

TÉRMINOS DE REFERENCIA

Asistencia Técnica para el Diseño de una Estrategia Social Media Marketing y promoción para Casa Gualanáka y su Tienda de Artesanías en Yamaranguila, Departamento de Intibucá.

PROYECTO: Fortalecimiento de Competitividad Empresarial de las Asociaciones de Productores de Artesanía Lenca de Lempira, Intibucá, La Paz y Comayagua.

INSTITUTO HONDUREÑO DE ANTROPOLOGÍA E HISTORIA

| Entidad contratante | Lugar de Trabajo |
|---|---|
| Instituto Hondureño de Antropología e Historia (IHAH). | Alcaldía de Yamaranguila, Intibucá con posible desplazamiento los municipios de Intibucá con potencial productivo y otros de interés para promocionar el inmueble y su tienda. |
| Objetivo general del programa | Contribuir a la mejora de la calidad de vida de la población Lenca de Honduras |
| Descripción resumida del programa | <p>El proyecto se plantea tomando como base el denominado Proyecto de “Formación y fortalecimiento de grupos artesanales de tradición lenca” que fue financiado por la AACID, con el que logró recuperar y preservar la diversidad cultural, estimulando la formación y consolidación de asociaciones artesanales, fortaleciendo sus capacidades organizativas, productivas y técnicas, así como el apoyo y capacitación para la promoción y comercialización de sus productos a nivel nacional e internacional. A nivel de infraestructura el proyecto apoyó en el acondicionamiento de los talleres artesanales, para que las asociaciones tuvieran los espacios y equipos necesarios para mejorar su producción artesanal en todos los sentidos.</p> <p>Con el presente proyecto, se retomó a estas asociaciones de artesanos ahora constituidas como empresas dentro del sector social de la economía, a efectos de fortalecerlos en aspectos productivos, que les permitieron posicionarse en los mercados antes mencionados. Como microempresas constituidas, estas asociaciones funcionan actualmente en un nivel de operación local, con participaciones periódicas en ferias, ruedas de negocios y exposiciones, entre otras.</p> <p>Así mismo disponen de 9 puntos de venta distribuidos en diferentes zonas del país, los cuales tienen como finalidad favorecer la comercialización de los productos artesanales de los grupos de artesanos, siendo una expectativa dentro del marco de esta asistencia técnica consolidar dichos espacios como una red de comercialización bajo la denominación de la marca colectiva Manos Catrachas, la cual ya fue definida dentro del marco del proyecto y dispone de su propio reglamento de uso.</p> |

| | |
|---|--|
| | <p>Todo este esfuerzo secuencial y escalonado de formación, se ha realizado a efectos de mejorar la competitividad de estas empresas artesanales, con miras a la generación de ingresos, incremento del empleo en sus zonas de origen y reducción de la pobreza.</p> <p>Como parte del que hacer del Instituto Hondureño de Antropología e Historia en la protección y difusión del patrimonio, se incluyó en el proyecto el diseño e instalación de un espacio expositivo en Yamaranguila, Intibucá, denominado “CASA GUALANÁKA” instalada específicamente en el inmueble que restauró el IHAH junto con la Alcaldía Municipal con fondos nacionales y fondos de cooperación facilitados por la AACID y que fuera antes el edificio que ocupó primeramente la alcaldía en su época.</p> <p>Se pretende que Casa Gualanáka se convierta en el espacio referente de la cultura de Yamaranguila; este cuenta con una sala de exhibición museográfica que pone en valor la artesanía, el arte y las tradiciones del municipio, en el cual los visitantes conocerán de primera mano los procesos productivos y admirarán los objetos de alfarería de barro blanco, de la artesanía de ascículas de pino, de las telas tejidas en telares tradicionales, así como diversas disciplinas artísticas contemporáneas que se pretende se vayan incorporando, como la talla en madera, pintura, etc. de la zona.</p> <p>Casa Gualanáka, cuenta además con una recién instalada tienda de artesanías que combina productos de la zona en su mayoría con otros productos de artesanías de tradición lenca del país y en la que los asistentes pueden adquirir variedad de productos.</p> <p>En consecuencia, y por la necesidad de promocionar adecuadamente CASA GUALANÁKA y los productos elaborados por nuestros artesanos, es que se plantea esta consultoría, con el propósito de diseñar e implementar una estrategia que propicie la visita de turistas nacionales e internacionales y que también involucre la visita de estudiantes de Intibucá y el resto del país así como la promoción de los productos comercializados en su tienda, dando a conocer los productos elaborados artesanos, especialmente los artesanos de Barro Blanco de Yamaranguila, como principales promotores de la artesanía local y el uso adecuado de la marca colectiva Manos Catrachas incluida.</p> |
| Objetivo General | Diseñar e implementar una Estrategia Social Media Marketing y de promoción adecuada para posicionar CASA GUALANÁKA y su tienda de artesanías y propiciar la visita de turistas, así como la comercialización efectiva de las artesanías que producen en la zona y de los grupos artesanales que forman parte del proyecto. |
| Objetivo específico de la Asistencia Técnica | 1. Diseñar e implementar una Estrategia de promoción adecuada para promocionar el inmueble Casa Gualanaka que incluya videos |

