



Asociación
de Municipios
de Honduras



ASOCIACIÓN DE MUNICIPIOS DE HONDURAS (AMHON) COORDINACIÓN TÉCNICA DE LA AMHON

TÉRMINOS DE REFERENCIA

NOMBRE DE LA CONTRATACIÓN:

ESTRATEGIA DE VISIBILIZACIÓN Y TRANSPARENCIA DEL RECONOCIMIENTO MUNICIPIOS CAMPEONES POR LA EDUCACIÓN

I. ANTECEDENTES/ JUSTIFICACIÓN

1.1 Antecedentes generales del proyecto

La Asociación de Municipios de Honduras (AMHON), está comprometida con un desarrollo humano sostenible, y bajo ese contexto se ha desarrollado el modelo de gestión municipal en desarrollo social inclusivo, mismo que se concretiza a través del diseño e implementación de políticas municipales de desarrollo social, a través de las cuales las municipalidades determinen su accionar a largo plazo en sectores como seguridad alimentaria, vivienda y servicios básicos, contribuciones a los sistemas de educación y salud pública, participación comunitaria y atención diferenciada a los grupos más vulnerables y a la población en general a lo largo del ciclo de vida.

En el tema educativo es importante resaltar que debido a la autonomía que les otorga la Constitución de la República, los gobiernos municipales tienen la facultad de ejecutar programas y proyectos orientados a la educación en sus tres componentes cuando lo consideren pertinente y acorde a sus planes de desarrollo municipal, según los mecanismos de consenso que han adoptado. Es decir, la Corporación Municipal decide no sólo los montos, sino los sectores, los rubros de inversión y la población o sector territorial beneficiado.

En Honduras, la educación enfrenta un estancamiento en sus indicadores, con tasas de escolarización que han mostrado pocas mejoras en más de una década. Los desafíos son significativos: la cohorte de niños de 3 a 5 años tiene una tasa de escolarización del 36.5%, incrementando la cifra en la matrícula del nivel primario, sin embargo, para los adolescentes de 15 a 17 años, esta tasa cae al 53.3%.

En respuesta a estos desafíos, la Asociación de Municipios de Honduras (AMHON), junto con la Secretaría de Educación (SEDUC) y la Secretaría de Gobernación, Justicia y Descentralización (SGJD), con el apoyo del Fondo Internacional de Emergencia de las Naciones Unidas (UNICEF) y otros socios, han desarrollado un sistema de incentivos. Este sistema, denominado "Reconocimiento de Municipios Campeones por la Educación," busca mejorar los indicadores educativos en los niveles de Prebásica, Básica y Media, premiando a aquellos municipios que logren avances significativos en matrícula y permanencia escolar a través de prácticas de gestión educativa innovadoras y eficientes.

La estrategia se enmarca en el compromiso de Honduras con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), en particular el ODS 4 (Educación de Calidad), y busca no solo aumentar la cobertura educativa, sino también asegurar que los logros se sostengan en el tiempo mediante la colaboración activa de múltiples actores locales. La Iniciativa de Reconocimiento involucra a la sociedad civil, el sector privado y otros actores clave en la comunidad, quienes aportan recursos y colaboran para mejorar las condiciones de educación a nivel local.

La evaluación para el reconocimiento será realizada por una Mesa Tripartita integrada por la SEDUC, SGJD y AMHON en base a una rúbrica que establece, de forma general, criterios de i) incremento de matrícula estudiantil en los niveles prebásica, básica y media hasta recuperar al menos la cantidad de estudiantes registrados en el año 2019: 20%, ii) evidencia de inversiones municipales orientadas a solventar los problemas más críticos que afectan el acceso y permanencia de los niños, niñas y jóvenes en los centros escolares: 80%. Estos criterios devienen del Plan de Oferta y Demanda Educativa de la Secretaría de Educación y los Lineamientos de Inversión Municipal en Educación de la AMHON.

El reconocimiento será honorífico, por lo que se busca visibilizar los esfuerzos realizados tanto por los municipios participantes, como por aquellos que al obtener una calificación de al menos el 85% se harán acreedores del reconocimiento nacional.

