

TÉRMINOS DE REFERENCIA

Contratación de agencia de publicidad o equipo creativo para el diseño y producción de materiales de campaña de sensibilización y cambio de comportamiento en Petén Itzá.

1. INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

Título del proyecto:	“Acceso a servicios públicos de agua, saneamiento y residuos sólidos urbanos sostenibles en el lago Petén Itzá” – Acción de España en la TEI Petén
Ejecutor:	Asociación Acción contra el Hambre Guatemala
Donante:	Subvención de Cooperación Delegada con Ref. Expediente No. 2024QdV00337; Programa FCAS GTM-020-B

2. CONTEXTO / ANTECEDENTES

La ASOCIACIÓN ACCIÓN CONTRA EL HAMBRE GUATEMALA (Acción contra el Hambre, en adelante), es una organización no gubernamental sin fines de lucro, constituida en el 2018 en Guatemala, como entidad local, hermana y estrechamente coordinada con la representación de la Fundación Acción contra el Hambre, ONG internacional desde el año 1998 en el país. Ambas entidades comparten la misión de contribuir a la realización progresiva de los derechos básicos de poblaciones rurales e indígenas, aquellas que en mayor grado se ven excluidas del ejercicio de tales derechos. En su trayectoria de trabajo de más de 20 años en Guatemala, Acción contra el Hambre busca ser referente en el desarrollo y aplicación de soluciones innovadoras que permitan mitigar las consecuencias del hambre y resolver sus causas, que incluye intervenciones en el ámbito de agua y saneamiento.

La AECID contribuye y es parte de la Iniciativa del Equipo Europa (o Team Europe Initiative –TEI) alineada al Green Deal o Pacto Verde, centrada en “Fomentar la transición ecológica del Petén”. Esta TEI está impulsada por la Unión Europea (UE), junto con varios Estados Miembros presentes en Guatemala (Alemania, España, Suecia e Irlanda) a los que se suma la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO).

La TEI inicia su ejecución en junio de 2024, con una duración de 5 años. El área de actuación de la TEI es el departamento de Petén, al constatarse su vulnerabilidad ante el cambio climático, por un lado, y por otro, al tratarse de un área tensionada por la multiplicidad y la creciente presión de actividades socioeconómicas, poco reguladas y, en la mayoría de las veces, incompatibles entre sí.

La intervención forma parte de una actuación estratégica y compleja ya que pretende tratar la problemática del Lago Petén Itzá y su área de influencia, desde una perspectiva amplia e integrada que incluye actuaciones de fortalecimiento institucional, gestión

territorial, preservación del medio ambiente, gestión de residuos poblacionales (RSU y aguas residuales), siendo ese enfoque holístico la única vía para realizar una contribución real para el desarrollo económico de la zona y su protección ambiental.

La Cooperación Española concentrará su intervención en la cuenca del lago Petén Itzá y su área de influencia, una región de gran relevancia social y peso demográfico. Este territorio ejemplifica el impacto combinado de diversas problemáticas ambientales, pero, al mismo tiempo, ofrece múltiples oportunidades de desarrollo. La meta general de la acción de España en la TEI es “Relacionar el desarrollo socioeconómico del Petén con la protección ambiental y el uso sostenible de los recursos naturales” y el objetivo general se define como “Favorecer en la población y en las instituciones locales capacidades de gestión territorial y de los servicios públicos básicos que propicien un desarrollo económico sostenible e inclusivo”. En este sentido, la intervención de España en esta TEI se define como: Preservación y desarrollo sostenible de la cuenca del lago Petén Itzá y su zona de influencia.

En este marco, la intervención se estructura en tres objetivos específicos: con el Objetivo Específico I se espera contribuir a la generación de una visión común del desarrollo del territorio de la cuenca del Lago Petén Itzá y a mejorar las capacidades institucionales para la movilización de recursos. En el Objetivo Específico II se trabajará para la reducción de la contaminación del lago, mejorando y ampliando los servicios de saneamiento de aguas residuales y de residuos sólidos y fortaleciendo las capacidades de gestión de los servicios. Con el Objetivo Específico III, la actuación se enfoca en desarrollar infraestructuras y capacidades comunitarias para la gestión del turismo de forma sostenible, ampliando la oferta turística y desconcentrándola del Lago. Con el fin de dar pertinencia y pertenencia al desarrollo de la intervención y los resultados que de ella se esperan, es de vital importancia la incorporación como ejes transversales el género y la pertinencia cultural y como eje común de trabajo, la sensibilización e incidencia para el cambio de comportamiento.

