



## **TÉRMINOS DE REFERENCIA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES**

### *GESTIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DIGITAL EN EL DESTINO GRACIAS Y ALREDEDORES*

---

*Programa de Apoyo a Iniciativas de Desarrollo Local en la  
Mancomunidad Colосуca de Honduras. Fase V*

Fondos Externos  
AGENCIA ESPAÑOLA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO (AECID)



## I. ANTECEDENTES

La Mancomunidad Colосуca desde el año 2015 con el apoyo financiero de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo ejecuta el proyecto “Programa de Apoyo a Iniciativas de Desarrollo Local” desde donde se han realizado acciones de promoción del turismo como un motor de desarrollo económico local en el territorio Colосуca.

En el año 2016 se elabora el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible (PEDTS) del destino Colосуca y dentro del Eje C: Creación de Producto Turístico, Promoción y Comercialización se define la acción de Desarrollar acciones de marketing online aplicadas al producto y destino

La Mancomunidad Colосуca con el financiamiento de la Cooperación Española desde el año 2016 ejecuta el proyecto de Apoyo a Iniciativas de Desarrollo Local el cual tiene como objetivo promover el turismo en la Mancomunidad de Colосуca como motor de desarrollo económico local.

Actualmente el proyecto se encuentra en su última fase de ejecución y el resultado 2 establece la consolidación del destino turístico Colосуca a través del desarrollo de atractivos, para lo cual en conjunto con el Ente Gestor de Destino Lenca se plantea la necesidad de contratar los servicios profesionales para la implementación de una campaña de promoción digital que pretende promover los atractivos que se ofrecen en el destino en especial las actividades de naturaleza y aventura.

## II. OBJETIVO

Contratar servicios profesionales para gestionar e implementar una campaña de promoción digital que incluya la gestión, negociación y contratación de espacios publicitarios en plataformas digitales que permitan posicionar el destino en la mente de los hondureños como un lugar que ofrece naturaleza, aventura y seguridad.

## III. ALCANCE Y METODOLOGÍA

Para la implementación de la campaña se deberá considerar el perfil del turista que visita el destino siguiente:

- El 66% de los turistas es su primera visita
- 27% vienen de Tegucigalpa, 26% de San Pedro Sula, 12% de Copán y 7% de Cortés
- 43% son empleados del sector privado, 24% empleados públicos y 12% estudiantes
- 58% viajan en familia, 15% en grupo de amigos y 14% en pareja
- 84% viaja en vehículo propio
- 56% permanece un día, 23% dos días y 21%  $\geq$  tres días
- 62% viene al destino por recomendación de otra persona (amigo)
- 77% dice que el paisaje es lo que más le gustó y 39% la seguridad

Además contará con los siguientes recursos existentes:

- Slogan del destino “Tradición por Naturaleza”
- Plataforma de redes sociales VisitGracias (Facebook e Instagram)
- Directorio turístico digital, con prestadores de servicios turísticos afiliados a la CANATURH filial Gracias, Lempira
- Oficina de CANATURH como punto de contacto para más información

- 6 videos promocionales con una duración de 10 segundos que ponen en valor las actividades de Naturaleza y Aventura (tendencia en tiempos de pandemia por las actividades al aire libre)

La presente contratación contempla la utilización de 6 videos promocionales ya producidos de acuerdo al siguiente alcance, el cual podrá ser fortalecido por el oferente en su propuesta:

**A. Elaboración del plan de promoción digital** para dos (meses) de impacto considerando el perfil del turista antes descrito y otros segmentos propuestos. Dentro del plan se incorporan lo siguiente:

1. Mensaje para la campaña de promoción
2. Definir público meta conforme al perfil turista vrs tendencia actual o comparación con otros destinos
3. Proponer plataformas, páginas, redes sociales, comunidades o buscadores con mayor índices de visitas y navegación del público objetivo de acuerdo a informes de tráfico, rankings y hábitos de internet (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, apps, periódicos y/o canales informativos digitales), incluyendo presupuesto asignado a cada una para lograr el mayor alcance de las mismas.
4. Justificar cualitativa y cuantitativamente la estrategia de posicionamiento digital considerando la siguiente información: informes actualizados de tráfico/visitas; caracterización de las plataformas digitales propuestas; hábitos y rankings de consumo de internet; definición del tamaño del mercado; descripción del perfil demográfico y psicográfico; porcentajes/datos de afinidad con el público objetivo; y diagramas tácticos y de flujo.
5. Proponer un presupuesto detallado por modelo de compra y otras características diferenciadoras

