y de intercambio entre pares (comunidades, instituciones, gremios).

En la gobernanza hídrica de la cuenca, que es el primer componente del Programa, se involucran el Comité de Cuenca (CdC), Comités de Microcuenca (CdMC), Comité de Agua Potable y Saneamiento (CAPS), así como promotores comunitarios y grupos de jóvenes y mujeres. También se incluyen los técnicos de las instituciones socias, de la Unidad Municipal de Agua y Saneamiento (UMAS) de Dipilto y de la Unidad de Medio Ambiente (UMA) de Ocotol. A través de su segundo componente, el Programa pretende lograr un escalamiento y divulgación del modelo Dipilto en instancias nacionales y centroamericanas.

2. Justificación

El Producto 2 del Marco Lógico del Programa de la segunda fase, se definió de la siguiente manera: “Población sensibilizada e informada para la gestión de los RRHH de la cuenca ante las amenazas del Cambio Climático”.

Varias actividades programadas para realizar a partir de enero 2021, ayudarán a conseguir este producto; una de ellas está relacionada directamente con el objetivo de la presente consultoría:

- A 2.2. Desarrollar campañas de sensibilización- comunicación con metodologías innovadoras para concientizar a la población de la cuenca.
- Campaña de sensibilización “Prevención y control del COVID-19”
Expertos a nivel mundial ven improbable que la epidemia de coronavirus termine a lo largo del 2021 en todo el mundo, por lo que las personas deberán seguir cuidándose para no contagiarse. Medidas de prevención, higiene y seguridad frente al COVID-19 tienen que ser promocionadas sin cesar.
 - Campaña de sensibilización "Cultura de agua"

En la parte baja de la cuenca habitan aproximadamente 10,000 personas, equivalente a un 40% de la población total de Ocotal. Esta población concentrada en 10 barrios conformará el grupo meta para la campaña de promoción y fomento de la cultura de agua¹. A raíz de una mayor conciencia sobre la problemática de agua, el grupo meta tiene que aplicar por lo menos una práctica de ahorro en su casa o patio.

- Campaña de sensibilización "Manejo de desechos sólidos y líquidos"/
- Campaña de sensibilización "Limpieza de fuentes de agua y reforestación en las zonas de recarga hídrica"

Para no contaminar el río Dipilto con sus afluentes, la población de la cuenca será involucrada en campañas de concientización para manejar adecuadamente los desechos sólidos y líquidos, la limpieza periódica de sus fuentes de agua, y la reforestación de las zonas de recarga hídrica de la cuenca.

Es importante mencionar que hasta este momento el Programa tiene una experiencia limitada en desarrollar acciones de concientización; en los meses de septiembre y octubre de 2020, la UGP difundió 4,000 afiches entre la población de la cuenca con mensajes alusivos para prevenir y controlar el COVID-19 a través de buenas prácticas de agua, saneamiento básico e higiene personal. Asimismo, contrató un grupo de teatro popular que hizo siete presentaciones en diferentes comunidades rurales y barrios urbanos de la cuenca, con la finalidad que la población se concientizara en practicar buenas prácticas de manejo del agua, saneamiento e higiene para la prevención y control del COVID-19.

El contenido de las nuevas campañas tiene que ser definido a corto plazo porque su ejecución figura en el Plan Operativo Anual 2021 del Programa y existe una reservación de fondos de USD 40,000 para realizarlas. No obstante, en el seno del equipo técnico del Programa, no existe *expertise* en cuanto al diseño de campañas de sensibilización.

Es por ello que, a los fines de continuar promoviendo el cuidado de la cuenca Dipilto, GOPA ha decidido contratar a un consultor(a) externo que se encargue del diseño de una estrategia de comunicación efectiva que genere cambios de comportamiento de las personas, porque solo las personas y las comunidades concientizadas y convencidas pueden cambiar y mejorar su entorno.

3. Objetivo de la consultoría

Elaborar de forma participativa una estrategia innovadora de comunicación para concientizar a la población de Ocotal y Dipilto sobre la importancia de cuidar los RRHH de la cuenca del río Dipilto y, por consiguiente, cambiar su comportamiento y valores.

4. Productos de la consultoría

- Un plan de trabajo detallado a ser entregado a los diez (10) días de firmado el contrato.

¹ Cultura de agua: el conjunto de actividades que lleva a la concientización y sensibilización del cuidado, reúso, uso y pago del agua.

- Una estrategia de comunicación elaborada como resultado de un amplio proceso participativo en el que se consultó a: la Unidad de Gestión del Programa (UGP), las familias protagonistas, comunidades, autoridades y organizaciones locales, tomadores de decisión, instituciones, y medios de comunicación. La estrategia debe incluir cómo mínimo respuestas a los puntos de atención señalados en el numeral 5.
- Un informe final en original y una copia digital (CD). El informe debe ser claro, preciso y conciso. Debe contener un listado de asistencia y ayuda memoria de cada evento y una memoria fotográfica. Los materiales didácticos usados durante la consultoría deben ser anexados al informe.

5. Metodología para el desarrollo de la consultoría

Para el desarrollo de la estrategia se deberá utilizar fuentes de información primaria y secundaria, incluyendo la visita a las comunidades y barrios de la cuenca, reuniones de trabajo y entrevistas a actores claves. Asimismo, al inicio de la consultoría a más tardar diez días después de haber firmado el contrato, el consultor debe presentar un plan de trabajo que deberá ser presentada a la UGP.

