

TÉRMINOS DE REFERENCIA

Diseño de Estrategia de Comunicación

Programa Global Agua para la Vida: “Fortalecimiento de la Resiliencia frente al Cambio Climático mediante la gestión integrada de los Recursos Hídricos” (P8785) – 2026 -2030

1. Contexto, antecedentes y justificación

Arbeiter-Samariter-Bund Deutschland (ASB), Confederación de Obreros y Samaritanos de Alemania, es una organización alemana sin fines de lucro, no gubernamental, apolítica y aconfesional, fundada en 1888. Actualmente, ASB es una de las principales organizaciones de protección civil y asistencia social de Alemania, contando con aproximadamente 37,000 empleados, 11,000 personas voluntarias, más de 220 oficinas y 1.2 millones de miembros.

En el ámbito de la cooperación internacional, ASB tiene presencia en 23 países y desarrolla acciones orientadas principalmente a la ayuda humanitaria y al fortalecimiento de la resiliencia de poblaciones vulnerables. Sus intervenciones se concentran en sectores prioritarios como salud, agua, saneamiento e higiene (WASH), adaptación al cambio climático, seguridad alimentaria y atención a emergencias.

En América Latina, **ASB implementa actualmente el Programa Global Agua para la Vida: “Fortalecimiento de la Resiliencia frente al Cambio Climático mediante la Gestión Integrada de los Recursos Hídricos”**, con el financiamiento del Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo (BMZ) de la República Federal de Alemania y la participación de cinco socios locales.

El programa se desarrolla en los municipios de **San Vicente Norte**, en el departamento de San Vicente, El Salvador; **El Corpus, Santa Ana de Yusguare, Namasigüe y Apacilagua**, en el departamento de Choluteca, Honduras; y **Olopa**, en el departamento de Chiquimula, Guatemala.

El objetivo general del Programa Global Agua para la Vida es **contribuir al fortalecimiento integral de la resiliencia climática del sector hídrico en el Corredor Seco Centroamericano**, promoviendo una gestión sostenible, equitativa y resiliente de los recursos hídricos. De manera particular, el programa contribuye al cumplimiento del **Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 6**, orientado a “garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos”.

El grupo meta institucional está conformado por los seis gobiernos locales y sus respectivas unidades técnicas, así como por instituciones sectoriales vinculadas a la gestión de cuencas, agua y saneamiento, ambiente, salud, agricultura y gestión del riesgo de desastres, tanto a nivel local como nacional. Asimismo, el programa involucra a personas tomadoras de decisiones, plataformas y redes de la sociedad civil, promoviendo su participación en espacios de diálogo, coordinación e incidencia relacionados con la **Gestión Integrada de los Recursos Hídricos (GIRH)** y la adaptación al cambio climático.

De manera indirecta, el programa beneficiará a la población de los seis municipios de intervención, que en conjunto representa aproximadamente **176,850 habitantes**. A través del fortalecimiento de la coordinación interinstitucional, el desarrollo de capacidades y la incorporación de los principios de la GIRH en los instrumentos de planificación y presupuestos municipales, se espera contribuir a mejorar la gestión sostenible del agua y la calidad de los servicios de saneamiento, generando beneficios

duraderos para las comunidades y fortaleciendo su resiliencia frente a los efectos del cambio climático.

2. Justificación

Dada la importancia de visibilizar y comunicar de manera estratégica los resultados alcanzados, documentar aprendizajes y fortalecer la incidencia de un programa regional, se requiere una consultoría especializada para desarrollar una Estrategia de Comunicación cuyos lineamientos, puedan ser aplicados por los socios locales en sus comunidades con el acompañamiento técnico de ASB América Latina.

Dada la importancia de **visibilizar y comunicar estratégicamente los resultados, logros e impactos alcanzados por el programa regional**, así como de **documentar y sistematizar los principales aprendizajes, buenas prácticas y experiencias generadas durante su implementación**, se requiere la contratación de una consultoría especializada para el desarrollo de una **Estrategia de Comunicación**.