**B. Implementación del plan de promoción digital**

1. Negociar espacios publicitarios y paquetes complementarios intercediendo a favor y para el mayor beneficio posible de la campaña.
2. Definir de tipo de anuncios de video: saltables, no saltables y/o bumper
3. Segmentar el público de acuerdo a la plataforma a utilizar: edad, sexo, intereses, formación, lugar, etc
4. Gestionar y pagar pauta a los proveedores seleccionados de acuerdo al presupuesto propuesto en la oferta presentada

**C. Seguimiento y evaluación del plan de promoción**

1. Medir semanalmente los resultados de la campaña implementada
2. Realizar ajustes (presupuesto, ubicaciones, segmentaciones, etc) conforme a esa medición la cual será consensuada con la Mancomunidad
3. Presentar informes quincenales de cada una de las pautas individuales realizadas y los resultados a nivel del público meta
4. Presentar (1) un informe de sistematización, monitoreo y evaluación del plan de posicionamiento digital con las respectivas recomendaciones para continuidad o futuras campañas



Deberá participar en las reuniones que se programen para evaluar y/o validar el plan de posicionamiento digital y su implementación y todas las propuestas se formularán, en estrecha coordinación y consulta con la coordinación del proyecto de la Mancomunidad COLOSUCA.

#### **IV. PRODUCTOS ESPERADOS Y FORMA DE PRESENTACIÓN**

Una vez aprobado y consensuado con las/os actores involucrados, se entregarán los siguientes productos:

1. Plan de trabajo actualizado.
2. Documento del plan de promoción digital
3. Implementación del plan de promoción digital
4. Informes quincenales de la implementación del plan incluyendo la información establecida en el inciso B de la sección anterior
5. Presentar (1) un informe de sistematización, monitoreo y evaluación del plan de posicionamiento digital con las respectivas recomendaciones para continuidad o futuras campañas.

Los productos serán aprobados por la coordinación del Proyecto Turismo Colosuca-AECID y se presentarán conforme a programación aprobada al inicio de los trabajos para su revisión y aprobación, de la siguiente forma:

- a) Dos originales de todos los documentos ejecutivos
- b) Tres copias digitales (en formato editables, sin protección) con los documentos en los siguientes formatos (mínimo año 2010):

#### **V. DURACIÓN**

La ejecución de los servicios profesionales tendrá una duración de **dos (2)** meses a partir de la firma del contrato y su propuesta deberá tomar en cuenta todos los recursos humanos y logísticos para cumplir con el tiempo establecido

#### **VI. PERFIL REQUERIDO**

- Experiencia demostrada en el diseño y ejecución de al menos 4 campañas de comercialización y promoción de productos.
- Experiencia en Marketing Digital (al menos 3 en diseño, gestión o implementación)
- Se valorará experiencia en campañas relacionadas con la promoción de destinos turísticos

#### **VII. PLAZO DE PRESENTACIÓN DE OFERTAS.**

La fecha máxima de recepción de las ofertas y la documentación solicitada es el día **miércoles 10 de febrero de 2021, hasta las 12:00 meridiano**, en la siguiente dirección electrónica [colosuca.ep@gmail.com](mailto:colosuca.ep@gmail.com) o en físico a la siguiente dirección:

Proyecto Turismo Colosuca-AECID

Oficinas Mancomunidad Colosuca, Antiguo Edificio Normal Mixta

Bº Mercedes, Ave José María Medina, Cll Jerónimo Zelaya, No. 52

Gracias, Lempira, Apartado Postal: 42101

#### **VIII. FORMA DE PRESENTACIÓN DE OFERTAS**

Las personas interesadas en participar en el proceso de selección podrán presentar su oferta de la siguiente manera:

- a) Portafolio de campañas comprobando el perfil requerido y detalle de campañas realizadas indicando nombre, contratante, duración, descripción del trabajo realizado, medios de implementación, resultados, fotografías, entre otros.
- b) Hoja de vida del proponente, incluyendo experiencia y documentos legales y tributarios
- c) Oferta económica detallando honorario profesional y presupuesto propuesto para la implementación del plan de promoción digital establecido en la Sección III.