La estrategia debe incluir cómo mínimo los siguientes puntos desarrollados:

1. Determinar claramente y cuantificar los **objetivos** de las campañas de comunicación. ¿Qué se pretende conseguir?
2. Definir el **público objetivo** (*target*) al que el Programa se a dirigir en cada campaña. Por ejemplo: la población total de la cuenca, o más bien un segmento, por ejemplo, la población urbana de Ocotal.
3. Seleccionar **medios, canales, entornos de comunicación** a los que se encuentra expuesto el grupo meta del Programa y/o el público meta de la campaña. Escoger dónde concentrar los esfuerzos de comunicación, estableciendo posiblemente un *mix* de medios.
4. Valorar el **presupuesto** disponible ¿Cuánto se puede invertir y en qué?
5. Diseñar el **contenido** y los **mensajes** de las campañas de comunicación. ¿Qué quiere comunicar el Programa? En este punto se debe enfocar en la propuesta de valor, beneficios, aspectos diferenciales y posicionamiento para cumplir los objetivos. También será imprescindible adaptar el mensaje a los medios escogidos.
6. Establecer el **plan de acción** de la campaña, detallando las distintas acciones de acuerdo a los temas que se desarrollarán, escogiendo el **momento** más oportuno y definiendo su **duración**.
7. Asignar **responsables preliminares** de la gestión temática: personal de la UGP, de los socios institucionales, de los gobiernos locales, de las bases, etc.
8. Preparar instrumentos adecuados de **medición** y **control** para que, una vez finalizada cada campaña de comunicación, se puede dar respuesta a la pregunta: ¿Qué resultados se han logrado con la campaña realizada? ¿Se ha conseguido los objetivos, cumpliendo con indicadores predefinidos?

6. Lugar de la consultoría

La consultoría se desarrollará en la cuenca del río Dipilto. La cuenca Dipilto es parte de la cuenca hidrográfica del río Coco. Tiene una superficie de 97 km². La población de la cuenca suma 51,979 habitantes, de los cuales, 6,092 son de Dipilto y 45,887 son de Ocotol.

En caso que el/la consultor/a deba hacer trabajo de gabinete, tendrá como sede la oficina del de la UGP en Ocotol. Para poder movilizarse en la cuenca en aras de hacer consultas a la población, el consultor tiene que contar con su propio medio de transporte. Por las características del terreno se recomienda hacer uso de una moto de todo terreno o un vehículo de doble tracción.

7. Plazo de la consultoría

El plazo máximo para la realización de la consultoría es de 2 meses, contados a partir de la fecha de la firma del contrato.

8. Perfil del consultor

Formación:

- Profesional universitario en carreras de Comunicación para el desarrollo, Ciencias sociales, Periodismo, Marketing o carreras afines.
- Capacitación recibida, mediante diplomados, cursos, talleres u otras modalidades, en el tema de cuidado del medio ambiente y manejo sostenible de los Recursos Naturales.

Experiencia:

- Mínimo tres (3) años de experiencia en trabajo de comunicación como consultor.
- Con experiencia comprobada en el desarrollo de campañas y estrategias de comunicación en temas ambientales (diseño, implementación, monitoreo y evaluación) enfocadas en la concientización y generación de cambios de hábitos.
- Con experiencia comprobada haciendo trabajo de campo en zonas rurales y de preferencia en realización de productos comunicacionales en forma participativa.
- Manejo y experiencia con el uso de las nuevas tecnologías de la información vinculadas con la comunicación para el cambio social y de comportamiento.

Habilidades:

- Capacidad para coordinación y articulación en espacios multi-actores: Instituciones del Estado, Alcaldías municipales, organizaciones de base, entre otros
- Habilidad para comunicar, de manera efectiva y visualmente creativa, información e ideas de manera escrita y oral.
- Capacidad de análisis de información y redacción.
- Capacidad para trabajar en forma creativa, en equipo y enfocada en resultados concretos.
- Manejo avanzado de herramientas informáticas.

9. Forma de pago

El pago se realizará mediante dos desembolsos:

- Primer desembolso por el 40% del monto del contrato, con la entrega del cronograma y metodología de trabajo, consensado con el equipo técnico del Programa.
- Segundo desembolso por el 60% restante, con la presentación del informe final de la consultoría, previa aprobación del Programa.

10. Administración de la consultoría

El consultor firmará un contrato de servicios de consultoría con el Representante Legal de la empresa GOPA Nicaragua, S.A.

La persona responsable por parte de GOPA Nicaragua, S.A. será el Sr. Adriaan Vogel, correo Adriaan.Vogel@gopa.de

La persona responsable por parte del Programa para el seguimiento de la consultoría, será la Sra. Miryam Matamoros, correo Miryam.Matamoros@gopa.de

11. Aplicaciones

Los interesados/as en la consultoría que cumplen con los requisitos, favor remitir a más tardar el **24 de enero del 2021** la siguiente documentación al correo: Adriaan.Vogel@gopa.de

- Un Curriculum Vitae que demuestra la formación y experiencia profesional en la temática de la consultoría;
- Una oferta técnica;
- Una oferta económica

La consultoría es a todo costo, por lo tanto, la oferta económica debe incluir un desglose de los siguientes costos: honorarios, materiales didácticos, movilización, alimentación, hospedaje en caso de ser necesario, entre otros.

GOPA Nicaragua, S.A. realizará las retenciones establecidas en la Ley de Concertación Tributaria.

La UGP tomará únicamente en consideración las ofertas de aquellos consultores que presentan una oferta técnica y económica completa y que cumplen en su totalidad con el perfil profesional presentado en el párrafo 08.