En este sentido, la responsabilidad de ejecutar el Objetivo Específico II está a cargo de Acción Contra el Hambre Guatemala con financiamiento de la Unión Europea y del Fondo de Cooperación para Agua y Saneamiento (FCAS) de la AECID. En concreto, el objetivo específico II de la Acción de España en la TEI que se describe como “La población de la cuenca del lago Petén Itzá accede a servicios públicos básicos de agua y saneamiento sostenibles, que propician la reducción de residuos contaminantes.

El proyecto “Acceso a servicios públicos de agua, saneamiento y residuos sólidos urbanos sostenibles en el lago Petén Itzá” tiene como propósito mejorar la calidad de vida de las comunidades que habitan en la cuenca del lago, mediante el fortalecimiento de la infraestructura y la gestión de servicios básicos. Su objetivo general es garantizar el acceso equitativo y sostenible a agua potable, saneamiento y manejo de residuos sólidos, contribuyendo a la conservación ambiental del lago. Para ello, se plantean tres objetivos específicos: OE1 Mejorar la infraestructura de saneamiento y agua, OE2 Impulsar la gestión integral y mancomunada de residuos sólidos, y OE3 Fortalecer la prestación de servicios públicos mediante el cambio de comportamiento comunitario.

El enfoque del proyecto es integral y transformador, incorporando la transversalización de género, la pertinencia cultural y el enfoque basado en derechos humanos. Se promueve la participación de mujeres, jóvenes, pueblos indígenas y actores locales en la planificación, ejecución y sostenibilidad de las acciones. Además, se prioriza la articulación interinstitucional, el fortalecimiento de capacidades técnicas municipales, y el uso de tecnologías limpias y eficientes. Todo esto se enmarca en la estrategia de la Cooperación Española dentro de la Team Europe Initiative (TEI), alineada con el Pacto Verde Europeo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

3. OBJETIVOS DE LA CONSULTORIA

3.1. OBJETIVO GENERAL

Contratar los servicios de una agencia de comunicación/ publicidad para el diseño de materiales de comunicación de una campaña integral, con base a la estrategia de sensibilización y cambio de comportamiento del proyecto, a fin de contribuir a informar, sensibilizar e incidir en la población objetivo, promoviendo cambios sostenibles en conocimientos, actitudes y prácticas.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a. Desarrollar la propuesta creativa de la campaña integral, la identidad visual y los lineamientos de campaña, así como su adaptación a los distintos temas, públicos objetivo y formatos de comunicación.
- b. Diseñar los materiales de comunicación de la campaña en los distintos formatos y canales definidos.
- c. Monitorear y reportar el desempeño de las acciones ejecutadas por la agencia, especialmente en entornos digitales, mediante el seguimiento de indicadores de alcance, interacción y rendimiento, generando informes periódicos que contribuyan a la optimización de la campaña.

4. ACCIONES DE LA CONSULTORIA.

La agencia deberá desarrollar sus servicios en coordinación con la Responsable de Comunicación, Sensibilización e Incidencia, base Petén de Acción contra el Hambre, tomando como base la estrategia de sensibilización y cambio de comportamiento del proyecto “Acceso a servicios públicos de agua, saneamiento y residuos sólidos urbanos sostenibles en el lago Petén Itzá” y otros insumos comunicacionales disponibles. Para ello, deberá considerar los siguientes aspectos durante la ejecución:

4.1. Revisión de información

Analizar la “estrategia de sensibilización y cambio de comportamiento”, así como otros insumos disponibles, incluyendo el manual de visibilidad TEI Petén, diagnósticos de conocimientos, actitudes, prácticas y sondeo del público objetivo, con el fin de asegurar la coherencia de la propuesta creativa y de los materiales de comunicación.