Esta estrategia permitirá fortalecer el posicionamiento, la difusión y la incidencia del programa ante actores clave, comunidades, socios locales y otros públicos de interés (representantes de instituciones sectoriales nacionales y descentralizadas de Honduras, El Salvador y Guatemala, actores municipales y territoriales de coordinación, así como liderazgos y redes de la sociedad civil en los tres países del programa), facilitando una comunicación más coherente, efectiva y orientada a resultados. Asimismo, establecerá lineamientos, herramientas y orientaciones prácticas que puedan ser adaptadas y aplicadas por los socios locales en sus respectivos territorios y comunidades, considerando sus contextos y necesidades particulares.

El acompañamiento técnico de **ASB América Latina** contribuirá a garantizar la articulación regional, la coherencia de los mensajes y la adecuada implementación de la estrategia, fortaleciendo las capacidades de los socios locales para comunicar de manera efectiva los resultados y aprendizajes del programa y ampliar el alcance de su incidencia.

Objetivo general de la consultoría

Diseñar una Estrategia de Comunicación integral para fortalecer el posicionamiento y la visibilidad del Programa Global Agua para la Vida, así como comunicar de manera estratégica sus actividades, resultados, aprendizajes e incidencia, mediante lineamientos y herramientas que puedan ser implementados y adaptados por ASB América Latina y sus socios locales.

Objetivos específicos

1. **Analizar el contexto comunicacional interno y externo** del programa, identificando oportunidades, desafíos, necesidades y actores relevantes para el desarrollo de una comunicación estratégica y efectiva.
2. **Revisar y proponer ajustes a la línea gráfica del programa**, asegurando su coherencia, pertinencia y aplicabilidad en los diferentes contextos y territorios de intervención.
3. **Identificar, segmentar y priorizar las audiencias clave** del programa, considerando sus características, intereses, necesidades de información y nivel de influencia.

4. **Definir una narrativa estratégica y desarrollar mensajes clave** adaptados a las diferentes audiencias, que contribuyan al posicionamiento del programa y a la comunicación de sus resultados, aprendizajes e incidencia a nivel local, nacional y regional.
5. **Proponer productos, herramientas y canales de comunicación presenciales, impresos, digitales y virtuales**, adecuados para la difusión de las actividades, resultados, experiencias, buenas prácticas y acciones de incidencia del programa.
6. **Elaborar un plan operativo para la implementación de la Estrategia de Comunicación**, que incluya actividades, presupuesto estimado, cronograma, mecanismos de coordinación y definición de responsabilidades de ASB América Latina y los socios locales.
7. **Diseñar un mecanismo de monitoreo, seguimiento y evaluación** para medir la implementación, alcance y efectividad de la Estrategia de Comunicación y su plan operativo, facilitando la toma de decisiones y la realización de ajustes oportunos.

Alcance de la consultoría

La presente consultoría tiene como propósito diseñar una Estrategia de Comunicación integral, participativa y orientada a resultados para el Programa Global Agua para la Vida, que contribuya al posicionamiento, visibilidad e incidencia del programa a nivel regional, nacional y local, tomando como ejes transversales el enfoque de derecho humano, respeto y dignidad de las personas beneficiarias, igualdad y equidad de género, inclusión de personas con discapacidad y adaptación al cambio climático.

La estrategia deberá ser diseñada mediante un proceso participativo que promueva la involucración activa del personal o equipo de ASB América Latina y de los socios locales en las diferentes etapas de diagnóstico, análisis, construcción, validación y definición de mecanismos de implementación. Este proceso deberá favorecer la apropiación de los lineamientos y herramientas desarrolladas, así como su adaptación a las realidades y capacidades de cada territorio.

El/la consultor/a o equipo consultor deberá considerar, en su propuesta técnica y metodológica, que ASB América Latina es firmante de la Carta del Clima, instrumento mediante el cual reafirma su compromiso con la acción climática y la adopción de prácticas coherentes con la protección del medio ambiente.

