



SOLICITUD DE PROPUESTA (SDP)

SDP/00122641/081/2021 "Consultoría para la creación e implementación campañas de difusión masiva para promover la participación ciudadana y el liderazgo de mujeres, jóvenes y grupos insuficientemente representados"

Tegucigalpa, M.D.C., 14 de julio de 2021

Estimado señor/Estimada señora:

Nos es grato dirigirnos a usted a fin de solicitarle la presentación de una Propuesta para la provisión de servicios de "Consultoría para la creación e implementación campañas de difusión masiva para promover la participación ciudadana y el liderazgo de mujeres, jóvenes y grupos insuficientemente representados".

En la preparación de su Propuesta le rogamos utilice y rellene el formulario adjunto en el Anexo 2.

Su Propuesta deberá ser presentada hasta el día **27 de julio de 2021 hasta las 10:00 a.m. Hora Oficial de la República de Honduras** por correo electrónico a través del email: adquisicionespnudhn@undp.org

Su Propuesta deberá estar redactada en **español**, y será válida por un periodo mínimo de **60 días**.

En el curso de la preparación de la Propuesta, será responsabilidad de usted asegurarse de que llegue a la dirección antes mencionada en la fecha límite o con anterioridad a dicha fecha. Las propuestas recibidas por el PNUD fuera del plazo indicado, por cualquier razón, no serán tomadas en consideración. Si presenta su Propuesta por correo electrónico, le rogamos se asegure de que está debidamente firmada y salvaguardada en formato pdf, libre de cualquier tipo de virus o archivos dañados.

Los servicios propuestos serán revisados y evaluados en base a su integridad y ajuste a la Propuesta, y en su capacidad de respuesta a los requisitos de la SdP y todos los restantes anexos que detallan los requisitos del PNUD.

La Propuesta que cumpla con todos los requisitos, se ajuste a todos los criterios de evaluación y ofrezca una mejor relación calidad-precio será seleccionada y se le adjudicará el Contrato. Toda oferta que no cumpla con los requisitos será rechazada.

Si hubiera una discrepancia entre el precio unitario y el precio total, el PNUD procederá a realizar un nuevo cálculo, en el cual prevalecerá el precio unitario, y corregirá en consecuencia el precio total. Si el Proveedor de Servicios no acepta el precio final determinado por el PNUD sobre la base de su nuevo cálculo y corrección de errores, su Propuesta será rechazada.

Una vez recibida la Propuesta, el PNUD no aceptará ninguna variación de precios resultante de aumento de precios, inflación, fluctuación de los tipos de cambio o cualquier otro factor de mercado. En el



momento de la Adjudicación del Contrato u Orden de Compra, el PNUD se reserva el derecho de modificar (aumentar o disminuir) la cantidad de servicios y/o bienes, hasta un máximo de un veinticinco por ciento (25%) de la oferta total, sin cambios en el precio unitario ni en las restantes condiciones.

Todo Contrato u Orden de Compra emitido como resultado de esta SdP estará sujeto a las Condiciones Generales que se adjuntan al presente documento. El mero acto de presentación de una Propuesta implica que el Proveedor de Servicios acepta sin reparos los Términos y Condiciones Generales del PNUD, que se indican en el Anexo 3 de la presente SdP.

Rogamos tener en cuenta que el PNUD no está obligado a aceptar ninguna propuesta, ni a adjudicar ningún contrato u orden de compra. Tampoco se hace responsable de los costos asociados a la preparación y presentación de las propuestas por parte de los contratistas de servicios, con independencia de los efectos o la manera de llevar a cabo el proceso de selección.

El procedimiento de reclamo para proveedores establecido por el PNUD tiene por objeto ofrecer la oportunidad de apelar a aquellas personas o empresas a las que no se les haya adjudicado una orden de compra o contrato en el marco de un proceso de contratación competitivo. Si usted considera que no ha sido tratado con equidad, puede encontrar información detallada sobre los procedimientos de reclamo en el siguiente enlace:

<http://www.undp.org/content/undp/en/home/operations/procurement/protestandsanctions/>

El PNUD insta a todos los potenciales contratistas de servicios a prevenir y evitar los conflictos de intereses, informando al PNUD si ellos o cualquiera de sus filiales o miembros de su personal han participado en la preparación de los requisitos, el diseño, la estimación de costos o cualquier otra información utilizada en este SdP.

El PNUD practica una política de tolerancia cero ante el fraude y otras prácticas prohibidas, y está resuelto a impedir, identificar y abordar todos los actos y prácticas de este tipo contra el propio PNUD o contra terceros participantes en actividades del PNUD. Asimismo, espera que sus contratistas de servicios se adhieran al Código de Conducta de los Contratistas de las Naciones Unidas, que se puede consultar en este enlace: http://www.un.org/depts/ptd/pdf/conduct_english.pdf

Le agradecemos su atención y quedamos a la espera de sus propuestas.

Atentamente le saluda,

**Unidad de Adquisiciones
PNUD en Honduras**



DESCRIPCIÓN DE REQUISITOS

Contexto de los requisitos	Consultoría para la creación e implementación campañas de difusión masiva para promover la participación ciudadana y el liderazgo de mujeres, jóvenes y grupos insuficientemente representados
Organismo asociado del PNUD en la implementación	Proyecto Honduras Participaz Proyecto Women In Politics Fund (ONU Mujeres)
Breve descripción de los servicios solicitados	<p>ONU Mujeres, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y la Oficina de la Alta Comisionada de Naciones Unidas para los Derechos Humanos (OACNUDH) han aunado sus esfuerzos para implementar el proyecto “Participaz Honduras: Promoviendo transparencia, eficacia institucional e inclusión para la prevención de conflictos en Honduras”, financiado por el Fondo para la Consolidación de la Paz de Naciones Unidas (PBF por sus siglas en inglés)¹. Este proyecto buscará contribuir a mejorar la confianza ciudadana en los procesos electorales, aumentar los niveles de participación de grupos insuficientemente representados y a prevenir los conflictos que se puedan presentar en el ámbito electoral. Mediante la focalización de tres zonas (Distrito Central, San Pedro Sula y Choluteca), las agencias implementadoras están trabajando de la mano con las nuevas instituciones electorales y otras relevantes nacionales, autoridades locales y amplios sectores de la sociedad civil en la prevención de las conflictividades desde un enfoque de construcción de paz y perspectiva de género.</p> <p>Para complementar estos esfuerzos, el Fondo de Mujeres en Política de ONU Mujeres (WiPF por sus siglas en inglés) apoyará acciones dirigidas a contribuir a erradicar aquellas prácticas y obstáculos que continúan limitando el acceso a las mujeres a las esferas políticas, particularmente la violencia contra ellas y los arraigados prejuicios de la sociedad frente a los roles de las mujeres y hombres.</p>
Relación y descripción de los productos esperados	<p>PRODUCTOS:</p> <p>A. Conceptualización y propuesta creativa, línea de base y lineamiento de marca del proyecto</p>

¹ El Fondo de Consolidación para la Paz es un mecanismo financiero de Naciones Unidas para apoyar la sostenibilidad de la paz en países afectados por conflictos armados o en situaciones de riesgo. Honduras ha sido declarado uno de los países elegibles dentro de este fondo por sus altos niveles de conflictividad social, económica y política



	<p>B. Elaboración de piezas de comunicación para las campañas</p> <p>C. Plan de difusión</p> <p>D. MEDICIÓN DE IMPACTO</p>
Persona encargada de la supervisión de los trabajos/resultados del proveedor de servicios	La empresa consultora estará bajo la supervisión directa del PNUD en consenso con ONU Mujeres y OACNUDH.
Localización de los trabajos	<input type="checkbox"/> Sede del proveedor
Duración prevista de los trabajos	El plazo estimado de ejecución de la consultoría es de agosto 2021 – diciembre 2021 (5 meses). El plazo de vigencia del contrato se inicia el día siguiente de la suscripción del contrato y culmina con la conformidad del último entregable y el pago.
Fecha máxima de recepción de consultas/aclaraciones	19 de julio de 2021
Fecha de inicio prevista	Agosto 2021
Fecha de terminación máxima	Diciembre 2021
Calendario de ejecución, indicando desglose y calendario de actividades y subactividades	<input type="checkbox"/> Obligatorio
Nombres y currículos de las personas participantes en la prestación de los servicios	<input type="checkbox"/> Obligatorio
Moneda de la propuesta	<p><input type="checkbox"/> Moneda local: Lempiras</p> <p>Para facilitar la evaluación y comparación de las Propuestas que se encuentren en diferentes monedas, los precios ofertados serán convertidos a dólares estadounidenses, utilizando el tipo de cambio operativo oficial de la ONU vigente a la fecha de presentación de Ofertas. Si un Licitante nacional presenta su oferta en dólares, deberá estar autorizado por la autoridad competente para emitir una facturación en dicha moneda, de lo contrario, el contrato se emitirá en Lempiras a la Tasa de Naciones Unidas vigente al momento de la presentación de oferta. Si un licitante internacional presenta una propuesta está podrá ser pagada en dólares estadounidenses.</p>



<p>Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) en la propuesta de precios</p>	<p><input type="checkbox"/> <u>No</u> deberá incluir el IVA y otros impuestos indirectos Nota: El PNUD se encuentra exento de impuestos sobre la venta (ISV), y podrá emitir órdenes de compra exentas del Sistema PAMEH siendo el Contratista el beneficiario directo de la exoneración, no así los pagos que deberá de realizar la empresa que se contrate, por lo que estos impuestos deberán de ser considerados. Por lo anterior, el Plan de Medios Tradicional y Digital deberá considerar además del porcentaje de comisión del Contratista, el valor del ISV aplicado en las distintas facturas de los medios de comunicación, quienes no estarán recibiendo una orden de compra exenta.</p>
<p>Período de validez de la/s propuesta/s (a partir de la fecha límite para la presentación de la propuesta)</p>	<p><input type="checkbox"/> 60 días</p> <p>En circunstancias excepcionales el PNUD podrá pedir al Contratista que amplíe el plazo de validez de la Propuesta más allá de lo que se ha iniciado inicialmente en las condiciones de salida de esta SdP. En este caso, el Contratista confirmará la ampliación por escrito, sin ningún tipo de modificación ulterior a la Propuesta.</p>
<p>Cotizaciones parciales</p>	<p><input type="checkbox"/> No permitidas</p>
<p>Condiciones de pago²</p>	<p>Todos los pagos serán realizados contra entrega a satisfacción de los entregables. Como se indica en los términos de referencia cada Agencia del Sistema de Naciones Unidas será responsable de gestionar dicho pago; sin embargo, se entiende que el responsable final es el PNUD en vista que la emisión y firma del contrato estará firmado entre el PNUD y la firma adjudicada.</p>
<p>Tipo de contrato que deberá firmarse</p>	<p><input type="checkbox"/> Contrato institucional</p>
<p>Criterios de adjudicación de un contrato</p>	<p><input type="checkbox"/> Mayor puntuación combinada (con la siguiente distribución: un 70% a la oferta técnica, un 30% al precio)</p>

² De preferencia, el PNUD no realizará desembolso alguno en forma previa a la firma del Contrato. Si el Proveedor de Servicios exige un pago por anticipado, su importe se limitará al 20% del total presupuestado. Para cualquier porcentaje superior o cualquier importe total superior a 30.000 dólares EE.UU., el PNUD exigirá del Proveedor la presentación de una garantía bancaria o de un cheque bancario pagadero al PNUD por el mismo importe del pago adelantado por el PNUD al Proveedor.