4.2. Producción de materiales de sensibilización

Desarrollar la conceptualización creativa de la campaña y diseñar, producir los contenidos, materiales pop y materiales de sensibilización para promover el cambio de comportamiento, asegurando su coherencia con la estrategia existente, su pertinencia cultural para los públicos objetivo y su adecuada adaptación a los distintos formatos, canales y temas de proyecto (cuidado de la cuenca, agua y saneamiento, alcantarillado, gestión de residuos sólidos, plantas de tratamiento de aguas residuales y de residuos sólidos, pago de tarifas justas, cambio climático, educación en higiene y fortalecimiento institucional, entre otros).

Para ello, la agencia deberá considerar que:

- Todos los materiales deberán ser entregados en formatos editables, en alta resolución para impresión y en formato optimizado para redes sociales y página web.
- Se deberán desarrollar plantillas base que permitan la adaptación y uso posterior de los materiales por parte del proyecto.
- Para la producción de material, la agencia deberá contemplar la realización de visitas de campo para la documentación de contenidos en territorio, en coordinación con Responsable de Comunicación de Acción contra el Hambre y con el acompañamiento del personal técnico correspondiente.
- Se deberá garantizar el cumplimiento de lineamientos éticos, incluyendo la gestión de consentimientos informados para el uso de imagen y testimonios, con base a las políticas institucionales de Acción contra el Hambre.

4.3. Validación Técnica.

- Mantener una comunicación fluida y permanente con la Responsable de Comunicación de Acción contra el Hambre, a fin de garantizar la precisión técnica de los contenidos, su adecuada adaptación a los distintos temas y su validación oportuna.
- La agencia deberá participar en espacios periódicos de coordinación y seguimiento, en los cuales se revisarán avances, se validarán los materiales desarrollados y se realizarán los ajustes necesarios.
- Todos los materiales y contenidos deberán contar con la validación de la responsable de comunicación, responsable de programa y AECID, previo a su difusión o impresión.

5. PRODUCTOS ENTREGABLES

5.1. Plan de trabajo

Elaboración de un plan de trabajo que contemple todos los aspectos a realizar durante el desarrollo de la contratación de la agencia; este documento debe contemplar un cronograma, metodología, equipo a utilizar, presupuesto; considerando un mínimo de doce (12) visitas durante los veinticinco (25) meses de ejecución de la contratación.

La cantidad específica de piezas y materiales comunicacionales no se establece de forma cerrada en estos Términos de Referencia, ya que será definida y ajustada trimestralmente según la programación de las actividades en territorio y las necesidades de comunicación del proyecto, previa coordinación y validación de Acción contra el Hambre y AECID.

5.2. Línea gráfica de campaña

- Desarrollo de aplicaciones y adaptaciones de la línea gráfica ya establecida por la TEI Petén y la campaña de sensibilización, para materiales gráficos, audiovisuales, impresos y digitales, así como plantillas para presentaciones, redes sociales y otros formatos de comunicación.
- Desarrollo y adaptación de materiales de visibilidad.

5.3. Desarrollo y producción de materiales

Entrega continua y periódica de materiales durante la implementación de la campaña, conforme al cronograma aprobado y a las necesidades temáticas de comunicación del proyecto. La agencia deberá desarrollar, diseñar, producir y adaptar materiales y contenidos de comunicación para los distintos componentes, procesos y actividades del proyecto, contemplando una estrategia multiformato y multicanal.

Los productos podrán incluir, entre otros:

- Materiales gráficos para acciones informativas y de sensibilización en actividades comunitarias.
- Material visual para publicidad exterior.
- Material visual/ audiovisual para redes sociales.
- Producción audiovisual y videoclips informativos, educativos y de sensibilización sobre las distintas temáticas del proyecto, incluyendo contenidos orientados a documentar procesos, resultados, impacto, cambios de comportamiento y sistematización de proyecto.
- Producción de spots radiales.
- Producción de anuncios para televisión.
- Desarrollo de historias humanitarias, testimonios y contenidos narrativos en formatos audiovisuales y escritos.
- Desarrollo de conceptos creativos, guiones, copys y adaptaciones narrativas para los distintos productos y plataformas de comunicación.
- Producción y cobertura fotográfica de actividades, procesos y acciones del proyecto.
- Material promocional.
- Material de visibilidad.

