



En  
Colaboración  
con



## TERMINOS DE REFERENCIA

Para:

**Campaña promocional “Capacidades que inspiran: consume con conciencia, consume local” en Guatemala y Honduras”**

### 1. DESCRIPCIÓN DE LA CONSULTORIA

**Nombre del Servicio:**

Campaña promocional “Capacidades que inspiran: consume con conciencia, consume local” en Guatemala y Honduras

**Nombre del proyecto dentro del cual se realizará la presente consultoría:**

Derechos en Acción, avanzando en el empoderamiento económico en la frontera entre Guatemala y Honduras.

Código: P10907

**Fecha de inicio:**

1 de julio 2026

**Duración de la contratación:**

Cinco (5) meses

**Supervisado por:**

Responsable asignado por CISP en Guatemala y OCDIH en Honduras para el cumplimiento de los términos contractuales y la adecuada visibilidad.

**País:**

- Guatemala: municipios de La Unión (Zacapa), Jocotán y Camotán (Chiquimula)
- Honduras: municipios de Santa Rita, Cabañas y Copan Ruinas (Copán)

**Base:**

Oficina CISP y oficina OCDIH



En  
Colaboración  
con



## 2. ANTECEDENTES

El pueblo indígena maya Chortí, así como las personas con discapacidad y los migrantes retornados, entre otros son de las poblaciones con mayor vulnerabilidad de la región occidental de Honduras y oriental de Guatemala, a quienes se les ha negado y violentado histórica y sistemáticamente sus derechos.

Por ello, el Proyecto apunta a mejorar las condiciones de vida, con el objetivo de mitigar las circunstancias adversas que prevalecen en la región, fortaleciendo la dimensión humana con capacitaciones técnico-ocupacional, la dimensión social, incrementado las competencias interpersonales, la inclusión comercial con campañas promocionales y la dimensión financiera mediante el establecimiento de iniciativas empresariales y la formación de grupos de ahorro y crédito.

El Proyecto adopta un enfoque inclusivo, accesible e igualitario que promueve que las personas en condición de mayor vulnerabilidad (personas con discapacidad, migrantes retornados y pueblos indígenas) tengan acceso a iniciativas que contribuyan a la mejora de sus medios de vida, convirtiéndolo en un proyecto pertinente para los planes nacionales e internacionales.

El proyecto tiene los siguientes 3 resultados:

- 1) **Personas con discapacidad, sus familias, pueblos indígenas y migrantes retornados, refuerzan sus capacidades y conocimientos específicos para el mercado laboral, desde el enfoque de derechos y empleo digno, al completar el proceso de formación vocacional.**
- 2) **Grupos de ahorro, emprendimientos implementados y activos son consolidados para la generación de ingresos y empleo local, con enfoque inclusivo, mediante asistencia técnica, acompañamientos especializados en mercados, calidad y financiamientos.**
- 3) **Organizaciones del consorcio, comprenden, promueven e integran en ejes priorizados de su trabajo la temática de inclusión con énfasis en discapacidad y grupos vulnerables, y lo aplican en gestiones externas y procesos internos**

**Los presentes Términos de Referencia** están encaminados a contribuir al cumplimiento del resultado dos, mediante una campaña promocional que impulse los productos y servicios de los microemprendimientos apoyados.



### 3. ESPECIFICACIONES DEL SERVICIO Y PRODUCTOS

#### Objetivo de la Consultoría

Diseñar e implementar una campaña de comunicación integral e inclusiva que promueva y visibilice, bajo una estrategia conjunta, los productos y servicios de los emprendimientos inclusivos apoyados por el proyecto en Guatemala y Honduras, bajo el lema “Capacidades que Inspiran: Consume con Conciencia, Consume Local”, incrementando su reconocimiento, alcance y oportunidades comerciales.

#### Los emprendimientos:

Los microemprendimientos están ubicados en el área rural de:

- Honduras: municipios de Santa Rita, Cabañas y Copán Ruinas (departamento de Copán)
- Guatemala: municipios de La Unión (departamento de Zacapa), Jocotán y Camotán (departamento de Chiquimula)

En total, el proyecto apoya directamente a 30 microemprendimientos (8 en Guatemala y 22 en Honduras). Adicionalmente, la campaña podrá incluir la promoción de otros negocios y servicios inclusivos aliados, particularmente iniciativas vinculadas al sector turístico y hospedajes accesibles en Honduras, con el fin de fortalecer el enfoque de inclusión y articulación territorial de la campaña.

Los emprendimientos están liderados por grupos vulnerables (mujeres, personas con discapacidad o uno de sus familiares y personas migrantes retornadas). Los emprendimientos incluyen servicios y productos diversos, entre ellos talleres de motocicletas, comedores, panaderías, centros de belleza, masajes, artesanías elaboradas con palma, venta de ropa, hospedajes y otros servicios turísticos inclusivos.

Actualmente los emprendimientos están siendo fortalecidos por otras acciones del Proyecto, en particular en el tema de diseño de imagen corporativa, fortalecimiento económico y de procesos, presentación física, entre otros. Todos cuentan con un modelo CANVAS y en el caso de Guatemala se está preparando, de manera participativa, un plan de marketing.