Aquellas candidaturas que no presenten la documentación requerida y/o que no sean presentadas dentro del plazo señalado, serán excluidas del proceso de selección.

## IX. TIPO DE CONTRATACIÓN

Se firmará un contrato de servicios profesionales por los productos descritos y condiciones establecidas en estos términos de referencia.

Previo a la firma del contrato el profesional seleccionado deberá entregar la siguiente documentación:

- ✓ Constancia de Solvencia y estar sujeto al Régimen de Pagos a cuenta emitidas por el Servicio de Administración de Rentas de Honduras (SAR)
- ✓ Declaración jurada y autenticada por Notario, de no estar comprendido en ninguno de los casos a que se refieren los artículos No. 15 y 16 de la ley de Contratación del Estado

## X. FORMA DE PAGO

Los fondos para el pago de esta consultoría serán acreditados al proyecto Programa de Apoyo a Iniciativas de Desarrollo Local en la Mancomunidad Colосуca de Honduras. Fase V, financiado con fondos de la Cooperación Española.

La forma de pago será negociada al momento de la adjudicación del contrato, tomando como referencia la oferta económica presentada y el primer pago no podrá ser mayor del 20% contra entrega y presentación del plan de trabajo a desarrollar.

Retenciones del Contrato:

- **Impuesto Sobre La Renta:** de cada pago realizado se deducirá el 12.5%, salvo que el/la Contratado/a esté sujeto al Régimen de Pagos a Cuenta (*Artículo 50, párrafo 6 de la Ley de Impuesto Sobre la Renta*). Para que no sea aplicable esta retención El Contratista de acuerdo a Circular DEI-DL-DRC-024-2012 deberá presentar:
  - i. Ultimo aviso de pago a cuenta del mes de septiembre, ó
  - ii. Constancia Vigente emitida por la Dirección Ejecutiva de Ingresos de que el Contratista está sujeto al Régimen de Pagos a Cuenta.
- **Garantía de Cumplimiento:** de acuerdo al Artículo 106 de la Ley de Contratación del Estado que establece que para contratos de consultoría se retendrá un diez (10%) de cada pago en concepto de los honorarios profesionales, el cual será devuelto al terminar la consultoría de conformidad.

## XI. SUPERVISIÓN

La supervisión técnica estará bajo la responsabilidad de la Coordinación del Proyecto de Turismo de la Mancomunidad Colосуca, quien recibirá productos para su revisión y aprobación.



## **XII. CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN**

El/la contratado/a tendrá prohibido divulgar información reservada o confidencial a la que pueda tener acceso en la ejecución de los servicios contratados, a menos que se le haya autorizado por escrito.

De igual manera, de no contar con la autorización por escrito, tampoco podrá utilizar o divulgar a terceros, cualesquiera de los documentos que utilice o prepare.

El contratado tendrá prohibido divulgar información reservada o confidencial a la que pueda tener acceso en la ejecución del Contrato, a menos que se le haya autorizado por escrito.

De igual manera, de no contar con la autorización por escrito, tampoco podrá utilizar o divulgar a terceros, cualesquiera de los documentos

## **XIII. DERECHOS DE AUTOR Y PROPIEDAD INTELECTUAL**

La Mancomunidad Colosuca, el Ente Gestor de Destino Lenca y la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), tendrán los derechos de propiedad intelectual sobre los documentos y materiales que se desarrolle en la consultoría, dándose los créditos correspondientes a las personas que elaboran los productos en cualquier uso que se dé a los mismos.

## **XIV. ACEPTACIÓN DE LOS TÉRMINOS DE REFERENCIA.**

Una vez seleccionada la persona ésta deberá comprometerse a cumplir íntegramente lo descrito en los términos de referencia descritos, así como la prescripción técnica implícitas en el Plan de Trabajo firmado como parte fundamental del contrato para el cual será requerido.