5.4 Informes de avance y seguimiento

La agencia deberá presentar informes trimestrales de avances y un informe final consolidado, conforme a los lineamientos de la estrategia de sensibilización y cambio de comportamiento establecido por Acción contra el Hambre.

Como mínimo, los informes deberán incluir:

- Resumen de actividades y acciones desarrolladas.
- Detalle de materiales y contenidos producidos y entregados.
- Reporte de métricas, incluyendo datos de alcance, engagement, segmentación de audiencias, rendimiento de contenidos y otros indicadores relevantes según los canales utilizados.
- Registro fotográfico, audiovisual o documental de las actividades realizadas, cuando aplique.
- Análisis de hallazgos, retroalimentación del público, situaciones relevantes identificadas y recomendaciones para fortalecer la comunicación en los siguientes períodos.

5.5 Forma de entrega de materiales comunicacionales

- La agencia deberá contemplar las revisiones y ajustes necesarios de los productos desarrollados, conforme a las revisiones y retroalimentación de Acción contra el Hambre y AECID.
- La versión final de todos los materiales deberá entregarse en formato digital editable (Adobe Illustrator, Photoshop, InDesign, etc.) y en alta resolución para impresión (PDF/X, TIFF, PNG) y en versiones optimizadas para web y redes sociales.
- La calidad de los productos finales esperados deberá estar, de tal manera que no exista la necesidad de realizar ajustes o configuraciones adicionales.
- Todos los productos deben contar con la validación de Acción contra el Hambre y AECID.
- La agencia deberá tener la flexibilidad de atender adicionalmente cualquier requerimiento específico de seguimiento o información solicitado por Acción contra el Hambre durante la ejecución de la campaña.
- Todos los productos, materiales y contenidos desarrollados en el marco de la presente contratación pasarán a ser propiedad de Acción contra el Hambre y AECID. El/la contratista cede a la organización todos los derechos patrimoniales de autor sobre dichos productos para su uso, reproducción, modificación, publicación y distribución sin limitación alguna.

6. CALENDARIO DE EJECUCION DE LA CONSULTORIA

Duración estimada: 25 meses

Fecha inicio: Septiembre de 2026

Fecha de entrega de informe final: Octubre de 2028

Fecha de finalización para cierres administrativos: Octubre 2028

7. ENTREGABLES EN FUNCIÓN DE LOS PRODUCTOS DE LA AGENCIA.

	ENTREGABLES	TIEMPOS
1	Plan de trabajo y desarrollo de identidad visual de la campaña, incluyendo cronograma, metodología, presupuesto, plan de visitas y línea gráfica con sus aplicaciones en formatos editables. (Referencias numerales 5.1 y 5.2)	10 días calendario después de firma de contrato. (septiembre)
2	Los productos comunicacionales deberán entregarse mensualmente; sin embargo, el informe de avance y consolidación de estos se presentará de manera trimestral. (referencia numeral 5.3)	Trimestral (octubre 2026- Octubre 2028)
3	Informe final consolidado, conteniendo respaldos, materiales y archivos editables.	(Octubre, 2028)

8. COMPOSICIÓN DEL EQUIPO O AGENCIA DE PUBLICIDAD Y CRITERIOS DE VALORACIÓN

La consultoría será desarrollada por una agencia o equipo técnico especializado en comunicación para el desarrollo, cambio de comportamiento, publicidad y desarrollo de campañas, que cuente con la experiencia y capacidad técnica necesarias para garantizar la calidad de los productos establecidos y requeridos por Acción contra el Hambre.

CONSULTOR PRINCIPAL

FORMACIÓN

Titulación universitaria en las áreas de Comunicación, Publicidad, cineasta, Diseño Gráfico, Producción Audiovisual, o carreras afines. (adjuntar constancias).

COMPETENCIAS DESEADAS

- Capacidad para conceptualizar y adaptar mensajes de comunicación y sensibilización dirigidos a distintos públicos y contextos.
- Capacidad para coordinar procesos creativos, planificación de contenidos y trabajo con equipos multidisciplinarios.
- Conocimiento del trabajo comunicacional en proyectos sociales, institucionales, de cooperación internacional u ONG (deseable).