#### La campaña:

- **Objetivo de la Campaña:** Promover el consumo consciente de productos y servicios ofrecidos por personas con discapacidad, sus familias y negocios inclusivos aliados en zonas rurales, visibilizando sus capacidades productivas y promoviendo una cultura de inclusión, equidad y derechos humanos.
- **Enfoque:** Basado en derechos humanos, enfocado en las capacidades de emprender, producir y aportar al desarrollo local, evitando enfoques asistencialistas o de caridad.



- **Narrativa:** Positiva y emprendedora, centrada en historias de éxito, talento local e inclusión, utilizando un lenguaje sencillo y accesible.
- **Canales:** Uso de canales locales, digitales y accesibles, adecuados a las características de cada territorio y público objetivo.
- **Alcance:** Campaña de enfoque integrador, con adaptación de contenidos según las características de cada emprendimiento, negocio aliado y territorio participante.
- **Valor agregado:** las piezas generadas y el estilo de las publicaciones serán utilizadas por los mismos emprendedores para dar seguimiento a la campaña.

### Actividades de la consultoría:

#### 1. Planeación estratégica

El consultor/a tendrá una fase previa para conocer los emprendimientos y establecer una base de trabajo. Esta fase incluye:

- Reunión virtual con el equipo del proyecto en Guatemala y Honduras.
- Revisión de la documentación preexistente sobre los emprendimientos.
- Definición del público objetivo por cada emprendimiento y negocio aliado.
- Diagnóstico comercial de los emprendimientos de Honduras (en el caso de Guatemala ya se cuenta con este producto)

El documento de planeación estratégica deberá incluir un cronograma general de implementación

#### 2. Gira de campo

El consultor/a desarrollará una gira de campo a los emprendimientos participantes para la generación de material audiovisual (fotografías y videos). Se estima la visita a un total de 30 emprendimientos.

- La gira de campo se organizará en coordinación con el equipo del Proyecto para optimizar rutas y tiempos de trabajo.
- Al finalizar la gira, se entregarán al Proyecto copias de las fotografías y videos realizados en alta calidad, debidamente organizados por emprendimiento y territorio.
- Durante la gira, cada emprendimiento o negocio aliado deberá firmar una hoja de consentimiento para el uso de imagen, la cual será proporcionada por el Proyecto.

#### 3. Diseño de la campaña

El consultor/a desarrollará un mínimo de 3 piezas gráficas y audiovisuales para la campaña en redes sociales y radios locales por cada emprendimiento, las cuales podrán incluir:

- Anuncios para redes sociales
- Producción audiovisual
- Carruseles



- Redacción de contenidos y copias publicitarios

Para las redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok, entre otras), el consultor/a preparará contenidos diferenciados por plataforma:

- Piezas para Facebook (carrusel, micro video o imagen)
- Piezas para Instagram (imágenes estáticas, reels o carrusel)
- Piezas para TikTok (microvideos diferentes a los anteriores)

En el caso de radio local, el consultor/a podrá incluir, según la estrategia definida, la producción de hasta 2 cuñas radiales por municipio o por emprendimiento destacado, así como la gestión de inserción en emisoras locales.

Todos los textos, guiones y materiales audiovisuales deberán ser previamente revisados y autorizados por el Proyecto. Asimismo, todos los materiales producidos deberán elaborarse en idioma español y considerar criterios de inclusión y accesibilidad.

Todos los materiales desarrollados durante la consultoría deberán ser entregados en formatos editables y reutilizables para el Proyecto y los emprendimientos participantes.

Antes de la fase de implementación, el consultor/a deberá entregar un plan de implementación de la campaña que contemple, como mínimo, dos meses de ejecución, incluyendo cronograma, canales, tipo de contenido y estrategia de pauta.

#### **4. Implementación de la campaña**

El consultor/a gestionará la implementación de la campaña en redes sociales a través de:

- Gestión de pautas digitales
- Coordinación de alianzas con medios de comunicación locales y/o municipales
- Monitoreo y seguimiento de la campaña en redes sociales
- Optimización básica de contenidos y pautas durante el período de implementación

El costo de las pautas deberá estar incluido dentro del presupuesto total de la consultoría y no podrá ser inferior a Q10,000.00.

Todos los accesos, configuraciones y materiales utilizados para la implementación de la campaña deberán ser entregados al Proyecto al finalizar la consultoría.

Después del primer mes de implementación de la campaña en redes sociales, el consultor/a deberá presentar un informe de avance al Proyecto, que incluya, como



mínimo, el alcance de la campaña, inversión ejecutada, métricas de interacción y resultados preliminares por emprendimiento o negocio aliado.