En este sentido, la estrategia de comunicación debe contribuir a visibilizar el reconocimiento a nivel nacional y local como un galardón al compromiso con la educación en beneficio de la niñez y juventud hondureña y motivar la incorporación de actores al esfuerzo local.

1.2 Área de cobertura del proyecto

Para el ciclo 2024, 146 municipios se inscribieron para obtener el Reconocimiento Municipios Campeones por la Educación, para efectos operativos, el área de cobertura de se ha dividido en nueve (9) zonas, sin embargo, para efecto de la estrategia de comunicación se contempla el alcance nacional y la elaboración de productos de visibilidad local.

	Zona 1	Zona 2	Zona 3
1	El Provenir, Atlántida	1 Concepción, Copán	1 Lejamaní, Comayagua
2	La Masica, Atlántida	2 Cabañas, Copán	2 Lamaní, Comayagua
3	San Francisco, Atlántida	3 San Antonio, Copán	3 El Rosario, Comayagua
4	Potrerillos, Cortés	4 Dolores, Copán	4 San Sebastián, Comayagua
5	Villanueva, Cortés	5 Copán Ruinas	5 Ojos de Agua, Comayagua
6	Santa Cruz de Yojoa, Cortés	6 Dulce Nombre de Copán	6 Villa San Antonio, Comayagua
7	Puerto Cortés	7 San Nicolás, Copán	7 San Jerónimo, Comayagua
8	San Manuel, Cortés	8 Florida, Copán	8 Ajuterique, Comayagua
9	Choloma, Cortés	9 Santa Rosa de Copán	9 La Trinidad, Comayagua
10	San Antonio de Cortés	10 San José, Copán	10 Siguatepeque, Comayagua
11	La Lima, Cortés	11 San Agustín, Copán	11 Humuya, Comayagua
12	San Francisco de Yojoa, Cortés	12 La Jigua, Copán	12 Vallecillo, FM
13	Pimienta, Cortés	13 La Campa, Lempira	13 Aguanqueterique, La Paz
14	Morazán, Yoro	14 San Marcos de Caiquín, Lempira	14 La Paz, La Paz
15	El Progreso, Yoro	15 San Sebastián, Lempira	15 San Juan, La Paz
16		16 San Fernando, Ocotepeque	16 Aramecina, Valle
17		17 El Naranjito, Sta. Bárbara	17

	Zona 4		Zona 5		Zona 6
1	Concepción del Norte, Santa Bárbara	1	Santa Ana de Yusguare, Choluteca	1	Morocelí, El Paraiso
2	Concepción del Sur, Santa Bárbara	2	San Isidro, Choluteca	2	Guinope, El Paraiso
3	Ilama, Santa Bárbara	3	Apacilagua, Choluteca	3	El Paraiso
4	San José de Colinas, Santa Bárbara	4	Marcovia, Choluteca	4	Santa Lucia, FM
5	Macuelizo, Santa Bárbara	5	El Triunfo, Choluteca	5	Cantarranas, FM
6	Trinidad, Santa Bárbara	6	Concepción de María, Choluteca	6	Villa de San Francisco, FM
7	Quimistán, Santa Bárbara	7	Texiguat, El Paraiso	7	Maraita, FM
8	Azacualpa, Santa Bárbara	8	Soledad, El Paraiso	8	San Ignacio, FM
9	El Nispero, Santa Bárbara	9	Nueva Armenia, FM	9	Valle de Angeles, FM
10	San Nicolás, Santa Bárbara	10	La Venta, FM	10	Distrito Central
11	San Luis, Santa Bárbara	11	Ojojona, FM	11	Wampusirpe, Gracias a Dios
12	Nueva Frontera, Santa Bárbara	12	Curarén, FM	12	Puerto Lempira, Gracias a Dios
13	Pettoa, Santa Bárbara	13	Reitoca, FM	13	Brus Laguna, Gracias a Dios
14	Santa Bárbara, Santa Bárbara	14	Amapala, Valle	14	Ahuas, Gracias a Dios
15	Atima, Santa Bárbara	15		15	Guanaja, Islas de la Bahía
16	Las Vegas, Santa Bárbara	16		16	Útila, Islas de la Bahía
17		17		17	Roatán, Islas de la Bahía