EXPERIENCIA

- Mínimo 5 años de experiencia comprobable en el desarrollo, implementación o producción de materiales para campañas de comunicación, sensibilización o cambio de comportamiento (adjuntar portafolio).
- Experiencia comprobable en producción de contenidos gráfico, audiovisual, audio, fotográfico, escrito, y digital para distintos públicos y plataformas, incluyendo storytelling, entrevistas, historias humanitarias, y generación de contenidos en territorio.
- Experiencia en manejo de campañas y estrategias digitales, incluyendo administración de redes sociales, posicionamiento de contenidos, SEO, pauta digital y análisis de métricas de desempeño.

EQUIPO DE TRABAJO:

La persona individual o empresa consultora debe presentar el organigrama funcional que propone para la realización de los trabajos aquí descritos en los presentes TDR, indicando los nombres de todos y cada uno de los integrantes del personal profesional, técnico y administrativo, y su tiempo de dedicación al desarrollo del estudio de la presente consultoría.

Se indicarán las funciones que va a desempeñar cada profesional o especialista para la elaboración de esta consultoría, indicando los perfiles más significativos, tales como diseñador gráfico, cineasta, comunicador, publicista, etc.

Como mínimo, el equipo de trabajo propuesto deberá estar constituido por:

- a. Profesional en Diseño Gráfico, con experiencia comprobable en conceptualización, diseño y producción de materiales comunicacionales impresos y digitales, con al menos cinco (5) años de experiencia profesional. Se valorará experiencia en proyectos de cooperación internacional, comunicación para el desarrollo, campañas sociales o humanitarias.
- b. Profesional en Producción Audiovisual, Cine o carrera afín, con experiencia comprobable en preproducción, producción y postproducción de materiales audiovisuales, documentales, reportajes o videos institucionales, con al menos cinco (5) años de experiencia profesional. Se valorará experiencia en producción de contenidos para organizaciones humanitarias, de desarrollo o cooperación internacional.
- c. Profesional en Comunicación Social, Periodismo, Storytelling o carrera afín, con experiencia en la recopilación de testimonios, realización de entrevistas, redacción de historias de vida, historias de cambio y contenidos humanitarios para medios impresos, digitales y audiovisuales, con al menos tres (3) años de experiencia profesional. Se valorará experiencia en enfoques de protección, género, Pertinencia Cultural y Salvaguarda, y trabajo con comunidades vulnerables.

NOTA:

- ✓ La persona individual o empresa consultora deberá contar con recursos propios para la realización del trabajo de campo y gabinete, incluyendo transporte, viáticos, equipo de cómputo, acceso a internet, teléfono inteligente, equipo fotográfico, equipo de grabación de audio y demás recursos necesarios para el cumplimiento de los productos contratados.
- ✓ Deberá disponer de licencias vigentes de software especializado para diseño, edición y producción audiovisual (Illustrator, Photoshop, InDesign, Premiere Pro, After Effects, Lightroom, Audition, entre otros) o herramientas equivalentes.
- ✓ El equipo propuesto deberá tener disponibilidad para desplazarse a las áreas de intervención del proyecto y realizar entrevistas, levantamiento de información, registro fotográfico y audiovisual.

8.1 Criterios de valoración:

La evaluación de ofertas se llevará a cabo con base a la siguiente descripción:

8.1.1 Proceso de Evaluación Técnica:

EVALUACIÓN TÉCNICA	
DESCRIPCION	NOTA MÁXIMA
PARAMETROS Y PONDERACIÓN EVALUACIÓN TÉCNICA (Puntuación máxima 75 puntos)	
a) Experiencia general de la empresa de publicidad o consultor individual (Conocimiento y experiencia en trabajos similares de diseño de productos comunicacionales para campañas de sensibilización y cambio de comportamiento. DEMOSTRABLE (ONG´S, iniciativa privada, entidades de gobierno, otros) (puntuación máxima 20.00 puntos.)	
Más de 5 años	15.00
Entre 4 y 5 años	10.00
3 años de experiencia	5.00
b) Experiencia general del equipo de profesionales propuestos por la persona individual agencia de publicidad (Conocimiento y experiencia en realización de trabajos para proyectos similares) DEMOSTRABLE (puntuación máxima 20.00 puntos.)	
Más de 5 proyectos	20.00
Entre 4 y 5 proyectos	15.00
Entre 1 y 3 proyectos	10.00
c) Portafolio de trabajo (Calidad en producción de contenidos gráficos, audiovisuales, escritos, sonoros y digitales.) DEMOSTRABLE (puntuación máxima 30.00 puntos.)	
Presentación de portafolio de productos comunicacionales	30
d) Capacidad técnica y recursos propios para la producción de contenidos. (puntuación máxima 10.00 puntos.)	
- Equipo audiovisual propio (cámaras, drones, iluminación, micrófonos). - Licencias de software especializadas. - Personal técnico disponible. - Capacidad para desplazamiento a campo.	10
PUNTUACIÓN MÁXIMA	75