	<input type="checkbox"/> Plena aceptación de los Términos y Condiciones Generales de Contratación del PNUD (TCG). Se trata de un criterio obligatorio que no puede obviarse en ningún caso, con independencia de la naturaleza de los servicios solicitados. La no aceptación de los TCG será motivo de inadmisión de la Propuesta.
<p>Criterios de evaluación de una propuesta</p>	<p><u>Propuesta técnica (70%)</u></p> <p><input type="checkbox"/> Metodología, adecuación a las condiciones y plazos del plan de ejecución La adjudicación del contrato se realizará empleando el siguiente criterio: puntaje más alto tras el análisis acumulativo donde la evaluación técnica tendrá un peso del 70% combinada con la evaluación financiera que tendrá un peso del 30%.</p> <p>Bajo esta metodología, la adjudicación del contrato se recomendará a la empresa cuya oferta ha sido evaluada y se ha determinado que:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ha cumplido con los requisitos establecidos para este proceso, su oferta responde a los requerimientos incluidos en los TDR, la oferta se ha determinado aceptable, y; • ha obtenido el más alto puntaje asignados a criterios técnicos y económicos predeterminados específicamente para esta solicitud. <p>A fin de determinar el puntaje acumulado final, se empleará la siguiente fórmula:</p> $P=y(u/z)$ <p>Donde</p> <p>P= puntaje obtenido por la oferta económica en evaluación.</p> <p>y= puntaje máximo asignado a la oferta económica.</p> <p>u= precio de la oferta económica más baja</p> <p>z= precio de la oferta económica en evaluación</p> <p><u>Propuesta financiera (30%)</u></p> <p>Se calculará como la relación entre precio de la propuesta y el precio más bajo de todas las propuestas que haya recibido el PNUD.</p>
<p>El PNUD adjudicará el Contrato a:</p>	<input type="checkbox"/> Uno y sólo uno de los proveedores de servicios



<p>Anexos a la presente SdP</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Formulario de presentación de la Propuesta (Anexo 2) <input type="checkbox"/> Términos y Condiciones Generales / Condiciones Especiales (Anexo 3)³ <input type="checkbox"/> TdR detallados
<p>Persona de contacto para todo tipo de información (Demandas por escrito únicamente)⁴</p>	<p>adquisicionespnudhn@undp.org</p> <p>Cualquier retraso en la respuesta del PNUD no podrá ser utilizado como motivo para ampliar el plazo de presentación, a menos que el PNUD decida que considera necesaria dicha ampliación y comunique un nuevo plazo límite a los solicitantes.</p>

³ Se previene a los Proveedores de servicios de que la no aceptación del contenido de los Términos y Condiciones Generales (TCG) podrá ser motivo de descalificación de este proceso de adquisición.

⁴ Esta persona de contacto y la dirección de la misma serán designadas oficialmente por el PNUD. En caso de que se dirija una solicitud de información a otra persona o personas, o dirección o direcciones, aún cuando ésta/s forme/n parte del personal del PNUD, el PNUD no tendrá obligación de responder a dicha solicitud ni de confirmar su recepción.



**FORMULARIO DE PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS
POR LOS PROVEEDORES DE SERVICIOS⁵**

(La presentación de este formulario se realizará únicamente en papel de cartas de la empresa proveedora de servicios, en el que figurará el encabezamiento oficial de la misma⁶)

[Insértese: lugar, fecha]

A: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo - PNUD

Estimado señor/Estimada señora:

Los abajo firmantes tenemos el placer de dirigirnos a ustedes para ofrecer al PNUD los siguientes servicios, de conformidad con los requisitos que se establecen en la Solicitud de Propuesta SDP/00122641/081/2021 "Consultoría para la creación e implementación campañas de difusión masiva para promover la participación ciudadana y el liderazgo de mujeres, jóvenes y grupos insuficientemente representados" de fecha 13 de julio de 2021 y todos sus anexos, así como en las disposiciones de los Términos y Condiciones Generales de Contratación del PNUD. A saber:

A. Calificaciones del Proveedor de Servicios

El Proveedor de Servicios deberá describir y explicar cómo y por qué se considera la entidad que mejor puede cumplir con los requisitos de PNUD, indicando para ello lo siguiente:

- a) Perfil de la empresa con indicación de su experiencia en el sector de publicidad, marketing y/o comunicaciones;*
- b) Antecedentes: lista de clientes de servicios similares a los requeridos por el PNUD, con indicación del alcance, la duración y el valor del contrato, y referencias de contacto;*
- c) Portafolio o dossier virtual en los cuales detallen los servicios provistos clientes anteriores con el detalle de por lo menos tres diferentes servicios (concepto creativo, gestión de prensa, producción audiovisual, marketing digital y redes sociales)*
- d) Listado de miembros recibidos en el sector publicidad/medios/video/marketing, Certificados ISO, certificados de membresía del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, cualquier otra evidencia que la organización tiene un compromiso significativo con la sostenibilidad, por ejemplo, documentos internos de políticas de la compañía sobre el empoderamiento de las mujeres, las energías renovables o la afiliación a instituciones comerciales que promueven estos temas.;*
- d) Declaración por escrito de que la empresa no está incluida en la Lista Consolidada 1267/1989 del Consejo de*

⁵ Este apartado será la guía del Proveedor de Servicios en la preparación de su Propuesta.

⁶ El papel de cartas oficial con el encabezamiento de la empresa deberá facilitar información detallada –dirección, correo electrónico, números de teléfono y fax– a efectos de verificación.



Seguridad de las Naciones Unidas, o en la lista de la División de Adquisiciones de las Naciones Unidas o en cualquier otra lista de proveedores inelegibles de las Naciones Unidas.

B. Propuesta metodológica para la realización de los servicios

El Proveedor de Servicios debe describir cómo tiene previsto abordar y cumplir las exigencias de la SdP, y para ello proporcionará una descripción detallada de las características esenciales de funcionamiento, las condiciones de los informes y los mecanismos de garantía de calidad que tiene previstos, al tiempo que demuestra que la metodología propuesta será la apropiada teniendo en cuenta las condiciones locales y el contexto de los trabajos. Incluyendo:

- a) Incluya descripción detallada de su propuesta creativa, justificación del concepto, slogan, mensajes fuerza.*
- b) Incluya una pieza gráfica fácilmente entendible y adaptable para canales y públicos meta y actores clave.*
- c) Incluya una propuesta de texto para una cuña raidal.*
- d) Incluya una descripción de producción audiovisual/guion*
- e) Incluya un plan de trabajo*

C. Calificación del personal clave

Cuando así lo establezca la SdP, el Proveedor de Servicios facilitará:

- a) los nombres y calificación del personal clave que participe en la provisión de los servicios, indicando el rango de cada uno (jefe de equipo, personal subalterno, etc.);*
- b) en los casos en que lo establezca la SdP, facilitará los currículos que den fe de las calificaciones indicadas*

D. Desglose de costos por entregable*

	Entregables <i>[indíquense en los términos utilizados en la SdP]</i>	Unidad	Precio <i>(Suma global, todo incluido)</i>
1	Entregable 1		
	Campaña madre	1	
	Micro campañas	2	
	Reporte que contenga el plan de acción comunicacional madre	1	



	Reporte del concepto creativo y mensajes claves y recomendaciones para la campaña #1	1	
	Reporte del concepto creativo y mensajes claves y recomendaciones para la campaña #2	1	
	Lineamiento de marca ParticiPaz	1	
	informe con los resultados de la encuesta inicial aplicada.	1	
2	Entragable 2		
	Pieza de comunicación para campaña Mujeres participando en procesos electorales.	1	
	Pauta de campaña de comunicacion Para efectos de evaluación de propuesta se estimará una inversión de pauta digital por HNL 200,000.00/USD 8,000.00	(200,000.00 * porcentaje de pauta conforme el cuadro abajo)	Monto en Lempiras a manera de ejemplo, si el porcentaje en la columna anterior es de 10%, el monto en esta columna debería de ser 200,000 x 10%=20,000.00
	Plan de medios tradicionales y de redes sociales	1	
	GIFs animados	3	
	Postales	5	
	Videos 30"	2	
	Banners web	1	
	Anuncios prensa escrita	2	
	Cuñas de radio	1	
	Spot TV 30"	1	
	Pieza de comunicación para campaña Poblaciones sub-representadas participando en procesos electorales.	1	
	Pauta de campaña de comunicacion Para efectos de evaluación de propuesta se estimará una inversión de pauta digital por HNL 200,000.00/USD 8,000.00	%	
	Plan de medios tradicionales y de redes sociales	1	
	GIFs animados	2	
	Postales	5	
	Videos 30"	1	
	Anuncios prensa escrita	2	
	Cuñas de radio	1	
	Cuñas de radio dialecto adaptaciones	1	
	Documental	1	



	Clips de 30 segundos	3	
3	Entregable 3		
	Informes finales de Campaña de comunicación # 1: Mujeres participando en procesos electorales.	1	
	Informes finales Campaña de comunicación #2: Poblaciones sub-representadas participando en procesos electorales.	1	
4	Entregable 4		
	Resultado de la encuesta final de medición y análisis de las campañas.	1	
	Total		

Comisión por gestión pauta (Incluye Pauta para medios tradicional como digital)	Porcentaje de Comisión
Plan 1: Comisión por gestión de pauta con una inversión como máximo en USD 60,000.00	
Plan 2: Comisión por gestión de pauta con una inversión entre USD 60,000.01 a USD 70,000.00	
Plan 3: Comisión por gestión de pauta con una inversión de mas de USD 70,000.00	

*[Nombre y firma de la persona autorizada por el
Proveedor de Servicios]*

[Cargo]

[Fecha]





Términos y Condiciones Generales de los Servicios

1.0 CONDICIÓN JURÍDICA

Se considerará que el Contratista tiene la condición jurídica de contratista independiente con respecto al Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Ni el personal del Contratista ni los subcontratistas que éste utilice se considerarán bajo ningún concepto empleados o agentes del PNUD ni de las Naciones Unidas.

2.0 ORIGEN DE LAS INSTRUCCIONES

El Contratista no solicitará ni aceptará instrucciones de ninguna autoridad externa al PNUD en relación con la prestación de sus servicios con arreglo a las disposiciones del presente Contrato. El Contratista evitará cualquier acción que pudiera afectar de manera adversa al PNUD o a las Naciones Unidas, y prestará sus servicios velando en todo momento por salvaguardar los intereses del PNUD.

3.0 RESPONSABILIDAD DE EL CONTRATISTA EN RELACIÓN CON SUS EMPLEADOS

El Contratista será responsable de la competencia profesional y técnica de sus empleados, y seleccionará para los trabajos especificados en el presente Contrato a personas fiables que trabajen de modo eficaz en la ejecución de los mismos, que respeten las costumbres locales y que hagan gala de un comportamiento sujeto a elevadas normas éticas y morales.

4.0 CESIÓN

El Contratista no podrá ceder, transferir, dar en prenda o enajenar el presente Contrato, en todo o en parte, ni sus derechos, títulos u obligaciones en virtud del mismo, a menos que cuente con el consentimiento escrito previo del PNUD.

5.0 SUBCONTRATACIÓN

Cuando se requieran servicios de subcontratistas, el Contratista deberá obtener la aprobación y la autorización escritas previas del PNUD para todos los subcontratistas. La aprobación de un subcontratista por parte del PNUD no eximirá al Contratista de ninguna de sus obligaciones en virtud del presente Contrato. Las condiciones de todo subcontrato estarán subordinadas al presente Contrato y deberán ajustarse a las disposiciones del mismo.

