

## **Términos de Referencia para la elaboración de la estrategia de comunicación digital del Fondo de Inversión Ambiental de El Salvador (FIAES)**

### **1. Antecedentes**

El Fondo de Inversión Ambiental de El Salvador (FIAES) es una institución dedicada al financiamiento de proyectos de conservación y restauración del medio ambiente y la biodiversidad, promoviendo acciones sostenibles con impacto en el territorio nacional. En el marco del fortalecimiento de su posicionamiento institucional y la generación de valor a través de la comunicación, FIAES requiere el diseño de una estrategia digital integral, alineada a sus objetivos estratégicos, que permita amplificar su alcance, fortalecer su reputación y conectar con audiencias clave.

### **2. Objetivo General**

- Diseñar una estrategia de comunicación digital integral para FIAES que fortalezca su posicionamiento en los medios digitales ante sus públicos estratégicos, destacando su papel en el financiamiento ambiental, la conservación y la restauración de ecosistemas en El Salvador.

### **3. Objetivos Específicos**

- Análisis de la presencia digital actual de FIAES, considerando sus plataformas, contenidos, audiencias, niveles de interacción y posicionamiento institucional, con el propósito de identificar fortalezas, oportunidades de mejora y aspectos que orienten la formulación de la estrategia digital.
- Identificar y definir audiencias estratégicas, sus comportamientos digitales y los canales más adecuados para alcanzarlas, teniendo en cuenta el mapa estratégico de públicos vigente.
- Establecer lineamientos de contenido y mensajes clave alineados a los valores institucionales, las temáticas de interés y las coyunturas que puedan preverse como relevantes para la institución.
- Proponer indicadores de desempeño y sus mecanismos de medición y referencias iniciales para evaluar los avances de la estrategia.
- Generar un prototipo de Plan Mensual para la administración de los medios digitales.

### **4. Alcance de la Consultoría**

#### **4.1 Definición estratégica**

- Definición de objetivos digitales y del posicionamiento institucional deseado, alineados al Plan Estratégico Institucional.
- Segmentación de audiencias y justificación de la segmentación propuesta, alineada con el Mapa Estratégico de Públicos vigente.
- Propuesta de narrativa digital para las diferentes audiencias y plataformas.
- Revisión de la presencia digital actual de FIAES, como insumo para identificar oportunidades de mejora y orientar las recomendaciones.



#### **4.3. Ecosistema digital**

- Propuesta de medios digitales, acorde a la naturaleza institucional, los objetivos que se definan, las audiencias clave y las tendencias relevantes.
- Rol de cada canal dentro de la estrategia y al público que se dirige.
- Integración entre plataformas.

#### **4.4 Estrategia de Contenidos**

- Pilares y enfoques de contenido y mensajes clave según públicos prioritarios.
- Prototipo de calendario editorial mensual, con canales, formatos y temas sugeridos.
- Propuesta de formatos innovadores.

#### **4.5 Plan de implementación**

- *Roadmap* para el corto y mediano plazo, con acciones prioritarias y tiempos estimados.
- Recomendaciones operativas para la implementación por parte del equipo de la UCOM.
- Identificación de recursos necesarios.
- Socialización de la estrategia con el equipo de comunicaciones de FIAES en modalidad virtual.

#### **4.6 Medición y evaluación**

- Definición de KPIs, acordes a los objetivos de la institución.
- Herramientas de monitoreo recomendadas.

### **5. Productos esperados**

La persona o firma consultora deberá entregar:

- Documento de Estrategia de Comunicación Digital Institucional.
- Propuesta de calendario editorial mensual.
- Matriz de KPIs e indicadores de medición con método de cálculo, fuente y periodicidad sugerida.
- Presentación ejecutiva para socialización interna.

### **6. Perfil del consultor**

- Experiencia comprobable en diseño de estrategias digitales.
- Experiencia con organizaciones sociales, ambientales o de desarrollo.
- Conocimiento en comunicación estratégica, branding, marketing social y storytelling.
- Capacidad de análisis e interpretación de datos digitales.
- Portafolio de proyectos similares.
- Equipo multidisciplinario, con las competencias pertinentes para lograr un desarrollo excelente (deseable).

### **7. Plazo de ejecución**

El plazo estimado de la consultoría será de 5 semanas, a partir de la adjudicación de la consultoría.



## **8. Forma de pago**

Pago contra entrega del producto final.

## **9. Coordinación y supervisión**

La consultoría será coordinada por la Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas de FIAES, quien dará seguimiento técnico y validará los productos entregables.

## **10. Propiedad intelectual y confidencialidad**

Todos los productos desarrollados en el marco de esta consultoría serán propiedad de FIAES, incluyendo archivos editables, diseños y recursos gráficos producidos.

## **11. Cómo participar**

El equipo consultor deberá presentar los documentos detallados a más tardar el 30 de octubre, 11:59 p.m., al correo [comunicaciones@fiaes.org.sv](mailto:comunicaciones@fiaes.org.sv):

- Oferta técnica y económica de los servicios.
- Portafolio con experiencias similares desarrolladas y hojas de vida.

## **15. Criterios de evaluación para la adjudicación**

- Oferta técnica (35%)
- Oferta económica (45%)
- Portafolio y hojas de vida (20%)