	Zona 7		Zona 8 (Ocotepeque,		Zona 9 (Olancho, Yoro, Gracias a Dios)
1	Camasca, Intibucá	1	Guarita, Lempira	1	Salama
2	Intibucá, Intibucá	2	Tambla, Lempira	2	Santa Maria del Real
3	La Esperanza, Intibucá	3	Cololaca, Lempira	3	Catacamas
4	San Juan, Intibucá	4	Tomalá, Lempira (era de la zona 2)	4	Mangulile
5	San Francisco de Opalaca, Intibucá	5	La Labor, Ocotepeque	5	Guayape
6	San Isidro, Intibucá	6	Lucerna, Ocotepeque	6	Dulce Nombre de Culmí
7	Chinacla, La Paz	7	San Jorge, Ocotepeque	7	Concordia
8	San José, La Paz	8	Dolores Merendón, Ocotepeque	8	Juticalpa
9	Marcala, La Paz	9	Fraternidad, Ocotepeque	9	Gualaco
10	Yarula, La Paz	10	La Encarnación, Ocotepeque	10	Silca
11	Santa Elena, La Paz	11	Ocotepeque, Ocotepeque	11	San Francisco de Becerra
12	San Andrés, Lempira	12	Sensenti, Ocotepeque	12	Esquipulas del Norte
13	Santa Cruz, Lempira	13	San Marcos de Ocotepeque	13	Trujillo
14	Gualcinse, Lempira	14	Concepción, Ocotepeque	14	Juan Francisco Bulnes
15	La Virtud, Lempira (era de la zona 8)	15	Simuapa, Ocotepeque	15	Olanchito
16	Valladolid, Lempira (era de la zona 8)	16	Santa Fé, Ocotepeque	16	Yoro
17	La Unión, Lempira (era de la zona 2)	17	San Pedro, Copán	17	
18	Lepaera, Lempira (era de la zona 2)				

II. ALCANCE DEL TRABAJO

2.1. Objetivo General del Contrato

Visibilizar a nivel nacional y local, el Reconocimiento Municipios Campeones por la Educación como una iniciativa dinámica a través de la cual los municipios hondureños se suman al objetivo de que las niñas, niños y jóvenes sean matriculados en los niveles prebásica, básica y media del sistema educativo.

Se espera que la campaña también contribuya de generar sentido de pertenencia en las autoridades y equipos municipales, motivando a su continuidad y participación de otros municipios.

Objetivos Específicos:

1. Incentivar a actores públicos y privados de municipios ya inscritos a apoyar las iniciativas
2. Incentivar a otros alcaldes a participar en Municipios Campeones en próximas ediciones
3. Diseñar y producir herramientas de comunicación para facilitar la labor de las autoridades y equipos municipales en la visualización del Reconocimiento Municipios Campeones por la Educación
4. Generar elementos de visibilidad que distingan a los municipios que reciben el Reconocimiento Municipios Campeones por la Educación

III. PRODUCTOS Y ACTIVIDADES

Los mensajes deberán estar principalmente orientados a actores locales, alcaldes municipales y agencias para el desarrollo, en el nivel de llamado a la acción y al público general a nivel de visibilidad de la iniciativa.

Desarrollo creativo:

El Reconocimiento Municipios Campeones por la Educación cuenta con un logotipo y la línea de branding que incluye los logotipos de la Secretaría de Educación, UNICEF, PNUD, SDG Fund y AMHON, ambos elementos se continuarán utilizando a lo largo de la estrategia de visualización

La empresa deberá entregar los productos detallados a continuación:

- a) Concepto creativo de la campaña y el o los mensajes clave

Diseño de las siguientes piezas del Kit de incidencia de municipios campeones:

- b) Un (1) video de 30 segundos sobre “Qué es ser un Municipio Campeón por la Educación” debe incluir las adaptaciones a formatos para redes sociales.
- c) Un (1) cuadernillo de 4 páginas tamaño O2 sobre “Qué es ser un Municipio Campeón por la Educación” y cómo sumarse a la iniciativa