6.0 LOS FUNCIONARIOS NO SE BENEFICIARÁN



El Contratista garantizará que ningún funcionario del PNUD o de las Naciones Unidas haya recibido o vaya a recibir beneficio alguno, directo o indirecto, como resultado del presente Contrato o de su adjudicación. El Contratista tendrá presente que la violación de esta disposición constituye un incumplimiento de una cláusula esencial del presente Contrato.

7.0 INDEMNIZACIÓN

El Contratista indemnizará, guardará, defenderá y mantendrá indemne, a su costa, al PNUD, sus funcionarios, agentes y empleados contra todo tipo de juicio, reclamo, demanda o responsabilidad de cualquier naturaleza o especie, incluidos los costos y gastos conexos, que derivara de actos u omisiones del Contratista o de sus empleados, funcionarios, agentes o subcontratistas en la ejecución del presente Contrato. Esta cláusula será aplicable también, entre otros, a cualquier reclamo o responsabilidad relacionada con las indemnizaciones por accidente de trabajo de los empleados del Contratista, así como con las responsabilidades por sus productos y por el uso de inventos o mecanismos patentados, material protegido por derechos de autor u otros derechos intelectuales que pudieren presentar el Contratista, sus empleados, funcionarios, agentes, personal a cargo o subcontratistas. Las obligaciones que se establecen en el presente Artículo no caducarán al término del presente Contrato.

8.0 SEGUROS DE RESPONSABILIDAD CIVIL ANTE TERCEROS

- 8.1** El Contratista proporcionará y luego mantendrá seguros a todo riesgo relativos a su propiedad y a todo equipo utilizado en la ejecución del presente Contrato.
- 8.2** El Contratista proporcionará y luego mantendrá los seguros necesarios para cubrir las indemnizaciones, o su equivalente, debidas a accidentes de trabajo de su personal, que permitan cubrir cualquier reclamo debido a accidentes o fallecimientos relacionados con el presente Contrato.
- 8.3** El Contratista también proporcionará y mantendrá seguros de responsabilidad civil por un monto adecuado, a fin de cubrir las reclamaciones de terceros por muerte o lesiones corporales, o por pérdida de propiedad o daños a ésta, que surjan de la prestación de los servicios incluidos en este Contrato, o en relación con éstos, o por el funcionamiento de cualquier vehículo, embarcación, aeronave u otro equipo alquilado por el Contratista o propiedad de éste, o sus agentes, funcionarios, empleados o subcontratistas, que realicen trabajos o presten servicios relacionados con este Contrato.
- 8.4** Con excepción del seguro de compensación de los trabajadores, las pólizas de seguro contempladas en este Artículo deberán:
 - 8.4.1** Designar al PNUD como asegurado adicional;
 - 8.4.2** Incluir una cláusula en la que la Compañía de Seguros renuncie a subrogarse en los derechos del Contratista en contra o respecto del PNUD;



8.4.3 Incluir una disposición por la cual el PNUD reciba de los aseguradores con treinta (30) días de anticipación el aviso por escrito de una cancelación o un cambio de cobertura.

8.5 A petición del PNUD, el Contratista proporcionará pruebas satisfactorias de la existencia de la póliza de seguro que exige el presente Artículo.

9.0 GRAVÁMENES/DERECHOS PRENDARIOS

El Contratista no provocará ni permitirá la inclusión, por parte de nadie, de ningún derecho prendario, embargo, derecho de garantía u otro gravamen ante una instancia pública o ante el PNUD, debido a sumas adeudadas, vencidas o futuras, por trabajos realizados o materiales suministrados con arreglo al presente Contrato, o por cualquier otra demanda o reclamo contra el Contratista.

10.0 TITULARIDAD DEL EQUIPO

La propiedad de cualquier equipo y suministro que pudiera proporcionar el PNUD corresponderá al PNUD, y dicho equipo será devuelto a éste a la conclusión de este Contrato o cuando el mismo ya no sea necesario para el Contratista. El equipo deberá devolverse al PNUD en las mismas condiciones en que fue entregado al Contratista, sin perjuicio de un deterioro normal debido al uso. El Contratista será responsable ante el PNUD por el equipo dañado o deteriorado más allá de un desgaste normal.

11.0 DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL, PATENTES Y OTROS DERECHOS DE PROPIEDAD

11.1 A menos que se disponga expresamente de otro modo y por escrito en el Contrato, el PNUD será el titular de todos los derechos de propiedad intelectual y demás derechos de propiedad, incluyendo, con carácter no exhaustivo, patentes, derechos de propiedad intelectual y marcas comerciales relacionadas con productos, procesos, inventos, ideas, conocimientos técnicos o documentos, y de todo otro material que el Contratista haya desarrollado para el PNUD durante el periodo de vigencia del presente Contrato y que esté directamente relacionado o haya sido directamente producido o preparado durante la duración del presente Contrato y en relación con el cumplimiento del mismo. Asimismo, el Contratista reconoce y acuerda que dichos productos, documentos y otros materiales corresponden a trabajos llevados a cabo en virtud del Contrato suscrito con el PNUD.

11.2 En la medida en que dicha propiedad intelectual, u otros derechos de propiedad, consista en cualquier clase de propiedad intelectual o derecho de propiedad del Contratista: (i) que exista con anterioridad al desempeño por el Contratista de sus obligaciones con arreglo al presente Contrato, o (ii) que el Contratista pudiera desarrollar o adquirir, o pudiera haber desarrollado o adquirido, independientemente del desempeño de sus



obligaciones en virtud del presente contrato el PNUD no reclamará ni deberá reclamar ningún derecho de propiedad sobre la misma, y el Contratista concederá al PNUD una licencia perpetua para utilizar dicha propiedad intelectual u otro derecho de propiedad únicamente para los fines y requisitos del presente Contrato.

11.3 A petición del PNUD, el Contratista tomará todas las medidas necesarias, ejecutará todos los documentos necesarios y, en general, contribuirá a salvaguardar dichos derechos de propiedad y transferirlos al PNUD de acuerdo con los requisitos de la legislación aplicable y del Contrato.

11.4 Con arreglo a las disposiciones que anteceden, todo mapa, dibujo, fotografía, mosaico, plano, informe, cálculo, recomendación o documento, y toda información compilada o recibida por el Contratista en virtud de este Contrato, será propiedad del PNUD y deberá encontrarse a disposición del PNUD para su uso o inspección en momentos y lugares razonables; asimismo, deberá ser considerado como confidencial y será entregado únicamente a funcionarios autorizados del PNUD a la conclusión de los trabajos previstos en el presente Contrato.

12.0 UTILIZACIÓN DEL NOMBRE, EMBLEMA O SELLO OFICIAL DEL PNUD O DE LAS NACIONES UNIDAS

El Contratista no hará publicidad o divulgará de ninguna manera su calidad de contratista del PNUD, ni utilizará de modo alguno el nombre, emblema o sello oficial del PNUD o de las Naciones Unidas, abreviatura del nombre del PNUD o de las Naciones Unidas, con fines vinculados a su actividad comercial o de otro tipo.

13.0 NATURALEZA CONFIDENCIAL DE LA DOCUMENTACIÓN E INFORMACIÓN

La información y los datos propiedad de cualquiera de las Partes que durante el cumplimiento del presente Contrato fuera compartida o revelada por una parte (el "Divulgador") a la otra (el "Receptor") sea considerada como ("Información Confidencial"), deberá ser tratada con la diligencia y confidencialidad pertinente, y serán manejada de la siguiente manera:

13.1 El Receptor de la información deberá:

13.1.1 utilizar la misma discreción y el mismo cuidado para evitar la revelación, publicación o divulgación de la información que le facilite el Divulgador que tendría con una información similar de su propiedad que no deseara revelar, publicar o divulgar; y,

13.1.2 utilizar la información del Divulgador únicamente con los fines para los que le fue revelada.



- 13.2** Siempre y cuando el Receptor tuvieran acuerdo por escrito con las personas o entidades que se indican a continuación, que obligara a éstas a mantener el carácter confidencial de la información con arreglo al presente Contrato y al presente Artículo 13, el Receptor podría revelar la información a:
- 13.2.1** cualquier otra parte que le autorice el Divulgador, mediante consentimiento previo por escrito; y
 - 13.2.2** los empleados, funcionarios, representantes y agentes del Receptor que tengan necesidad de conocer dicha Información para cumplir con las obligaciones del Contrato, y los empleados, funcionarios, representantes y agentes de cualquier entidad jurídica que el Receptor controle o que se encuentre bajo control compartido, y que tenga necesidad de conocer dicha Información para cumplir con las obligaciones del Contrato, teniendo en cuenta que a tal efecto se entiende por entidad jurídica controlada:
 - 13.2.2.1** una entidad corporativa en la cual la Parte sea titular o controle de forma directa o indirecta, más del cincuenta por ciento (50%) de las acciones o participaciones con derecho a voto; o bien
 - 13.2.2.2** cualquier entidad sobre la cual la Parte posea un control de gestión efectivo; o bien
 - 13.2.2.3** el PNUD, o un fondo afiliado a éste, como FNUDC, UNIFEM o VNU.
- 13.3** El Contratista podrá revelar Información en la medida que exija la ley, siempre y cuando –sujeto a los Privilegios e Inmunidades de las Naciones Unidas, sin excepción alguna– el Contratista notifique al PNUD con suficiente antelación toda solicitud para la divulgación de la información, a fin de conceder al PNUD un tiempo razonable para tomar medidas de protección o cualquier otra medida adecuada previa.
- 13.4** El PNUD podrá revelar información en la medida en que se le solicite con arreglo a la Carta de las Naciones Unidas, las Resoluciones o Reglamentos de la Asamblea General o las normas promulgadas por el Secretario General.
- 13.5** El Receptor no estará impedido de revelar información obtenida por el Receptor de un tercero sin restricciones; o bien revelada por el Divulgador a un tercero sin obligación de confidencialidad; o bien que el Receptor conozca de antemano; o que haya sido desarrollada por el Receptor de manera completamente independiente a cualquier Información que le haya sido revelada.
- 13.6** Estas obligaciones y restricciones de confidencialidad mencionadas seguirán vigentes durante toda la vigencia del Contrato, incluyendo cualquier extensión del mismo; y, a menos que se disponga de otro modo, seguirán vigentes una vez rescindido el Contrato.