En el marco de este compromiso, ASB América Latina promueve la prevención, reducción, separación y adecuada gestión de los residuos sólidos generados tanto por los proyectos que implementa como por sus operaciones institucionales. En consecuencia, la propuesta metodológica deberá incorporar, cuando corresponda, criterios y medidas orientados a minimizar la generación de residuos y reducir los posibles impactos ambientales asociados al desarrollo de las actividades de la consultoría.

La consultoría será supervisada por el/la Oficial de Comunicaciones y la Coordinación del Programa de Seguridad Alimentaria y Nutricional de ASB América Latina.

El proceso de diseño, consulta, validación y presentación del diagnóstico comunicacional, los lineamientos de branding o desarrollo de marca y la Estrategia de Comunicación contará con la participación de la Coordinación del Programa de Seguridad Alimentaria y Nutricional, el Oficial de Comunicaciones de ASB América Latina y el equipo técnico que designen los socios locales responsables de la implementación del proyecto.

Para facilitar el desarrollo de la consultoría, ASB América Latina proporcionará al proveedor la información documental disponible y pertinente para la prestación de los servicios contratados. Esta documentación podrá incluir, entre otros elementos, la formulación del proyecto, actividades previstas, presupuesto, resultados o productos esperados, cronograma de implementación, identificación de los socios locales implementadores y cualquier otra información relevante.

Asimismo, ASB América Latina facilitará al proveedor los datos de contacto del equipo implementador designado por las organizaciones socias. El proveedor podrá establecer comunicación con dicho equipo a través de los canales y medios definidos en la metodología de trabajo previamente aprobada.

El equipo técnico designado por los socios locales será informado sobre la metodología de trabajo propuesta por el proveedor y participará, según corresponda, en las distintas etapas del proceso, incluyendo la recopilación y análisis de información, la consulta, el diseño, la validación y la presentación de los productos de la consultoría.

La consultoría no contempla la realización de trabajo de campo. Las actividades de supervisión podrán desarrollarse de manera presencial o virtual, de acuerdo con las necesidades y disposiciones de ASB América Latina y según el país donde resida el consultor o equipo consultor al que se la adjudique la consultoría.

Cuando las actividades involucren directamente a los socios locales de implementación, la aplicación de los instrumentos para el diagnóstico comunicacional, así como los procesos de diseño, consulta, validación y presentación de la Estrategia de Comunicación, se realizarán de manera virtual.

La metodología propuesta podrá contemplar, pero no limitado a ello y según las necesidades identificadas, entrevistas individuales o grupales, encuestas, grupos focales, análisis de medios y narrativas, auditoría de canales y plataformas digitales, análisis de audiencias, revisión documental u otras técnicas y herramientas pertinentes. La selección de cada método deberá estar debidamente justificada en la propuesta metodológica, indicando su propósito, alcance, participantes y mecanismos de aplicación.

Cualquier costo relacionado con licencias de software, herramientas de monitoreo o escucha social digital, plataformas de análisis, diseño y gestión de bases de datos en la nube, herramientas de colaboración u otros recursos tecnológicos que el proveedor requiera para la ejecución de la consultoría deberá ser asumido íntegramente por este y deberá estar contemplado dentro de su propuesta económica, sin que pueda ser facturado adicionalmente al servicio contratado.

Productos esperados de la consultoría

Producto 1. Diagnóstico comunicacional estratégico

El diagnóstico comunicacional deberá proporcionar una visión integral del contexto interno y externo en el que se desarrolla el programa y constituir la base para el diseño de la Estrategia de Comunicación. El cual deberá incluir:

- Análisis del contexto comunicacional y mediático regional.
- Identificación de tendencias, oportunidades y desafíos en el ecosistema digital y los medios tradicionales.
- Mapeo y análisis de actores clave.
- Identificación y segmentación preliminar de audiencias.
- Análisis de narrativas relacionadas con la Gestión Integrada de los Recursos Hídricos (GIRH), la adaptación al cambio climático y el acceso sostenible al agua y saneamiento.
- Identificación de oportunidades para la comunicación de resultados y la incidencia.
- Análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y riesgos comunicacionales.
- Evaluación de las capacidades, recursos y necesidades de comunicación de ASB América Latina y los socios locales.
- Recomendaciones estratégicas para el diseño e implementación de la Estrategia de Comunicación.