- d) Un (1) banner roll-up diseñado con el mensaje “estamos participando”, personalizado con el nombre de cada municipio
- e) Un (1) banner roll-up genérico del Reconocimiento Municipios Campeones por la Educación (para uso de AMHON)
- f) Un afiche de “Estamos participando”, para impresión
- g) Cuatro (4) postales diseñadas para redes sociales. i) Qué es municipios campeones ii) avances de municipios campeones iii) Buenas prácticas municipales en el marco de la iniciativa iv) Buenas prácticas municipales en el marco de la iniciativa
- h) Pin de solapa que portarán los alcaldes participantes en la iniciativa
- i) Exhibidor para entrega de material informativo Municipios Campeones. AMHON brindará las especificaciones del stand

Diseño de las siguientes piezas del Kit de reconocimiento al municipio ganador

- j) Diseño de una (1) placa diseñada para el municipio/aliados ganadores.
- k) Diseño y diagramación de tres (3) postales para redes sociales i) comienza la evaluación de municipios campeones, ii) resultados de la evaluación para el reconocimiento iii) súmate a la próxima edición de Municipios Campeones
- l) Un (1) video story para redes sociales, en Facebook e Instagram.
- m) Diseño de un (1) trofeo para los municipios que adquieren el reconocimiento
- n) Diseño de un certificado para municipios participantes
- o) Diseño de un (1) certificado para colaboradores-patrocinadores de Municipios Campeones

Producción audiovisual

- p) Un (1) video de 30 segundos para redes sociales sobre “Qué es ser un Municipio Campeón por la Educación” debe incluir las adaptaciones a formatos para redes sociales.

Reproducción de piezas

- q) 2500 unidades del cuadernillo, full color, papel couche de 75 gramaos.
- r) 146 banner roll-up diseñado con el mensaje “estamos participando”. Personalizados con el nombre de cada municipio
- s) Dos (10) banner roll-up genérico del Reconocimiento Municipios Campeones por la Educación (para uso de AMHON)
- t) 600 afiches “Estamos participando”, 18x24”, cartoncillo

Servicio de difusión

- u) Plan de medios digitales.
- v) Reporte que incluya el servicio de asesoría y optimización, con la evidencia de pagos y difusión.
- w) Difusión hasta un tope de L40,000 incluyendo en este monto la comisión de la empresa

3.2 Principales Actividades, bajo la supervisión de la coordinación del Proyecto:

- a) Antes de desarrollar y presentar el producto a) “Concepto creativo de la estrategia y los mensajes clave” la empresa seleccionada tendrá al menos una reunión inicial con el personal clave de AMHON a cargo del proyecto Municipios Campeones para la Educación.
- b) Reunión de presentación del concepto creativo de la estrategia. Las reuniones podrán integrar además a especialistas en comunicación de SEDUC, UNICEF y PNUD.
- c) Reunión de presentación de los productos b y c, video y cuadernillo “Qué es Municipios Campeones por la Educación”
- d) Validación de productos con la contraparte de AMHON antes de la producción y divulgación.
- e) Asegurarse de que los recursos destinados a la campaña sean utilizados de manera eficiente y estén alineados con los principios de la causa.
- f) La empresa consultora asumirá la responsabilidad técnica total por los servicios profesionales prestados para el desarrollo de la presente consultoría, garantizando una producción de alta calidad cuidando los tiempos de entrega hasta la aprobación final de los entregables.
- g) La agencia deberá entregar todos los archivos creados de las respectivas campañas publicitarias en formatos editables a la AMHON
- h) Mantendrá una comunicación fluida vía email, telefónica o presencial con la contraparte de la AMHON.

IV. LOGISTICA Y CALENDARIO

4.2 Fecha y periodo de ejecución, fecha de inicio

Fecha de publicación: 20 de diciembre del 2024

Fecha de finalización de la aplicación: 15 enero a las 23:59 horas

Fecha de Inicio: febrero 2025

Fecha de culminación: julio 2025

V. PERFIL REQUERIDO

***Experiencia general.* Seis (06) años o más de experiencia como empresa de comunicaciones contados desde la fecha de constitución.**

Experiencia específica.

- Tres (03) campañas para gobierno, cooperación internacional o agencias para el desarrollo, en medios de comunicación tradicional (radio, tv, prensa impresa) y en las que hayan realizado, estos servicios: (a) servicio de creación de concepto creativo, (b) plan de medios tradicionales
- Dos (02) experiencias o más de trabajo en el desarrollo e implementación de planes o estrategias de marketing digital, difusión digital o afines.
- Dos (02) experiencias en el diseño de múltiples piezas (animación, diseño, grabación) para campañas de marketing, comunicación para gobierno, o cooperación internacional, academia en los últimos 24 meses. Se hace la precisión de que no son publicaciones sino desarrollo de piezas para difusión (postales, animaciones, infografías) para campañas.