14.0 FUERZA MAYOR Y OTRAS MODIFICACIONES DE LAS CONDICIONES

- 14.1** Cuando se produzca cualquier caso de fuerza mayor y tan pronto como sea posible, el Contratista comunicará por escrito el hecho al PNUD junto con todos los detalles pertinentes, así como cualquier cambio que tuviera lugar si el Contratista no pudiera, por este motivo, cumplir todas o parte de sus obligaciones, ni cumplir sus responsabilidades con arreglo al presente Contrato. El Contratista también notificará al PNUD cualquier otra modificación en las condiciones, o la aparición de cualquier acontecimiento que interfiera o amenace interferir la ejecución del presente Contrato. Al recibir la notificación que establece esta cláusula, el PNUD tomará las medidas que a su criterio considere convenientes o necesarias en las circunstancias dadas, incluyendo la autorización a favor del Contratista de una extensión razonable de los plazos, para que éste pueda cumplir sus obligaciones según establece el presente Contrato.
- 14.2** En caso de que el Contratista no pudiera cumplir total o parcialmente las obligaciones contraídas bajo el presente Contrato, en razón del caso de fuerza mayor, el PNUD tendrá derecho a suspender o rescindir el presente Contrato en los mismos términos y condiciones previstos en el Artículo 15 –“Rescisión”–, con la salvedad de que el período de preaviso será de siete (7) días en lugar de treinta (30) días.
- 14.3** Por fuerza mayor, en el sentido de este Artículo, se entienden los actos fortuitos, actos de guerra (declarada o no), invasiones, revoluciones, insurrecciones u otros actos de naturaleza o fuerza similar.
- 14.4** El Contratista reconoce y acuerda que, en relación con las obligaciones derivadas del presente Contrato que el Contratista deba desempeñar en o para cualquier ámbito en el cual el PNUD esté implicado, o preparado para implicarse, o a punto de retirarse de cualquier operación de paz, humanitaria o similar, las demoras o el incumplimiento de dichas obligaciones que surjan o que se relacionen con las condiciones extremas de dichos ámbitos o cualquier acontecimiento de disturbios civiles que ocurra en dichas áreas no se considerarán en sí y por sí casos de fuerza mayor en virtud del presente Contrato

15.0 RESCISIÓN

- 15.1** Cualquiera de las partes podrá rescindir el presente Contrato total o parcialmente por causa justificada, notificándolo a la otra Parte por escrito con un preaviso de treinta (30) días. La iniciación de un procedimiento arbitral con arreglo al artículo 16.2 infra (“Arbitraje”), no se considerará como rescisión del presente Contrato.
- 15.2** El PNUD se reserva el derecho de rescindir sin causa justificada el presente Contrato en cualquier momento, notificándolo por escrito al Contratista con quince (15) días de anticipación,



en cuyo caso el PNUD reembolsará al Contratista todos los gastos razonables en los que éste hubiera incurrido con anterioridad a la recepción de la notificación de rescisión.

15.3 En caso de rescisión por parte del PNUD con arreglo al presente Artículo, no habrá pago alguno adeudado por el PNUD al Contratista, a excepción del que corresponda por los trabajos y servicios prestados satisfactoriamente, con arreglo a las cláusulas explícitas del presente Contrato.

15.4 En caso de que el Contratista fuera declarado en quiebra, en concurso de acreedores o fuera declarado insolvente, o bien si el Contratista cediera sus derechos a sus acreedores, o si se nombrara a un administrador judicial debido a la insolvencia del Contratista, el PNUD podría, sin perjuicio de otros derechos o recursos que pudiera ejercer, rescindir el presente Contrato en el acto. El Contratista informará inmediatamente al PNUD en caso de que se presente alguna de las situaciones arriba mencionadas.

16.0 RESOLUCION DE DISPUTAS

16.1 Resolución amigable: Las Partes realizarán todos los esfuerzos posibles para resolver de forma amigable cualquier disputa, controversia o reclamo, incumplimiento, rescisión o invalidez que surgiese en relación con el presente Contrato. En caso de que las partes desearan buscar una solución amigable mediante un proceso de conciliación, éste tendrá lugar con arreglo a las Reglas de Conciliación de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (CNUDMI) vigentes en ese momento, o con arreglo a cualquier otro procedimiento que puedan acordar las Partes.

16.2 Arbitraje: A menos que cualquier disputa, controversia o reclamo que pudiera surgir entre las Partes en relación con este Contrato, o con su incumplimiento, rescisión o invalidación, se resolviera amigablemente de acuerdo con lo estipulado en el Artículo 16.1 supra dentro de los sesenta (60) días a partir de la recepción por una de las Partes de la solicitud de la otra Parte de una resolución amigable, dicha disputa, controversia o reclamo podrá ser sometida por cualquiera de las Partes a un proceso de arbitraje según el Reglamento de Arbitraje de la CNUDMI vigente en ese momento. Las decisiones del tribunal arbitral estarán basadas en los principios generales del Derecho Comercial Internacional. En todas las cuestiones relacionadas con la obtención de pruebas, el tribunal arbitral deberá guiarse por el Reglamento Suplementario que Gobierna la Presentación y Recepción de la Evidencia en Arbitraje Comercial Internacional de la Asociación Internacional de Abogados, en su edición del 28 de mayo de 1983. El tribunal arbitral tendrá la capacidad de ordenar la restitución o la destrucción de bienes u otras propiedades, tangibles o intangibles, o de cualquier información confidencial brindada en virtud del presente Contrato, u ordenar la rescisión del Contrato, u ordenar que se tome cualquier otra medida preventiva con respecto a los bienes, servicios o cualquier otra propiedad, tangible o intangible, o de cualquier información confidencial brindada en virtud del presente Contrato, en forma adecuada, y de conformidad con la autoridad del tribunal arbitral según lo dispuesto en



el Artículo 26 (“*Medidas cautelares*”) y el Artículo 32 (“*Renuncia al derecho a objetar*”) del Reglamento de Arbitraje de la CNUDMI. El tribunal arbitral no tendrá autoridad para imponer sanciones punitivas. Asimismo, a menos que se exprese de otro modo en el Contrato, el tribunal arbitral no tendrá autoridad alguna para adjudicar intereses que excedan del tipo de interés interbancario de Londres (LIBOR) vigente en ese momento, y cualquier interés aplicable deberá ser siempre interés simple. Las Partes estarán vinculadas por el fallo del tribunal arbitral resultante del citado proceso de arbitraje, a modo de resolución final de toda controversia, reclamo o disputa.

17.0 PRIVILEGIOS E INMUNIDADES

Nada de lo estipulado en el presente Contrato o que se relacione con el mismo se considerará como renuncia, expresa o implícita, a los Privilegios e Inmunidades de las Naciones Unidas, incluidos sus órganos subsidiarios.

18.0 EXENCIÓN IMPOSITIVA

18.1 El Artículo 7 de la Convención sobre Privilegios e Inmunidades de las Naciones Unidas dispone, entre otras cosas, que las Naciones Unidas, incluidos sus órganos subsidiarios, quedarán exentos del pago de todo tipo de impuestos directos, salvo las tasas por servicios públicos; además se exime a las Naciones Unidas de pagar los derechos aduaneros e impuestos similares en relación con los artículos importados o exportados de uso oficial. Si alguna autoridad gubernamental se negase a reconocer la exención impositiva de las Naciones Unidas en relación con dichos impuestos, derechos o gravámenes, el Contratista consultará de inmediato al PNUD a fin de determinar un procedimiento que resulte aceptable para ambas partes.

18.2 De igual modo, el Contratista autoriza al PNUD a deducir de la facturación del Contratista cualquier monto en concepto de dichos impuestos, derechos o gravámenes, salvo que el Contratista haya consultado al PNUD antes de abonarlos y que el PNUD, en cada caso, haya autorizado específicamente al Contratista el pago de los impuestos, derechos o gravámenes en cuestión. En este caso, el Contratista le entregará al PNUD los comprobantes escritos por el pago de dichos impuestos, derechos o gravámenes que haya realizado y que hayan sido debidamente autorizados.

19.0 TRABAJO INFANTIL

19.1 El Contratista declara y garantiza que ni él mismo ni ninguno de sus contratistas se encuentra involucrado en prácticas que violen los derechos establecidos en la Convención sobre los Derechos del Niño, en particular el Artículo 32 de la misma que, entre otras cosas, requiere que se proteja a los menores de la realización del desempeño



de trabajos peligrosos que entorpezcan su educación o sean nocivos para su salud o para su desarrollo físico, mental, espiritual, moral o social.

- 19.2** Cualquier violación de esta declaración y estas garantías autorizará al PNUD a rescindir el presente Contrato de inmediato, mediante la debida notificación al Contratista y sin cargo alguno para el PNUD.

20.0 MINAS

- 20.1** El Contratista declara y garantiza que ni él mismo ni ninguno de sus suministradores se encuentran activa y directamente comprometido en actividades de patentes, desarrollo, ensamblado, producción, comercialización o fabricación de minas, o en actividades conexas relacionadas con los componentes utilizados en la fabricación de minas. El término "minas" se refiere a aquellos dispositivos definidos en el Artículo 2, Párrafos 1, 4 y 5 del Protocolo II anexo a la Convención de 1980 sobre Armas Convencionales Excesivamente Nocivas o de Efectos Indiscriminados.

- 20.2** Cualquier violación de esta declaración o garantías autorizará al PNUD a rescindir el presente Contrato en forma inmediata, mediante la debida notificación al Contratista, sin que esto implique responsabilidad alguna por los gastos de rescisión o cualquier otra responsabilidad por parte del PNUD.

21.0 CUMPLIMIENTO DE LA LEY

El Contratista cumplirá con todas las leyes, ordenanzas, normas y reglamentaciones que guarden relación con sus obligaciones, con arreglo al presente Contrato.

22.0 EXPLOTACIÓN SEXUAL

- 22.1** El Contratista deberá tomar todas las medidas necesarias para impedir la explotación o abuso sexual de cualquier persona por parte del Contratante o de cualquiera de sus empleados, o por cualquier otra persona que pueda ser contratada por el Contratista para prestar cualquier servicio en virtud del Contrato. Con este fin, todo intercambio sexual con cualquier persona menor de dieciocho años, con independencia de cualesquiera leyes relativas al consentimiento, constituirá un caso de explotación y abuso sexual de dicha persona. Además, el Contratista se abstendrá, y tomará todas las medidas adecuadas para que también lo hagan sus empleados u otras personas contratadas por él, de todo intercambio de dinero, bienes, servicios, ofertas de empleo u otros artículos de valor por favores sexuales o actividades que constituyan una explotación o degradación de cualquier persona. El Contratista reconoce y acuerda que estas disposiciones del presente Contrato constituyen una condición esencial del mismo, y que cualquier incumplimiento de esta representación y garantía autoriza al PNUD a rescindir el Contrato de inmediato mediante notificación al Contratista, sin obligación alguna relativa a gastos de rescisión o a compensación de ningún otro tipo.



22.2 El PNUD no aplicará la norma que antecede relativa a la edad en ningún caso en que el personal del Contratista o cualquier otra persona contratada por éste para prestar cualquier servicio en virtud del presente Contrato esté casado/a con la persona menor de dieciocho años con quien haya mantenido dicho intercambio sexual y cuyo matrimonio sea reconocido como válido ante la ley del país de ciudadanía de las personas involucradas contratadas por el Contratista.

23.0 FACULTAD PARA INTRODUCIR MODIFICACIONES

Con arreglo al Reglamento Financiero del PNUD, únicamente el Funcionario Autorizado del PNUD posee la autoridad para acceder en nombre del PNUD a cualquier modificación o cambio del presente Contrato, a renunciar a cualquiera de sus disposiciones o a cualquier relación contractual adicional de cualquier tipo con el Contratista. Del mismo modo, ninguna modificación o cambio introducidos en el presente Contrato tendrá validez y será aplicable frente al PNUD, a menos que se incluya en una enmienda al presente Contrato debidamente firmada por el Funcionario Autorizado del PNUD y por el Contratista.