El documento actual ya contempla varios de estos elementos, incluyendo el análisis mediático, las narrativas, las brechas y las capacidades internas de los socios locales.

Producto 2. Lineamientos de Identidad Visual y Comunicación del Programa Global Agua para la Vida

La consultoría deberá revisar la identidad gráfica existente y proponer mejoras que fortalezcan la coherencia, reconocimiento y visibilidad del programa. Los lineamientos deberán incluir, según corresponda:

- Uso y aplicación de la marca o branding
- Versiones y adaptaciones de la identidad gráfica.
- Paleta de colores.
- Tipografías.
- Iconografía.
- Uso de fotografías e imágenes.
- Aplicación en materiales impresos y digitales.
- Adaptación para redes sociales.
- Presentaciones institucionales.
- Productos de visibilidad.
- Materiales desarrollados por los socios locales.

Producto 3. Estrategia de Comunicación

El consultor, equipo o empresa consultores deberá elaborar una Estrategia de Comunicación Participativa, que será validada con los socios locales responsables de la implementación del proyecto y con ASB América Latina. La estrategia deberá incluir los siguientes acápites:

a. Objetivo general y objetivos específicos

Definir claramente los cambios que se buscan alcanzar mediante la estrategia de comunicación.

b. Definición y caracterización de la audiencia prioritarias segmentadas según:

- Nivel de influencia.
- Necesidades de información.
- Capacidad de incidencia.
- Canales de acceso.
- Nivel territorial: regional, nacional y local.

c. Narrativa estratégica

Construir una narrativa que permita comunicar de manera clara y coherente:

- La problemática que aborda el programa.
- Su contribución a la resiliencia climática.
- La importancia de la GIRH.
- Los cambios que se esperan alcanzar.
- El papel de los gobiernos locales, instituciones y comunidades.
- Los resultados e impactos del programa.

d. Mensajes clave

- Adaptados a cada audiencia y orientados a:
- Posicionamiento.
- Sensibilización.
- Difusión de resultados.
- Aprendizaje.
- Incidencia.

e. Líneas estratégicas de comunicación

Por ejemplo:

- Visibilidad y posicionamiento del programa.
- Comunicación de resultados e impactos.
- Comunicación para la incidencia y el diálogo.
- Documentación y gestión del conocimiento.
- Fortalecimiento de capacidades de los socios locales.

Producto 4. Plan operativo de implementación

El consultor, equipo o empresa consultores deberá elaborar un plan operativo de implementación el cual deberá incluir:

- Actividades.
- Productos de comunicación.
- Audiencias.
- Responsables (implementadores, socios locales).
- Socios involucrados.
- Canales.
- Cronograma.
- Recursos necesarios.
- Presupuesto estimado.
- Indicadores.
- Mecanismos de seguimiento

Producto 5. Mecanismo de monitoreo, evaluación y aprendizaje

El consultor, equipo o empresa consultora deberá incorporar dentro de su propuesta y plan operativo lo siguientes indicadores:

- Número de productos elaborados.
- Alcance de las publicaciones.
- Interacciones y participación.
- Cobertura en medios.
- Participación de actores clave.
- Uso de los materiales por parte de los socios locales.
- Nivel de apropiación de la estrategia.
- Contribución de la comunicación a procesos de diálogo e incidencia.
- Incorporar espacios periódicos de **aprendizaje y ajuste**, permitiendo adaptar la estrategia durante la implementación.