## 5. Medición de la campaña y presentación de los resultados

El consultor/a deberá medir el alcance y resultados de la campaña para cada emprendimiento y negocio aliado participante, elaborando informes personalizados y presentando los resultados tanto al Proyecto como a los emprendimientos involucrados. La medición deberá incluir, como mínimo:

- Alcance e interacción en redes sociales
- Resultados de las pautas digitales
- Crecimiento de audiencia y participación
- Rendimiento de los contenidos publicados
- Principales aprendizajes y recomendaciones para futuras campañas

Además de las métricas generadas por Meta y/u otras plataformas utilizadas, se realizará una valoración cualitativa basada en la percepción y experiencia de los emprendedores respecto al impacto de la campaña en la visibilidad de sus productos y servicios.

Para fortalecer la sostenibilidad de la estrategia de comunicación, el consultor/a deberá entregar plantillas editables y reutilizables (CANVA, PowerPoint u otra herramienta gratuita y de fácil acceso) que permitan a los emprendimientos continuar gestionando sus redes sociales después de finalizada la consultoría. Se organizarán un mínimo de 2 reuniones virtuales con los emprendimientos para enseñarles como desarrollar una estrategia de marketing y continuar con sus publicaciones.

Todos los materiales, plantillas, archivos editables y accesos generados durante la consultoría deberán ser entregados al Proyecto al finalizar el proceso.

### Productos esperados:

- 1) Documento de **planeación estratégica** que incluya el análisis y las bases conceptuales, comunicacionales y comerciales sobre las cuales se desarrollará la campaña, así como el cronograma general de implementación.
- 2) **Informe de la gira de campo**, que evidencie las visitas realizadas a los emprendimientos y negocios aliados participantes. Asimismo, deberá incluir la entrega de fotografías y videos en alta calidad para archivo del Proyecto, debidamente organizados por emprendimiento y territorio.
- 3) **Diseño integral de la campaña** para su implementación, que incluya piezas gráficas, contenidos para redes sociales, guiones aprobados, materiales audiovisuales y plan de medios e inversión (cronograma, canales, públicos meta y presupuesto).



- 4) **Informe de avance de la campaña**, que incluya, como mínimo, inversión ejecutada en pautas digitales, alcance, interacción y resultados preliminares por emprendimiento o negocio aliado.
- 5) **Informe final de la consultoría**, que detalle el trabajo desarrollado, inversión ejecutada, alcance de la campaña, métricas de desempeño, resultados obtenidos y percepción de los emprendedores sobre el impacto de la campaña. Asimismo, deberá incluir la entrega de plantillas para redes sociales, archivos editables y materiales reutilizables para cada emprendimiento participante.

#### 4. REQUISITOS

##### **Formación / Títulos específicos / Conocimientos específicos solicitados:**

1. Formación académica en marketing, publicidad, diseño gráfico, comunicación o carreras afines.
2. Formación adicional o conocimientos en inclusión de personas con discapacidad, comunicación inclusiva o enfoque de derechos humanos.
3. Formación o experiencia en fotografía, producción audiovisual y herramientas de creación de contenido digital.
4. Experiencia mínima de dos años en el desarrollo de campañas de comunicación y/o comerciales, así como en promoción digital de microemprendimientos, emprendimientos rurales o iniciativas sociales.
5. Experiencia deseable en trabajo con personas con discapacidad, grupos vulnerables y microemprendimientos del área rural.
6. Experiencia en manejo de plataformas de pauta digital y redes sociales (Meta Ads, Facebook, Instagram, TikTok u otras afines).
7. Capacidad de comunicación empática y enfoque participativo.
8. Habilidades en comunicación efectiva, escucha activa y manejo de grupos.
9. El/la consultor(a) podrá integrar en su propuesta a diferentes especialistas que contribuyan al desarrollo de un mejor producto final.

#### 5. DOCUMENTOS PARA APLICAR A LA CONSULTORÍA

- **Propuesta técnica**, que evidencie la metodología de trabajo y la capacidad para desarrollar la gira de campo y la campaña de comunicación.
- **Propuesta económica**, presentada en quetzales o lepiras, especificando la tasa de cambio que se aplicó.
- **Portafolio** que evidencie trabajos previos realizados como empresa o persona individual en campañas de comunicación, marketing digital o producción audiovisual.



En  
Colaboración  
con



## 6. DURACIÓN

Desde la firma del contrato hasta el 30 noviembre de 2026.

## 7. HONORARIOS / MODALIDADES DE PAGO

El monto total destinado para esta consultoría es de Q60,000.00

El monto total de la consultoría deberá incluir honorarios profesionales, costos de movilización y estadía para la gira de campo, producción de materiales audiovisuales, así como la inversión destinada a pautas y difusión de la campaña.

Las modalidades de pago serán las siguientes:

1. Un primer pago del 40%, contra entrega y aceptación por parte de CISP y OCDIH del informe de gira de campo y de las copias de los materiales audiovisuales generados.
2. Un segundo pago del 35%, contra entrega y aceptación por parte de CISP y OCDIH del diseño integral de la campaña y del plan de implementación.
3. Un cuarto pago del 25%, contra entrega y aceptación por parte de CISP y OCDIH del informe final de la consultoría y de los materiales editables correspondientes.

Para cada pago realizado, el/la consultor(a) deberá emitir la factura correspondiente con los datos indicados en el contrato.

---

**Nombre, fecha y Firma de Aceptación:**