TÉRMINOS DE REFERENCIA

Consultoría para la creación e implementación campañas de difusión masiva para promover la participación ciudadana y el liderazgo de mujeres, jóvenes y grupos insuficientemente representados

Información de la consultoría	
Título	Consultoría para la creación e implementación campañas de difusión masiva para promover la participación ciudadana y el liderazgo de mujeres, jóvenes y grupos insuficientemente representados
Proyecto	Proyecto Honduras Participaz Proyecto Women In Politics Fund (ONU Mujeres)
Supervisor	Coordinador del Proyecto, con apoyo de la Especialista de Comunicaciones del PNUD
Tipo de contrato	Consultoría. Empresa.
Inicio esperado	Agosto 2021

1. ANTECEDENTES

Honduras afronta una nueva jornada electoral en el 2021 para los cargos nacionales y locales en medio de un escenario complejo producto, no solo de las restricciones sanitarias del COVID-19, sino de una serie de elementos estructurales y coyunturales como, polarización y violencia política, graves debilidades de los órganos electorales y políticos y altos grados de desconfianza de la ciudadanía hacia estos últimos. Así, varias de las conflictividades que caracterizaron jornadas electorales anteriores (2009, 2013 y 2017) podrían repetirse e incluso agravarse si no se implementan medidas que busquen aumentar la confianza y los niveles de transparencia de estos procesos, contribuyendo a la inclusión de sectores generalmente sub-representados en los espacios políticos tales como mujeres, jóvenes, personas LGBTIQ+, comunidades afro hondureñas, indígenas, jóvenes, personas con discapacidad, entre otras.

De manera histórica diferentes sectores de la población han enfrentado diversas formas de discriminación que han obstaculizado el ejercicio de sus derechos políticos, particularmente su participación en los procesos electorales como candidatas/os, siendo las mujeres uno de los ejemplos más ilustrativos de estas arraigadas prácticas. A pesar de representar más del 50% de la población y de los avances legales en materia de cuotas de género, las mujeres permanecen generalmente excluidas de los cargos de elección popular y de la participación dentro de las altas ramas del poder, lo mismo en las cabezas de los partidos donde continúa siendo la excepción (Freidenberg, 2019, p. 4). De igual forma, aunque en materia del derecho al sufragio la participación de las mujeres ha sido superior a la de los hombres en las últimas jornadas electorales en Honduras (ONU Mujeres & Et. al., 2016, p. 23), estas continúan estando débilmente representadas en las estructuras de poder.

Estando Honduras en un proceso electoral durante el año 2021 y en medio de las actuales barreras y desafíos, algunos de ellos estructurales y otros coyunturales (como las consecuencias de la pandemia de



la COVID-19 y los efectos de los huracanes Eta e Iota), hace que algunos sectores catalogados como insuficientemente representados, entre estos mujeres, jóvenes, personas LGBTQ+, comunidades afro hondureñas, indígenas, personas con discapacidad, entre otras, enfrenten mayores obstáculos para hacer valer sus derechos civiles y políticos, canalizar sus demandas, acceder a espacios de poder, y hacer veeduría de los procesos políticos y electorales que se desarrollan en el país.

La falta de acceso a la participación y la ausencia de garantías alrededor de este ejercicio ciudadano, tipificado en la legislación nacional, desmoviliza a estos sectores que son fundamentales para garantizar y fortalecer los procesos democráticos y participativos que demanda el país, con el fin de construir una ruta que permita consolidar una cultura de paz y de prosperidad social, desestructurando así la cultura tradicional de violencia que hoy la gran mayoría de los hondureños rechazan y denuncian con su voz y con su actuar.

2. CONTEXTO

Los avances para lograr una mayor participación de las mujeres en la política son alentadores a nivel mundial. Además de los significativos progresos normativos internacionales⁷, existen varios datos que demuestran una realidad cambiante en el involucramiento de las mujeres en estas esferas. En Honduras se ha incluido modificaciones legales para la incorporación de la paridad en las listas electorales. Sin embargo, persisten los desafíos para avanzar hacia una paridad de género. La exigencia de la paridad solo es aplicable para las primarias y no para las generales⁸, el modelo del sistema electoral; la violencia contra las mujeres en política; y los obstáculos sociales y económicos que sufren las mujeres, como por ejemplo la falta de recursos para financiar sus campañas (Albaine, 2015; Freidenberg, 2019; NDI et. al., 2017; Observatorio de Mujeres No 26, 2018). Los datos de las últimas elecciones generales (2017) son un ilustrativo ejemplo de la realidad de las mujeres políticas. En esta jornada solo fueron elegidas 27 diputadas de 128 (21%), representando además un retroceso de 4.7% si se compara con las elecciones del 2013 (25.7%) (Observatorio de Mujeres No 26, 2018, p. 11). A nivel municipal, del total de 277 alcaldes/as, solo 21 mujeres fueron elegidas (7%).

No obstante, a diferencia del pasado, en las jornadas electorales hubo un número mayor de mujeres presentándose a los cargos electorales. Por ejemplo, en el 2017 para las elecciones primarias locales, el número de mujeres se incrementó de 473 a 893 (Ibíd., pg 14-15). Igualmente, para las listas de las primarias para el Congreso en el 2021, hubo un incremento significativo de mujeres en las planillas (UNAH-IUDPAS, 2021). Entonces, si la problemática no está en la "falta de candidatas" o en la ausencia de cuotas de género: ¿por qué no se están eligiendo más mujeres en Honduras? Aunque hay una variedad de razones para explicar este fenómeno que van desde las debilidades del sistema electoral hasta las prácticas partidarias, la persistencia de prejuicios y estereotipos en la sociedad sobre los roles asignados a hombres y mujeres es una de sus principales causas. Las enormes limitaciones que enfrentan las mujeres en el campo político no pueden verse como sucesos inconexos o nuevos, sino como la reproducción de "los roles de género que asocian a los hombres con la esfera pública; y a las mujeres, con el ámbito privado (Albaine, 2021, p. 21).

⁷ Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer, 1979; Conferencia Mundial para el Examen y la Evaluación de los Logros del Decenio de las Naciones Unidas para la Mujer: Igualdad, Desarrollo y Paz (1985); Plan de Acción de Beijing (1995); Resoluciones de la ONU Asamblea General sobre la participación política de las mujeres (A/RES/58/142 y A/RES-66/130 de 2003 y 2011 respectivamente).

⁸ Con excepción de aquellos partidos que no se presenten en las primarias, que son al final los partidos minoritarios.



Por su parte, OACNUDH observó una reducción progresiva de la participación y respeto a los derechos humanos de mujeres, jóvenes y grupos insuficientemente representados en Honduras, una tendencia que se mantuvo y se acentuó en 2020 con la llegada de la pandemia de COVID-19.

En el Informe Anual sobre la situación de derechos humanos en Honduras durante el 2020, publicado por OACNUDH en marzo 2021, la Oficina señaló su preocupación por los retrasos en la aprobación de la nueva ley electoral, que regulará los detalles del proceso electoral de noviembre de 2021, así como la asignación de un presupuesto específico para su aplicación, situación que puede afectar la legitimidad y la aceptación pública de los resultados, ocasionando tensiones. OACNUDH subraya en su Informe que la adopción de una ley electoral y de los protocolos necesarios para su aplicación, que garantice el derecho a votar y a ser elegido, es necesaria para garantizar un proceso electoral transparente.

Las personas LGBTIQ+ continúan sufriendo discriminación y violencia generalizada relacionadas con su orientación sexual y/o identidad o expresión de género. El observatorio de muertes violentas de la organización no gubernamental Cattrachas reportó 20 asesinatos de personas LGBTIQ+ (3 lesbianas, 9 gays y 8 transexuales, incluido un defensor de derechos humanos, para el año 2020), sumándose nuevas víctimas mortales en el primer semestre del 2021. El incremento de estas cifras de violencia y muerte sigue preocupando a organizaciones y a la sociedad civil en general, pero genera principalmente miedo en las personas LGBTIQ+ dado que se sienten perseguidos por la violencia y la discriminación, eventos que les desmoviliza de cualquier espacio posible de participación.

Asimismo, OACNUDH observó un preocupante aumento de comportamientos discriminatorios y xenófobos contra las personas migrantes, repatriadas y desplazadas internas, fomentado por prejuicios y narrativas que las asocian con la propagación del COVID-19.

Parte de las Recomendaciones que OACNUDH realiza en el Informe Anual sobre la situación de derechos humanos en Honduras durante el 2020, incluyen adoptar medidas urgentes para proteger a las mujeres y las niñas de la violencia de género, incluido el femicidio, la discriminación de género y los estereotipos de género, garantizando la rendición de cuentas y la implementación de acciones preventivas.

Acercándose el proceso electoral de 2021, y a la luz del cuestionamiento de algunos sectores sobre la transparencia del último proceso electoral y al alcance de las reformas promovidas después de la crisis política de 2017, persiste el riesgo que la alta conflictividad político-electoral pudiera desencadenarse en el corto y mediano plazo. Es necesario tomar medidas preventivas para que se reduzca el riesgo de conflictividad y garantizar la no repetición a violación de derechos, pero que además abonen a mejorar la transparencia, la rendición de cuentas, la inclusión y la interlocución entre actores estatales y sociales para aportar a la gobernanza y el Estado de Derecho. Además, resulta importante implementar medidas que contribuyan en el aumento de la confianza y transparencia tanto a nivel de los partidos políticos, instituciones electorales como en el mismo desarrollo de los comicios y busquen la inclusión de sectores generalmente insuficientemente representados tales como mujeres, jóvenes, personas LGBTIQ+, comunidades afrohondureñas, indígenas, personas con discapacidad, entre otros.

3. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO



ONU Mujeres, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y la Oficina de la Alta Comisionada de Naciones Unidas para los Derechos Humanos (OACNUDH) han aunado sus esfuerzos para implementar el proyecto “ParticiPaz Honduras: Promoviendo transparencia, eficacia institucional e inclusión para la prevención de conflictos en Honduras”, financiado por el Fondo para la Consolidación de la Paz de Naciones Unidas (PBF por sus siglas en inglés)⁹. Este proyecto buscará contribuir a mejorar la confianza ciudadana en los procesos electorales, aumentar los niveles de participación de grupos insuficientemente representados y a prevenir los conflictos que se puedan presentar en el ámbito electoral. Mediante la focalización de tres zonas (Distrito Central, San Pedro Sula y Choluteca), las agencias implementadoras están trabajando de la mano con las nuevas instituciones electorales y otras relevantes nacionales, autoridades locales y amplios sectores de la sociedad civil en la prevención de las conflictividades desde un enfoque de construcción de paz y perspectiva de género.

Para complementar estos esfuerzos, el Fondo de Mujeres en Política de ONU Mujeres (WiPF por sus siglas en inglés) apoyará acciones dirigidas a contribuir a erradicar aquellas prácticas y obstáculos que continúan limitando el acceso a las mujeres a las esferas políticas, particularmente la violencia contra ellas y los arraigados prejuicios de la sociedad frente a los roles de las mujeres y hombres.

4. OBJETIVOS, RESULTADOS Y ACTIVIDADES

Objetivos

General

Diseñar e implementar un plan de comunicaciones, por medio de dos campañas masivas (prensa tradicional y redes sociales), enfocadas en la promoción de la participación ciudadana y el liderazgo de mujeres, jóvenes personas LGBTIQ+, comunidades afro hondureñas, indígenas, jóvenes, personas con discapacidad, en la construcción de paz y la prevención de conflictos sociales y políticos.

Específicos

- I. Sensibilizar a la población de la necesidad de fomentar la participación política de la mujer y contribuyan a romper con los estereotipos de las mujeres en los ámbitos políticos. Para este fin, ONU Mujeres cuenta con dos piezas comunicacionales que serán replicadas y adaptadas al contexto hondureño.
- II. Promover la participación de jóvenes, mujeres, personas LGBTI, comunidades indígenas, garífunas y poblaciones insuficientemente representadas, en el proceso electoral que se desarrollará en el mes de noviembre de 2021 en Honduras. Asimismo, visibilizar la imagen de las y los líderes-as de estas poblaciones a participar en el proceso electoral asumiendo valores y características democráticas y de buenas prácticas políticas y electorales.