Producto 6: Informe final de la consultoría:

Presentado en digital, que deberá contener una exposición narrativa del servicio prestado y alcanzado, los medios que verifiquen la aplicación de las herramientas metodológicas (listas de asistencia, actas de acuerdos, memorias de sesiones de trabajo, registro de comentarios y validaciones, otros soportes) y recomendaciones.

El informe deberá presentar una síntesis del proceso desarrollado, los principales resultados alcanzados, la metodología aplicada, los procesos participativos realizados, las validaciones efectuadas y las recomendaciones para la implementación y sostenibilidad de la Estrategia de Comunicación.

Deberá incluir los medios de verificación correspondientes, tales como listas de participación, memorias de reuniones, acuerdos, resultados de consultas, instrumentos utilizados y registro de comentarios y validaciones.

Perfil requerido para el servicio

- Experiencia en diseño, formulación y evaluación de estrategias de comunicación: Consultor/a, grupo de consultores o empresa consultora con experiencia comprobable mínima de 10 años en el diseño, implementación, monitoreo y evaluación de estrategias de comunicación.
- Experiencia en diagnósticos comunicacionales: Consultor/a, grupo de consultores o empresa consultora con experiencia comprobable mínima 10 años en la elaboración de diagnósticos de comunicación para organizaciones ejecutoras de proyectos. Se solicita adjuntar al menos tres ejemplos de trabajos similares elaborados.
- Experiencia en branding y desarrollo de marca: Consultor/a, grupo de consultores o empresa consultora con experiencia comprobable mínima 10 años en la elaboración de manuales de branding, identidad visual y/o desarrollo de marcas. Se solicita adjuntar al menos tres ejemplos de trabajos similares elaborados.
- Experiencia en cooperación internacional: se valorará experiencia en el ámbito de la cooperación internacional para el desarrollo, particularmente en proyectos relacionados con enfoque en agua, higiene y saneamiento (WASH) y gestión integrada de los recursos hídricos (GIRH).
- Se valorará la incorporación al equipo consultor de, al menos un/a profesional con experiencia y conocimientos comprobables en los enfoques WASH y GIRH.
- Documentación legal y fiscal: el/la consultor/a, grupo de consultores o empresa consultora deberá contar con su documentación legal y fiscal vigente y en regla. En el caso de empresas deberá presentar la documentación de constitución correspondiente, solvencias fiscales vigentes, facturas membretadas.
-

Criterios de evaluación

- Experiencia en el diseño, implementación y evaluación de estrategias de comunicación, *branding* o desarrollo de marcas y diagnósticos de comunicación (debidamente soportada): 25%.
- Conocimientos sobre WASH, GIRH y proyectos de cooperación internacional: 25%,
- Metodología para desarrollo de entregables (oferta técnica): 30%
- Propuesta económica (oferta económica): 20%.

Responsabilidades

Proveedor

- Elaborar plan de trabajo con su respectiva metodología por cada producto o entregable.
- Brindar el servicio de acuerdo con la propuesta presentada y aceptada.
- Respetar los tiempos establecidos en el cronograma de trabajo aceptado.
- Entregar los productos con la calidad propuesta e integrados todos los comentarios y sugerencias.
- Informar de manera oportuna sobre cualquier incidencia que impida o retrase el desempeño del servicio cuando se trate de causas ajenas al servicio.

- Entregar los soportes digitales de todos los productos de la consultoría, así como de los medios o instrumentos establecidos por la metodología propuesta y utilizados para recopilar información, consultas, opiniones e intercambios.
- Garantizar la participación respetuosa, inclusiva y dinámica del equipo asignado por los socios locales y personal asignado por ASB América Latina en los procesos de elaboración de los productos establecidos por la consultoría.
- Mantener la confidencialidad de la información compartida y generada por esta consultoría.