El equipo debe incluir y/o asegurar la provisión de los siguientes profesionales.

- Ejecutivo/a de cuenta: Licenciatura en Comunicación corporativa, comunicación social, marketing o afines. Con cinco experiencias o más liderando estratégicamente campañas de comunicaciones, publicidad o marketing, en los últimos tres años para clientes del sector público/organizaciones internacionales o empresas privadas.
- Planner de medios digitales: Licenciatura o Técnico en Comunicación, marketing o afines. De no contar con un título universitario, contar con por lo menos tres (03) años de experiencia en firmas dedicadas al área. En ambos casos, contar con al menos experiencia de tres (03) campañas en el desarrollo de planes de medios y estrategias de marketing digital o afines en los últimos 24 meses.
- Diseñador/a gráfico: Licenciatura o Técnico en diseño gráfico o afines. De no contar con un título universitario, contar con por lo menos cinco (05) años de experiencia en firmas dedicadas al área de publicidad.
- Productor audiovisual: Licenciatura o Técnico audiovisual o afines. De no contar con un título universitario, contar con por lo menos cinco (05) años de experiencia en el área de producción audiovisual. En ambos casos, debe haber tenido experiencia en al menos tres (03) campañas produciendo videos para redes sociales.

VI. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

A continuación, se incluyen los criterios de evaluación que será empleados en la evaluación de la empresa. Se emplearán únicamente los criterios que se enuncian en la tabla de evaluación

A	Criterios de inclusión en la evaluación	Cumple	No cumple
1	La propuesta fue enviada en tiempo al correo electrónico contrataciones.de@amhon.org		
2	Presentación sucinta de la empresa (máximo cinco hojas)		
3	Documentos de constitución de la empresa		
4	Seis (06) años o más de experiencia como empresa de comunicaciones contados desde la fecha de constitución		
5	Presenta las hojas de vida del personal que participará en el proyecto		
6	Presenta Propuesta Económica		
7	Presenta portafolio de experiencia/servicios		
8	Oferta económica se ajusta a presupuesto publicado		