Resultado esperado

Mujeres, jóvenes, personas LGBTIQ+, comunidades afro hondureñas, indígenas, jóvenes, personas con discapacidad y poblaciones insuficientemente representadas incrementan su participación ciudadana e incidencia

⁹ El Fondo de Consolidación para la Paz es un mecanismo financiero de Naciones Unidas para apoyar la sostenibilidad de la paz en países afectados por conflictos armados o en situaciones de riesgo. Honduras ha sido declarado uno de los países elegibles dentro de este fondo por sus altos niveles de conflictividad social, económica y política



en procesos de rendición de cuentas, veeduría social, procesos electorales y construcción de cultura de paz, incluyendo la prevención y resolución de conflictos

Actividades

- Aplicar encuesta para conocer el impacto de las campañas de sensibilización a los grupos objetivos.
- Formular la conceptualización de las campañas, una campaña madre sobre la construcción de la paz y prevención de conflictos sociales y políticos, y con dos campañas específicas para cada target.
- Diseñar y producir las piezas de comunicación visuales, audiovisuales y radiales.
- Participar en reuniones periódicas e intercambios con las agencias responsables.
- Integrar los aportes en consenso de las agencias correspondientes.
- Diseñar e implementar un plan de difusión en medios de comunicación nacionales y locales, y en redes sociales.
- Medir el alcance de la campaña en medios de comunicación masivos tradicionales y digitales.
- Entregar informes y entregables en tiempo y forma.

5. DESCRIPCIÓN DE PRODUCTOS Y ENTREGABLES

E. Conceptualización y propuesta creativa, línea de base y lineamiento de marca del proyecto

a.1 Formulación de un plan de acción comunicacional para una campaña madre de difusión masiva sobre construcción de la paz y prevención de conflictos sociales y políticos. Los cuales se implementarán desde dos intervenciones creativas:

- Campaña # 1: Mujeres participando en procesos electorales
- Campaña #2: Poblaciones sub-representadas participando en procesos electorales

El plan de acción comunicacional para una campaña madre, construido bajo el consenso de las partes, debe desarrollar los mensajes claves y las estrategias más adecuadas de difusión de las piezas que se solicitan en este TDR, así como se espera que se proponga otras acciones de comunicaciones (ATL y BTL) para vincularse con actores claves, como academia y líderes-as de opinión/ actores influyentes, etc. Por su parte, para el caso de las campañas #1 y #2 se espera que se incluya el desarrollo creativo, mensajes, las piezas y sugerencias de acciones para piezas e intervenciones comunicacionales de acciones nuevas para trabajar sea in-house o con socios, etc.

a.2 Para saber el impacto de las dos campañas, se considerará una evaluación (encuesta, cuantitativa) pre y post a la emisión de la campaña. La encuesta deberá realizarse en tres ciudades: MDC, SPS y Choluteca, con una muestra representativa de acuerdo con el target de cada una de las campañas. La **encuesta de medición de impacto** es para medir el grado de concientización de la población sobre la importancia de la participación y liderazgos de mujeres, jóvenes y grupos insuficientemente representados. La encuesta permitirá conocer el antes y después de la implementación de las campañas y puede habilitarse de manera electrónica y difundida ampliamente de manera digital. Para ese momento antes de la implementación de la campaña, solo se aplicará la encuesta de inicio, y al final de la campaña, se aplicará la segunda. Un análisis comparativo de los hallazgos y de sugerencias y lecciones aprendidas sobre las acciones hechas será requerido al final de la consultoría.

a.3 El plan de trabajo debe estar basado desde la fecha de inicio hasta el final de la consultoría, y considerando el plan del ciclo electoral del país. Debe incluir las fechas tentativas de entrega de los productos, difusión, las evaluaciones (encuesta) y momentos donde se sugiere las actividades en BTL y ATL, complementarias.



a.4 Adicionalmente, se espera que se pueda crear **manual de visibilidad y comunicación de ParticiPaz**, del cual se desprende las dos campañas. Este manual debe proporcionar las directrices generales y aplicación para visibilizar las acciones que realiza el proyecto con los distintos actores institucionales con los que trabaja a nivel de entidades gubernamentales, de sociedad civil, movimientos juveniles, entre otros. Asimismo, debe brindar los lineamientos para delimitar y atribuir de manera apropiada a estos actores en productos de comunicación y establecer la norma para uso adecuado de la denominación del proyecto, los logos, tipografía, colores, mensajes claves, canales, incluyendo las aplicaciones en productos impresos, digitales, audiovisuales, radiales entre otros.

Cada campaña debe tener su propia identidad visual que, derivados del manual de visibilidad y comunicación de ParticiPaz, den vida a productos específicos para mujeres y poblaciones sub-representadas en formatos visuales, audiovisuales, radiales y web de manera coherente y atractiva. Particularmente, se requiere el diseño de GIFs animados, ilustraciones en formato de postales y key visuals.

ENTREGABLES:

- 01 plan de trabajo aprobado, que incluye la campaña madre y las 02 micro campañas.
- 01 reporte que contenga el plan de acción comunicacional madre, y que además incluya:
 - 01 reporte del concepto creativo y mensajes claves y recomendaciones para la campaña #1
 - 01 reporte del concepto creativo y mensajes claves y recomendaciones para la campaña #2
- 01 lineamiento de marca ParticiPaz aprobado.
- 01 informe con los resultados de la encuesta inicial aplicada.

F. Elaboración de piezas de comunicación para las campañas

La elaboración de las piezas de comunicación debe ser con técnicas creativas y atractivas de producción en los distintos productos. Debe considerarse en la elaboración de piezas el lengua inclusivo y no discriminatorio (véase anexo 1 para más detalles). Algunos productos que debe incluir y que van dirigidos tanto para el fomento de participación del liderazgo de mujeres como para los jóvenes y grupos insuficientemente representados son:

ENTREGABLES:

CAMPAÑA #1 – MUJERES PARTICIPANDO EN PROCESOS ELECTORALES

01 Plan de difusión para medios tradicionales y de redes sociales. Con un calendario editorial de contenidos visuales aprobado.

05 Postales ilustradas estáticas con sus adaptaciones para redes sociales

- Tamaño 1080x1080 para Facebook e instagram
- Tamaño 1200x675 para Twitter
- Tamaño 1080x1920 para stories

03 GIFs animados de 30 segundos con adaptaciones para redes sociales

- Tamaño 1080x1080 y 1200x675 (Facebook y twitter)

02 videos de 30 segundos – animación 2D

- Preproducción:
 - Guión y storyboard pre aprobados por la institución
 - Plan de rodaje



- Post producción:
 - o Edición, musicalización y locución femenina. Videos de 30 segundos en formato cuadrado 1080x1080 y formato rectangular de 1080x1920 en 4k para las diferentes plataformas. Debe estar subtítulos al español.

01 Banner web (Google Ads)

02 Anuncios de prensa escrita

01 Cuña de radio

- 30 segundos: Locución femenina, edición, efectos de sonido, musicalización

01 Spot de TV

- Pre producción:
 - o Guión y storyboard pre aprobados por la institución
 - o Plan de rodaje
- Post producción:
 - o Edición, musicalización y locución. Videos de 30 segundos de 1080x1920 en 4K para TV. Debe tener subtítulos al español

CAMPAÑA #2 – POBLACIONES SUB-REPRESENTADAS PARTICIPANDO EN PROCESOS ELECTORALES. Véase anexo 2 para más especificaciones

01 Plan de difusión para medios tradicionales y de redes sociales. Con un calendario editorial de contenidos visuales aprobado.

05 Postales ilustradas estáticas con sus adaptaciones para redes sociales

- Tamaño 1080x1080 para Facebook e Instagram
- Tamaño 1200x675 para Twitter
- Tamaño 1080x1920 para stories

02 GIFs animados de 30 segundos con adaptaciones para redes sociales

- Tamaño 1080x1080 y 1200x675 (Facebook y twitter)

01 video de 30 segundos – animación 2D

- Preproducción:
 - o Guion y storyboard pre aprobados por la institución
 - o Plan de rodaje
- Post producción:
 - o Edición, musicalización y locución. Videos de 30 segundos en formato cuadrado 1080x1080 y formato rectangular de 1080x1920 en 4k para las diferentes plataformas. Debe estar subtítulos al español.

02 Anuncios de prensa escrita

02 Cuñas de radio

- 30 segundos: Locución, edición, efectos de sonido, musicalización.
- Adaptación 30 segundos: Locución en garífuna, edición, efectos de sonido, musicalización.

01 DOCUMENTAL: Se espera que cuando se entreguen los productos abajo descritos también se entregue el material en bruto.

- 15 minutos aproximadamente, grabado mínimo en 4K.
 - o Preproducción: Carpeta de pre producción preaprobado por OACNUDH, que incluya guión, storyboard, plan de rodaje, sinopsis, lista de material de apoyo, preguntas para entrevistas, perfiles de personajes potenciales.



- o Producción: Al inicio y al final de la campaña se requiere 02 días de grabación en SPS, 02 días de grabación en Choluteca, 02 días de grabación en Tegucigalpa. Durante la visita se debe registrar material de apoyo y entrevistas en cada locación. Los líderes-as son los protagonistas del contenido. Formato de cesión de derechos de imagen firmados. Una vez culminada la grabación se pedirán las entrevistas realizadas, los materiales de relleno, fotografías de archivo.
- o Post-producción: grabación de locuciones, uso de estudio, música original, cortinas de logos al final, masterización, amplio rango dinámico de edición, colorización, subtítulos, una versión con lenguaje de señas de todo el documental será necesaria. El material en bruto será requerido para adaptación a formatos para redes sociales, y edición de cortes de clips para presentar cada líderesa y sus historias.
- Extractos del documental organizados por personaje serán presentados en las redes sociales de OACNUDH. El documental en su versión extensiva será presentado en un acto semi-presencial a organizarse por OACNUDH a finales de año. La difusión de los contenidos del documental en su versión corta o extensiva deben ser parte del plan de difusión en medios.

G. Plan de difusión

Redes sociales

En base al calendario editorial aprobado y una vez habilitados los accesos a las redes sociales de las agencias de Naciones Unidas, bajo la discreción y manejo seguro de las mismas, la empresa consultora procederá a publicar de manera periódica y constante en horarios estratégicos los distintos contenidos adaptados para cada red social. No se incluye el trabajo de un community manager para las cuentas, solo se dará acceso para la publicación de las noticias, en caso así se coordine con las oficinas.

La gestión y ejecución de la pauta publicitaria en digital debe incluir comisión por gestión y tendrá una duración de ocho semanas. En la medida que avanza la campaña se debe analizar el comportamiento y optimizar el plan.

Los reportes que serán aprobados deben consolidar los cronopost mensuales hechos de cada una de las dos campañas (los cronopost incluyen los copies y la pauta). Incluye el reporte post-inversión de la pauta y el impacto de la acción. Generar informe de métricas con análisis cuantitativo y cualitativo por cada red con diferenciación de sexo, edad, ubicación; impresiones, alcances, etc. Se espera que la planificación se haga por cada 15 días previo, la cual se debe aprobar.

Prensa

Se requiere formular los respectivos planes de medios (02 planes en total, uno para cada campaña) en radio, prensa y TV para medios de comunicación con alcance nacional y regional (Choluteca, Cortés y Francisco Morazán).

- Crear 02 plan de difusión para medios (véase el punto B, en los entregables).
- 08 semanas antes de las elecciones generales, se estiman entre septiembre y noviembre del 2021.
- Gestionar la pauta mediática. Incluir comisión por gestión.