Rol de ASB América Latina

- Conducir el proceso de contratación y formalización de la consultoría.
- Conformar y coordinar el comité de seguimiento de la consultoría
- Facilitar oportunamente documentación necesaria solicitada por el proveedor: documento del proyecto, y demás insumos necesarios.
- Garantizar la interlocución con las organizaciones socias y apoyar la coordinación de reuniones, contactos y agendas requeridas.
- Apoyar en conjunto con los socios la realización de convocatorias, a participantes en las reuniones de consulta, entrevistas, grupos focales a realizar por el equipo consultor
- Brindar acompañamiento técnico durante el plazo establecido para esta consultoría.
- Validar, comentar y aprobar los borradores de entregables y sus respectivos planes y metodologías de trabajo.
- Promover la participación respetuosa, inclusiva y dinámica del equipo asignado por los socios locales en los procesos de elaboración de los productos establecidos por la consultoría.
- Resolver de manera oportuna cualquier incidencia que impida o retrase el desempeño del servicio cuando corresponda o esté vinculado a la organización o sus socios ejecutores.
- Tramitar los pagos al proveedor en tiempo y forma de acuerdo con lo establecido en el contrato.

Formas de pago y penalidades

Para este servicio se propone la siguiente estructura de pagos:

Evento	Porcentaje de pago
Aceptación de la propuesta y firma de contrato.	20%
Producto 1. Diagnóstico de comunicación revisado, comentado y validado.	30%
Producto 2. Lineamientos de Identidad Visual y Comunicación revisado y aceptado.	10%
Primer borrador de estrategia de comunicación comentado y ajustado.	20%
Productos 3, 4, 5 y 6 revisados, comentados, ajustados y aceptados.	20%

El consultor/equipo consultor deberá extender para cada pago las facturas contables correspondientes. Los pagos estarán sujetos a las deducciones legales de retención del impuesto sobre la renta correspondientes al país de contratación de la consultoría (Honduras, Guatemala y El Salvador, Nicaragua).

ASB América Latina aplicará una multa por cada día de retraso en la entrega productos señalados correspondiente al 0,25% por día sobre la suma total del contrato, siempre que el/la consultor/a, grupo de consultores o empresa consultora no hayan presentado una justificación y que esta haya sido aceptada por ASB América Latina.

Las penalidades se descontarán de los pagos correspondientes de cancelar al momento de aplicar el ultimo desembolso de pago.

La presente contratación de servicio no implica la existencia de relación laboral entre ASB y el/la contratado/a y en caso de disolución de este no podrán invocarse las estipulaciones de las leyes laborales.

Únicamente le serán aplicables al contrato las normas, reglas y disposiciones vinculadas con las contrataciones civiles del país donde se firmó el contrato para esta consultoría.

Documentación requerida

- Carta de interés que contenga una breve descripción de lo solicitado.
- Oferta técnica, incluyendo comprensión del encargo, metodología, cronograma, composición del equipo y cuantificación de días-persona.
- Oferta económica desglosada, incluyendo todos los costos asociados a la consultoría e impuestos aplicables.
- Currículo vitae actualizado con un máximo de 5 páginas del consultor principal y subcontratados, con soportes relevantes a solicitud de ASB.
- Fotocopia de documentos de identidad de los integrantes del equipo.
- En caso de persona jurídica: escritura o acta de constitución, representación legal y documentación de identificación correspondiente.
- Declaración de independencia y ausencia de conflicto de interés.
- El consultor/equipo consultor deberá extender la factura correspondiente por cada pago. Los pagos estarán sujetos a las deducciones legales.
- Al menos tres referencias o constancias de trabajos similares.
- Un listado detallado, en Word, de al menos tres formulaciones de estrategias de comunicación para proyectos, *branding* o desarrollo de marcas en los cuales ha participado el consultor/a principal o personal clave.

Proceso de postulación, selección y contratación

Evento	Fecha
Publicación de términos de referencia en redes sociales y sitio web.	12 de octubre de 2026
Último día para recibir propuestas a través de correo info@asb-latam.org	26 de octubre de 2026
Revisión, selección y notificación de resultados.	27 al 31 de octubre de 2026
Elaboración y firma de contrato.	3 de noviembre de 2026
Inicio de la prestación del servicio.	