	Criterios de Evaluación de la oferta	Máxima	Obtenida
B	Propuesta técnica	40	0
1	<i>Tres (03) campañas para gobierno, cooperación internacional o agencias para el desarrollo, en medios de comunicación tradicional (radio, tv, prensa impresa) y en las que hayan realizado, estos servicios: (a) servicio de creación de concepto creativo, (b) plan de medios tradicionales (c) spot radiales</i>		
	a) En tres campañas de gobierno, cooperación internacional o agencias para el desarrollo, realizó el concepto creativo	5	
	b) En tres campañas de gobierno, cooperación internacional o agencias para el desarrollo, realizó plan de medios	5	
2	<i>Tres (03) experiencias o más de trabajo en el desarrollo e implementación de planes o estrategias de marketing digital, difusión digital o afines.</i>		
	a) En dos campañas a través de medios digitales, realizó video para redes sociales	5	
	b) En dos campañas a través de medios digitales realizó programación de pautas	5	
	c) En dos campañas a través de medios digitales realizó la adquisición de pautas	5	
	d) Diseño de artes/postales/infografías para redes sociales	5	
3	<i>Dos (02) experiencias en el diseño de múltiples piezas (animación, diseño, grabación) para campañas de marketing, comunicación para gobierno, o cooperación internacional, academia en los últimos 24 meses. Se hace la precisión de que no son publicaciones sino desarrollo de piezas para difusión (postales, animaciones, infografías) para campañas.</i>	10	
C	Evaluación del personal	50	0
4	<i>Ejecutivo/a de cuenta: Licenciatura en Comunicación corporativa, comunicación social, marketing o afines. Con cinco experiencias o más liderando estratégicamente campañas de comunicaciones, publicidad o marketing, en los últimos tres años para clientes del sector público/organizaciones internacionales o empresas privadas.</i>		
	a) Licenciatura en Comunicación corporativa, comunicación social, marketing o afines.	6	
	b) Con cinco experiencias o más liderando estratégicamente campañas de comunicaciones	6	
	c) Reporta experiencia con el sector público, cooperación o entidades para el desarrollo, los últimos tres años	8	
5	<i>Planner de medios digitales: Licenciatura o Técnico en Comunicación, marketing o afines. De no contar con un título universitario, contar con por lo menos tres (03) años de experiencia en firmas dedicadas al área. En ambos casos, contar con al menos experiencia de tres (03) campañas en el desarrollo de planes de medios y estrategias de marketing digital o afines en los últimos 24 meses.</i>		
	a) Licenciatura o Técnico en Comunicación, marketing o afines. De no contar con un título universitario, contar con por lo menos tres (03) años de experiencia en firmas dedicadas al área.	5	
	b) Experiencia en al menos tres campañas en los últimos 24 meses	5	
6	<i>Diseñador/a gráfico: Licenciatura o Técnico en diseño gráfico o afines. De no contar con un título universitario, contar con por lo menos cinco (05) años de experiencia en firmas dedicadas al área de publicidad.</i>	10	
7	<i>Productor audiovisual: Licenciatura o Técnico audiovisual o afines. De no contar con un título universitario, contar con por lo menos cinco (05) años de experiencia en el área de producción audiovisual. En ambos casos, debe haber tenido experiencia en al menos tres (03) campañas produciendo videos para redes sociales</i>		
	a) Licenciatura o Técnico audiovisual o afines. De no contar con un título universitario, contar con por lo menos cinco (05) años de experiencia en el área de producción audiovisual.	5	
	b) Experiencia en al menos tres (03) campañas produciendo videos para redes sociales	5	
D	Entrevista con la empresa (participación mínima requerida: Ejecutivo/a de cuenta	10	

VII. ACTIVIDADES DE SEGUIMIENTO

La empresa estará bajo la supervisión de la coordinación del Proyecto Municipios Campeones por la Educación.

VIII. VALOR DE LA CONSULTORIA

Los honorarios profesionales serán cubiertos con fondos de La Iniciativa Reconocimiento Nacional Municipios Campeones por la Educación”, por un valor máximo de **L.500,000.00** lempiras, que serán cancelados de la siguiente forma:

Pagos	%	Contra entrega de:
Primer pago	30%	Contra la firma del contrato
Segundo pago	40%	Productos a, b, c, d, e, f, g, n, o, p, q, r.
Tercer pago	30%	Productos h, i, j, k, l, m, s, t, u

8.1 Monto, forma de pago y deducciones

AMHON efectuará las deducciones según lo establecido en ley, excepto en el caso de que la empresa presente constancia vigente de estar sujeta al Régimen de Pagos a Cuenta.

IX. CONSIDERACIONES FINALES

Sin perjuicio de los derechos de autor, AMHON tendrá todos los derechos sobre los productos que se generen en y para la estrategia de comunicación serán de la AMHON y puestos a la disposición de sus agremiados.

X. NORMAS CONTRA ACTOS DE EXPLOTACIÓN Y ABUSO SEXUAL

El contratado(a), está obligado a adoptar medidas para evitar, prevenir actos de explotación y abuso sexual.

A tales efectos, la actividad sexual con menores de 18 años, independientemente de las leyes relativas al consentimiento, constituirá un acto de explotación y abuso sexual de dicha persona.

Así mismo no deberá ofrecer dinero, bienes, servicios u otros objetos de valor a cambio de favores o actividades sexuales o participar en actividades sexuales que impliquen la explotación o el trato degradante de cualquier persona.

El incumplimiento de lo estipulado en este artículo será causal para rescindir el presente contrato.

XI. MECANISMO DE APLICACIÓN Y SELECCIÓN

11.1 Proceso de selección

AMHON realizará un proceso de contratación vía concurso público. Se adjudicará a la empresa que resulte con mayor puntaje en la evaluación técnica financiera, realizada por una Comisión de Selección.

11.2 Presentación de postulaciones.

Los interesados deberán enviar sus postulaciones completas al correo electrónico contrataciones.de@amhon.org antes del día 15 de enero 2025 a las 23:59 horas.