- Perfil de medios a pautar:

NIVEL NACIONAL:

- o3 radios nacionales con mayor penetración en el país
- o3 prensa escrita nacional.
- o4 canales/programas con mayor penetración en el país.

NIVEL REGIONAL:

- medios regionales: Cortés, Francisco Morazán y Choluteca.
- o3 radios por cada lugar // o2 programas de TV por cada lugar

ENTREGABLES

- o1 Informe final, que incluya los impactos y consolide las piezas emitidas para la Campaña de comunicación # 1: Mujeres participando en procesos electorales.
- o1 Informe final, que incluya los impactos y consolide las piezas emitidas para la Campaña de comunicación #2: Poblaciones sub-representadas participando en procesos electorales.

Nota: El PNUD se encuentra exento de impuestos sobre la venta (ISV), y podrá emitir órdenes de compra exentas del Sistema PAMEH siendo el Contratista el beneficiario directo de la exoneración, no así los pagos que deberá de realizar la empresa que se contrate, por lo que estos impuestos deberán de ser considerados. Por lo anterior, el Plan de Medios Tradicional y Digital deberá considerar además del porcentaje de comisión del Contratista, el valor del ISV aplicado en las distintas facturas de los medios de comunicación, quienes no estarán recibiendo una orden de compra exenta.

H. MEDICIÓN DE IMPACTO

Para analizar el impacto de las campañas, se espera que se realice una encuesta final que tome como referencia la encuesta base que se nombra en el punto A.

ENTREGABLE

- o1 informe con los resultados de la encuesta final aplicada. Se espera que este informe haga un análisis entre la encuesta inicial y final, así como incluya recomendaciones y lecciones aprendidas sobre las dos campañas.

6. GRUPOS META

Mujeres, jóvenes, personas LGBTIQ+, comunidades afro hondureñas, indígenas, jóvenes, personas con discapacidad

Actores políticos, económicos y sociales del país (empresa privada, OSC, iglesias, medios de comunicación y partidos políticos) y jóvenes y la sociedad en general. Especialmente provenientes de los tres municipios focalizados Distrito Central, Choluteca y Cortés.



7. ENTREGABLES Y FORMAS DE PAGO

NO.	ENTREGABLE	AGENCIA RESPONSABLE PAGO*	PAGO	FECHAS DE ENTREGA
A	<p>01 plan de trabajo aprobado, que incluye la campaña madre y las 02 micro campañas.</p> <p>01 reporte que contenga el plan de acción comunicacional madre, y que además incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 01 reporte del concepto creativo y mensajes claves y recomendaciones para la campaña #1 • 01 reporte del concepto creativo y mensajes claves y recomendaciones para la campaña #2 <p>01 lineamiento de marca ParticiPaz aprobado.</p> <p>01 informe con los resultados de la encuesta inicial aplicada.</p>	ONU-MUJERES	Contra entrega a satisfacción de entregables	A la 3era. Semana de iniciado el contrato.
B	1- Piezas + Pauta de Campaña de comunicación # 1 aprobada: Mujeres participando en procesos electorales.	ONU-MUJERES	Contra entrega a satisfacción de entregable	Mes de Septiembre 2021
	<p>01 plan de medios tradicionales y de redes sociales. Con un calendario editorial de contenidos visuales aprobado.</p> <p>Piezas:</p> <p>GIFs animados 3</p> <p>Postales 5</p> <p>Videos 30" 2</p> <p>Banners web 1</p> <p>Anuncios prensa escrita 2</p> <p>Cuñas de radio 1</p> <p>Spot TV 30" 1</p>			
	2- Piezas + Pauta de Campaña de comunicación #2 aprobada: Poblaciones sub-representadas participando en procesos electorales.			



	<p>01 Plan de medios tradicionales y de redes sociales. Con un calendario editorial de contenidos visuales aprobado.</p> <p>Piezas:</p> <p>GIFs animados 2 Postales 5 Videos 30" 1 Anuncios prensa escrita 2 Cuñas de radio 1 Cuñas de radio dialecto adaptaciones 1 Documental 1 Clips de 30 segundos 3</p>	OACNUDH		
C	1- Aprobación de informes finales de Campaña de comunicación # 1: Mujeres participando en procesos electorales.	ONU-MUJERES/PNUD	Contra entrega a satisfacción de entregable	Mes de diciembre 2021
	2- Aprobación de informes finales Campaña de comunicación #2: Poblaciones sub-representadas participando en procesos electorales.	OACNUDH/PNUD	Contra entrega a satisfacción de entregable	Mes de diciembre 2021
D	Resultado de la encuesta final de medición y análisis de las campañas	PNUD	Contra entrega a satisfacción de entregable	Mes de diciembre 2021

*Cada agencia del Sistema de Naciones Unidas será responsable por el pago de los productos según indicado. La pauta

8. COORDINACIÓN Y SUPERVISIÓN

La empresa consultora estará bajo la supervisión directa del PNUD en consenso con ONU Mujeres y OACNUDH.

9. CONFORMIDAD DEL SERVICIO

La aprobación de los productos estará a cargo de:



- Campaña 1: ONU Mujeres (agencia responsable) y coordinará con el PNUD y OACNUDH.
- Campaña 2: OACNUDH (agencia responsable) y coordinará con PNUD y ONU Mujeres.

10. MONEDA DE LA PROPUESTA

La moneda para utilizar en las propuestas deberá ser en Lempiras.

Para facilitar la evaluación y comparación de las Propuestas que se encuentren en diferentes monedas, los precios ofertados serán convertidos a dólares estadounidenses, utilizando el tipo de cambio operativo oficial de la ONU vigente a la fecha de presentación de Ofertas. Si un Licitante nacional presenta su oferta en dólares, deberá estar autorizado por la autoridad competente para emitir una facturación en dicha moneda, de lo contrario, el contrato se emitirá en Lempiras a la Tasa de Naciones Unidas vigente al momento de la presentación de oferta. Si un licitante internacional presenta una propuesta está podrá ser pagada en dólares estadounidenses.

11. ASPECTOS LEGALES, CONFIDENCIALIDAD Y USO DE INFORMACIÓN

La empresa consultora deberá guardar confidencialidad sobre todo el material que le sea entregado para la presentación de esta propuesta y que sea de propiedad del PNUD. De igual forma, no podrá dar dicho material otro uso que no sirva al cumplimiento de objetivos de la presente contratación, salvo con la autorización explícita del PNUD. Favor ver las condiciones Generales de Contratación [file:///E:/Downloads/3.%20UNDP%20GTCs%20for%20Contracts%20\(Goods%20and-or%20Services\)%20-%20Sept%202017%20-%20ES_Clean_260618%20\(5\).pdf](file:///E:/Downloads/3.%20UNDP%20GTCs%20for%20Contracts%20(Goods%20and-or%20Services)%20-%20Sept%202017%20-%20ES_Clean_260618%20(5).pdf)

12. PLAZO

El plazo estimado de ejecución de la consultoría es de agosto 2021 – diciembre 2021 (5 meses). El plazo de vigencia del contrato se inicia el día siguiente de la suscripción del contrato y culmina con la conformidad del último entregable y el pago.

13. RESPONSABILIDADES

- La empresa consultora asumirá la responsabilidad técnica total por los servicios profesionales prestados para el desarrollo de la presente consultoría.
- Garantizará una producción de alta calidad cuidando los tiempos de entrega hasta la aprobación final de los entregables.
- Mantendrá una comunicación fluida vía email, telefónica o presencial con el personal del PNUD para informar sobre los avances.
- Participará en reuniones semanales para discutir progreso e informar al equipo de trabajo y la gerencia del PNUD.

14. EXPERIENCIA



Una empresa, con mínimo 05 años de experiencia en comunicación estratégica, con experiencia comprobada en temas de: incidencia, campaña de comunicaciones, manejo de redes sociales, estudios CAP, producción audiovisual, entre otros.

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

Ejecutivo/a de la cuenta: Título universitario en comunicación corporativa, comunicación social, marketing o afines. Se valorará título de postgrado o maestría preferiblemente en áreas afines. Con 10 años, mínimos de experiencia manejando clientes para campañas de comunicaciones, publicidad o marketing. Se espera que tenga experiencia de, al menos, 03 campañas en temas sociales, orientados a la ciudadanía, de RSE, de sostenibilidad desde el 2018.

Creativo/a senior: Título universitario en ciencias de la comunicación, comunicación corporativa, comunicación social, marketing o afines. Se valorará título de postgrado o maestría. Experiencia, de al menos 07 años, en temas de conceptualización, creación de marca y campañas BTL. Y se espera que al menos tenga experiencia en dos campañas (en temas sociales, orientados a la ciudadanía, de RSE, de sostenibilidad) desde el 2018.

Diseñador/a gráfico: Formación (universitaria o técnica) en diseño gráfico o afines y/oun portafolio con al menos 5 piezas visuales ilustrativas sobre temáticas sociales, políticas en los que haya participado. 03 años de experiencia profesional en la elaboración de piezas gráficas y con alto conocimiento técnico en ejecución de técnicas de ilustración y diseño gráfico.

Planner de medios tradicionales y digitales: Título universitario en grado de ciencias de la comunicación, marketing o afines. Experiencia de tres años en el desarrollo de planes de medios y estrategias de marketing digital o afines, y con evidencia habiendo desarrollado campañas en las plataformas de pauta paga: Facebook, Google, Youtube, Twitter, entre otros.

Realizador/a audiovisual: Título universitario en grado de ciencias de la comunicación, producción audiovisual o cinematografía. Conocimiento en creación de contenidos audiovisuales para contar historias en redes sociales. Alto conocimiento técnico de fotografía y edición de vídeo, experiencia en documentar procesos sociales, derechos humanos, políticos, o electorales.

15. IDIOMA

Español

16. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de la evaluación técnica

Resumen de los formularios de evaluación de la Propuesta Técnica		Puntos obtenibles
1.	Calificación, capacidad y experiencia del Proponente	15
2.	Enfoque y plan de aplicación propuestos	40
3.	Estructura de gestión y personal clave	15
	Total	70



Sección 1. Calificación, capacidad y experiencia del Proponente		Puntos obtenibles
1.1	<p><u>Calificación:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Experiencia en el sector de publicidad, marketing o comunicaciones: Mínimo 05 años (cumple/no cumple) Más de 05 a 10 años: 1 punto Más de 10 años: 2 puntos 	2
1.2	<p><u>Experiencia:</u></p> <p>Realización de Campañas Sociales: 1 campaña: 0.5 puntos (cumple/no cumple) 2 campañas: 1 punto Más de 2 campañas: 1.5 puntos</p> <p><u>Experiencia específica:</u> Cliente ha sido una institución pública: 1 punto Cliente ha sido una agencia de cooperación, organismo no gubernamental u organismo internacional: 1 punto En Honduras a nivel nacional trabajando con mujeres, jóvenes, poblaciones sub-representadas: 1.5 puntos Experiencia de trabajo sobre igualdad de género en Honduras: 1 punto</p>	6
1.3	<p><u>Capacidad:</u></p> <p>El portafolio o dossier (virtual) describe: Los servicios provistos a un cliente anterior incluido en el portafolio o dossier contienen el detalle de, por lo menos, tres diferentes servicios (concepto creativo, gestión de prensa, producción audiovisual, marketing digital y redes sociales): 1 punto por cada servicio detallado hasta llegar a un máximo de 3 puntos.</p> <p>Al menos un listado de clientes corporativos: 0.5 punto por cada cliente corporativo hasta un máximo de 2 puntos.</p> <p>Premios recibidos en el sector publicidad/medios/video/marketing: 0.5 puntos por cada premio hasta un máximo de 1 punto</p>	6
1.4	<p><u>Compromiso organizacional con la sostenibilidad:</u></p> <p>La organización cumple con ISO 14001 o ISO 14064 o equivalente relacionada a Gestión Ambiental: 0.25 puntos</p> <p>La organización es miembro del Pacto Mundial de las Naciones Unidas: 0.25 puntos</p> <p>La organización demuestra un compromiso significativo con la sostenibilidad a través de otros medios: 0.25 punto por cada ejemplo demostrado mediante documentación de respaldo hasta un máximo de 0.5 punto, por ejemplo, documentos internos de políticas de la compañía sobre el empoderamiento de las mujeres, las energías renovables o la afiliación a instituciones comerciales que promueven estos temas.</p>	1
Total, Sección 1		15