| | |
|----------------------------|--|
| | <p>informativos, material impreso y para plataformas digitales (página web, redes sociales anuncios, post, y otros) e impresos (banners, vallas, rótulos, trifolios u otros) para promocionar el inmueble y su tienda de artesanías y mecanismos alternativos presenciales para motivar la visita de estudiantes, empresas, turistas nacionales e internacionales.</p> |
| Tareas específicas | <ol style="list-style-type: none"> 1. Diagnóstico inicial e identificación de recursos y hoja de ruta. 2. Creación e implementación de la imagen corporativa adecuada a Casa Gualanáka. 3. Creación de contenidos (que incluyan videos documentales, fotografías, afiches, volantes informativos y otros) para publicidad online e impresa. 4. Elaboración e implementación de un plan y cronograma de trabajo, el cual será aprobado por el Instituto Hondureño de Antropología e Historia. 5. Elaborar un plan de comunicación general para Casa Gualanáka. 6. Capacitar virtual y/o presencialmente a personas identificadas como alianzas estratégicas para promover en materia de marketing la Casa Gualanáka. 7. Registrar fotográficamente todas y cada una de las actividades participativas, que se hagan en el marco de la asistencia técnica. 8. Organizar reuniones con la Subgerencia de Promoción y Turismo Cultural Sostenible y el personal responsable del programa para presentar avances de la Asistencia Técnica. 9. El IHAH supervisará la labor del consultor/a en el desarrollo de la asistencia técnica, así como los plazos establecidos para la entrega de los productos esperados. 10. Asegurar la documentación de su asistencia técnica en formatos digital y físico y entregar una copia al IHAH. 11. Otras que considere oportunas. 12. Asistencia Técnica para la elaboración de videos documentales, diseño de afiches, documentos informativos, desarrollo e implementación de una estrategia Social Media Marketing. |
| Productos esperados | <ol style="list-style-type: none"> 1. Plan y cronograma de trabajo el cual será aprobado por IHAH. 2. Un documento completo que contenga toda la estrategia y sus productos para promocionar adecuadamente Casa Gualanaka y su tienda. 3. Material promocional digital e impreso diseñado y difundido. 4. Informe de la implementación de la campaña y acciones desarrolladas. <p>Los documentos e informes generados deben incluir los logotipos del IHAH, la alcaldía de Yamaranguila y la AACID según las normas correspondientes y otras que considere la coordinación del Programa.</p> |
| Perfil | <ol style="list-style-type: none"> 1. Los candidatos/as a realizar la consultoría deberán reunir el perfil detallado a continuación. |

| | |
|---|--|
| | <p>a) Formación Académica: Profesional graduado universitario en Administración de Empresas, Mercadeo, Ciencias Económicas, Publicidad o carreras afines. De preferencia con experiencia comprobable en el desarrollo de estrategias de campañas de mercadeo para mipymes y espacios culturales.</p> <p>b) Experiencia Laboral.</p> <p>i. Mínimo 3 años de experiencia de preferencia en consultorías similares con cooperativas o grupos asociativos de pequeños productores artesanales, o pequeños productores en general.</p> <p>ii. Mínimo 3 años de experiencia en el diseño de estrategias de campañas, mercadeo o publicidad.</p> <p>c) Requisitos Adicionales</p> <p>i. Disponibilidad inmediata.</p> <p>ii. Disponibilidad para desplazarse por sus propios medios a otras comunidades.</p> <p>iii. Experiencia en la aplicación de metodologías participativas con personas de distintos niveles de formación académica.</p> <p>iv. De requerirlo contar con los profesionales necesarios para llevar a término la propuesta.</p> |
| Habilidad | <ul style="list-style-type: none"> ● Capacidad de cooperar ● Tolerancia al trabajo bajo presión y flexibilidad laboral ● Iniciativa, creatividad e innovación en los procesos ● Capacidad de seguimiento a múltiples tareas y funciones ● Habilidad de comunicación oral, escrita y digital ● Dominio de paquete office e internet |
| Duración y lugar | La consultoría tendrá una duración de 45 días a partir de la firma del contrato. |
| Forma de presentación de las postulaciones | <p>La Consultoría podrá ser desarrollada por personas jurídicas o naturales que cuenten con la calificación académica y laboral solicitada en estos TDR. Las personas profesionales interesadas deberán presentar la siguiente documentación:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hoja de vida actualizada 2. Documento preliminar en el que se describa el proceso a seguir para lograr los resultados esperados. 3. Carpeta de trabajos similares realizados 4. Oferta económica global en lempiras. 5. Cartas de referencias de experiencias laborales vinculadas con la actividad solicitada. |
| Presentación de las propuestas | Las propuestas serán recibidas con el siguiente encabezado: |

| | |
|-----------------------|--|
| | <p>Propuesta de Asistencia Técnica para el Diseño de una Estrategia Social Media Marketing y de Promoción para Casa Gualanáka y su Tienda de Artesanías en Yamaranguila, Departamento de Intibucá.</p> <p>Instituto Hondureño de Antropología e Historia Proyecto Competitividad Lenca-IHAH-AACID</p> <p><i>Los postulantes podrán hacer llegar sus propuestas por medio electrónico, el día miércoles 27 del mes de octubre del año 2021 a las 3:00 p.m., indicando en el asunto, el nombre de la Asistencia Técnica a las siguientes direcciones electrónicas:</i></p> <p><u>ihah.competitividadlenca@gmail.com</u></p> <p><u>turismoculturalihah@yahoo.com</u></p> <p>Nota: Se considera válido el proceso a partir de una oferta presentada</p> |
| Financiamiento | Proyecto de <i>Fortalecimiento de Competitividad de las Asociaciones de Productores de Artesanía Lenca de Lempira, Intibucá, La Paz y Comayagua</i> , financiado por la Agencia Andaluza de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AACID). |