Sección 2. Propuesta Metodológica y Creativa		Puntos obtenibles
<p>Para esta sección 2, se evaluará por la presentación de un concepto creativo para una campaña dirigida a mujeres indígenas y afrodescendientes para fomentar su participación en procesos electorales (por ejemplo: voto informado, que se postulen como candidatas, que sea veedoras del proceso electoral, etc). Debe, además, incluir la creación de un guión para cuña radial de 30 segundos y una pieza gráfica en JPG para usar en Facebook y con el copy (el hashtag, y el mensaje).</p>		
2.1	<p><u>¿Se describe de manera clara y a profundidad la propuesta creativa?</u> Incluye descripción detallada de la propuesta creativa de manera comprensible y clara, incluyendo una justificación del concepto, un slogan y mensajes fuerza para la campaña. (4 puntos) La propuesta creativa es coherente con los objetivos de la campaña y los productos esperados. (4 puntos) La propuesta creativa es original, innovadora y acorde a la realidad e idiosincrasia de la población hondureña. (4 puntos) La propuesta creativa refleja una investigación preparatoria. (3 puntos)</p>	15
2.2	<p><u>¿La pieza gráfica presentada es fácilmente entendible y adaptable para canales y para los públicos meta y actores clave?:</u> La pieza gráfica comunica de manera clara y sencilla el concepto y mensaje clave de la propuesta creativa (5 puntos). La pieza gráfica presenta la información de manera creativa y original (5 puntos).</p>	10
2.3	<p><u>¿El texto para una cuña radial es creativo, claro y acorde a los objetivos de la campaña de comunicación?:</u> El texto para una cuña radial es coherente y responde a los objetivos de la campaña. (1.5 puntos) El texto para una cuña radial comunica de manera clara y sencilla el concepto y mensaje clave de la campaña. (1.5 puntos) El texto para una cuña radial es original, innovador y acorde a la realidad e idiosincrasia de la población hondureña. (2 puntos)</p>	5
2.4	<p><u>¿La descripción de la producción audiovisual es fácilmente entendible y adaptable para difusión en redes sociales así como para ser presentada en un evento ante actores clave y públicos meta?</u> El guión para la producción audiovisual es coherente y presenta de manera clara y sencilla a los personajes que son líderes-as de opinión. (1.5 puntos) La historia sugiere un desenlace que evoque a la participación de los públicos meta. (1.5 puntos) La producción audiovisual en términos de fotografía, edición es una propuesta innovadora, original y acorde a las redes sociales donde será publicada. (2 puntos)</p>	5
2.5	<p><u>¿El plan de trabajo presentado incluye de manera clara las actividades, responsables y plazos conforme a lo expresado en los términos de referencia?:</u> Incluye un plan de trabajo detallado de las actividades, servicios y productos a realizar conforme a los TDRs (2 puntos). La secuencia de actividades y la planificación es lógica y responde a lo solicitado en los TDRs. (1 punto)</p>	5

	Incluye un cronograma detallado de las actividades a realizar conforme a los TDRs (2 puntos).	
Total, Sección 2		40

Sección 3. Estructura de gestión y personal clave¹⁰			Puntos obtenibles
3.1	Calificación del personal clave propuesto		
3.1 a	Ejecutivo de la cuenta		4
	- Título universitario en comunicación corporativa, comunicación social, marketing o afines	Cumple/ no cumple	
	- Se valorará estudios de maestría o post-grado	1	
	- Experiencia general con el manejo de clientes corporativos/sector público/organizaciones internacionales Mínimo 10 años de experiencia: cumple/no cumple Más de 10 años de experiencia: 2 puntos	2	
	- Experiencia específica en el desarrollo de campañas sociales, o para la movilización ciudadana o para temas sociales, derechos humanos, mujer, jóvenes y procesos políticos o elecciones (indicar en la hoja de vida cuál es su experiencia específica) Mínimo 03 campañas en los último 03 años (2018 en adelante): cumple/no cumple Más de 03 campañas los último 03 años (2018 en adelante): 2 puntos	1	
3.1 b	Creativo/a senior		3
	- Título universitario en ciencias de la comunicación, comunicación corporativa, comunicación social, marketing o afines	Cumple/ no cumple	
	- Se valorará título de postgrado o maestría.	1	
	- Experiencia general en temas de conceptualización, creación de marca y campañas Mínimo 7 años de experiencia: cumple/no cumple Más de 7 años de experiencia: 1 punto	1	
	- Experiencia específica en el desarrollo de campañas sociales, o para la movilización ciudadana o para temas sociales, derechos humanos, mujer, jóvenes y procesos políticos o elecciones (indicar en la hoja de vida cuál es su experiencia específica) Mínimo 02 campañas en los último 03 años (2018 en adelante): cumple/no cumple Más de 02 campañas los último 03 años (2018 en adelante): 2 puntos	1	

¹⁰ El personal clave podrá ser sustituido por razones internas o a requerimiento del PNUD, sustituyéndolo por una persona con las mismas o mayores calificaciones

3.1 c	Diseñador/a gráfico		3
	- Formación académica (título profesional o instituto superior) en diseño gráfico o afines	Cumple/ no cumple	
	- Experiencia general en el diseño de diferentes piezas gráficas tanto para formatos impresos como digitales Mínimo 5 años de experiencia: cumple/no cumple Más de 5 años de experiencia: 1.5 punto	1.5	
	- Experiencia específica relevante en el desarrollo de piezas gráficas para la movilización ciudadana o para temas sociales, derechos humanos, mujer, jóvenes y procesos políticos o elecciones (indicar en la hoja de vida cuál es su experiencia específica) Requiriéndose que haya participado, en al menos un proyecto en estos temas desde el 2018. Mínimo 1 proyecto de experiencia: cumple/no cumple Más de 2 proyectos de experiencia: 1.5 puntos	1.5	
3.1 d	Planner de medios tradicionales y digitales		2
	- Título universitario en grado de ciencias de la comunicación, comunicación corporativa, comunicación social, marketing o afines	Cumple/ no cumple	
	- Experiencia general en el desarrollo de planes de medios y estrategias de marketing digital o afines Mínimo 3 años de experiencia: cumple/no cumple Más de 3 años de experiencia: 1.5 puntos	1	
	- Experiencia específica en el desarrollo de campañas digitales, en las plataformas de pauta paga: Facebook, Google, Youtube, Twitter, entre otros. Mínimo 2 proyectos de experiencia: cumple/no cumple Más de 2 proyectos de experiencia: 1.5 puntos	1	
3.1 e	Realización de video documental		3
	- Título universitario en grado de ciencias de la comunicación, producción audiovisual o cinematografía.	Cumple/ no cumple	
	- Conocimiento en creación de contenidos audiovisuales para contar historias en redes sociales.	1.5	
	- Alto conocimiento técnico de fotografía y edición de vídeo, experiencia en documentar procesos sociales, políticos o electorales.	1.5 puntos	
Total, Sección 3			15

ANEXO 4.1



Consideraciones sobre lenguaje inclusivo y no discriminatorio

Todos los productos de comunicación deben formularse y diseñarse bajo una narrativa de género e inclusión en consenso con las partes, es decir, con especial atención al manejo apropiado del lenguaje de género. Asimismo, es indispensable decidir y formular productos adaptados para acceso a personas en situación de discapacidad, lo que puede contemplar, pero no se limita a: visuales en español y garífuna, audiovisuales con subtítulos en español e intérprete de lenguaje de señas, textos auditivos, entre otros. Se deberá tener en cuenta los siguientes elementos para el diseño de la campaña de comunicaciones No 1:

- La campaña deberá incluir mensajes que busquen desnaturalizar la idea de que los hombres están mejor calificados que las mujeres para ocupar cargos de elección popular, incentivando a la población a que se consideren las propuestas y conozcan a las candidatas participando en las elecciones generales.
- La campaña deberá incluir mensajes para reforzar que en la medida que se incluyan a mujeres en los puestos de decisión, sus intereses y demandas estarán representados y se tendrá una democracia más fuerte. Por esto, es necesario garantizar y profundizar la paridad y la participación efectiva desde las mujeres.
- Incluir en la propuesta visual la diversidad de mujeres y LGBTQ+ de Honduras. En ese sentido, la diversidad étnica con mujeres indígenas, mestizas, afrodescendientes, entre otras, mujeres rurales como de ámbitos urbanos.
- Atender a la diversidad de cuerpos, especialmente en el uso de ilustraciones, que eviten generar representaciones de mujeres únicamente delgadas, altas y jóvenes, considerando diversidad de estaturas, edades, estilos, cuerpos e identidades, a la vez que las mujeres con discapacidad.
- También, considerando la diversidad en la participación política de las mujeres -y reconociendo los desafíos que aún tienen las mujeres para integrar esa diversidad- evitar asociaciones que supongan que las únicas mujeres políticas pueden ser las profesionales y/o con los rasgos descritos en el punto anterior.

ANEXO 4.2

Especificaciones de piezas para la Campaña de comunicación #2: Poblaciones sub-representadas participando en procesos electorales

Un documental que pretende retratar el proceso electoral 2021 desde la experiencia de las y los líderes-as, quienes incentivados por su rol desde sus diversas poblaciones narran los obstáculos, aprendizajes y reflexiones que han nutrido sus valores civiles y democráticos y que les permitirán ejercer y promover sus derechos políticos antes y después de las elecciones generales en Honduras. El documental evoca la adhesión de los espectadores a discursos y valores democráticos diversos e inclusivos que se obtienen mediante la activa participación de los distintos actores clave en el proceso electoral.

Respecto a la descripción técnica se espera una grabación mínima en 4k, con duración entre 15 y 30 minutos, además de clips y extractos del documental serán requeridos antes de la presentación final para fines de promoción y creación de contenidos en redes sociales y otras plataformas de difusión. La carpeta de pre-producción aprobada debe incluir: guión, perfiles identificados, argumento, sinopsis, guión técnico, storyboard, plan de rodaje, misiones de campo a los municipios focalizados, formatos firmados de cesión de derechos de imagen. Asimismo, grabación de locuciones, uso de estudio, música original, cortinas de logos al final, masterización, amplio rango dinámico de edición, colorización, subtítulos, una versión con lenguaje de señas de todo el documental será necesaria. El



material en bruto será requerido para adaptación a formatos para redes sociales, y edición de cortes de clips para presentar cada líder-esa y sus historias.

Cuñas de radio serán producidas en español y garífuna para difusión en radios de alcance nacional y local. Estos anuncios de radio buscan promover e incentivar la participación de mujeres, jóvenes y poblaciones sub-representadas en el marco del proceso electoral.