Para la evaluación de la persona consultora o equipo de trabajo se analizará cumplimiento en base al perfil mínimo requerido en el numeral 8. y la tabla anterior que puede ser aplicable también al equipo.

8.1.2 Proceso de Evaluación Económica:

EVALUACIÓN ECONÓMICA
(PUNTUACIÓN MÁXIMA 25.00 PUNTOS.)
Las ofertas recibidas con base al costo de ejecución consignado por el oferente se ordenarán en forma creciente, con la oferta que presente el costo menor de ejecución, hasta ordenar la oferta que presente el costo más alto en ejecución, la unidad de medida será quetzales. La oferta que presente el menor costo de ejecución obtendrá la puntuación de calificación más alta de veinte (25.00) puntos, a los oferentes se les asignará la calificación que corresponde con base a la fórmula establecida y el orden que ocupen. Para obtener la calificación se les otorgará el punteo que resulte de la aplicación de la siguiente fórmula: $Puntuación = \frac{A * 25}{Costo N}$ Donde: A = Oferta con el costo de ejecución menor. Costo N = Costo de ejecución, de la oferta subsiguientes, según su orden.

9. ROL Y RESPONSABILIDADES DEL EQUIPO CONSULTOR O AGENCIA

Será de responsabilidad exclusiva de la persona consultora:

- Se espera que la propuesta técnica y financiera considere un mínimo referencial de visitas de campo durante la implementación de la campaña.
- Todos los costos asociados a la producción (viáticos, traslados, logística, entre otros) deberán estar incluidos en la propuesta económica de la agencia.
- Se deberán contemplar los costos asociados a la pauta en medios digitales y estar incluidos en la propuesta económica.
- Entregar los productos especificados en estos términos de referencia en la calidad, en los tiempos requeridos y en formatos editables y otros requeridos.
- Mantener una relación de coordinación y comunicación constante con la responsable de comunicación y considerar las recomendaciones, solicitudes y sugerencias de Acción Contra el Hambre.
- Validar los productos finales con la responsable de comunicación de Acción Contra el Hambre y AECID.
- Registrar y documentar adecuadamente en un drive todos los materiales a entregar a Acción contra el Hambre.
- Estar cubierto por un seguro contra accidentes y/o enfermedades durante las visitas de campo en la ejecución del contrato.
- Cumplir con los requisitos de postulación (numeral 8).

10. ROL Y RESPONSABILIDADES DE ACCIÓN CONTRA EL HAMBRE

Tendrá un rol de apoyo durante el servicio, limitándose este a:

- Proveer a tiempo al equipo consultor la información y documentación disponible, que tenga en existencia y que pueda aportar para el desarrollo de esta.
- Mantener y facilitar la comunicación con las personas de Acción contra el Hambre para el desarrollo óptimo de las actividades.
- Brindar lineamientos metodológicos y orientación técnica para la adecuada ejecución del trabajo.
- Coordinar y articular reuniones con el equipo técnico.
- Dar seguimiento al cumplimiento del cronograma de actividades y productos establecidos en los presentes TDR.
- Revisar, retroalimentar y validar los productos presentados por el equipo consultor o agencia.
- Efectuar los pagos correspondientes conforme a lo establecido en el apartado “Forma de pago”, establecidos en el apartado 11.

11. PRESUPUESTO Y FORMA DE PAGO

La agencia interesada deberá presentar una propuesta técnica y económica que contemple todos los costos asociados al desarrollo e implementación de la campaña durante el período de contratación.

La propuesta económica deberá incluir todos los costos asociados a los materiales comunicacionales de la campaña, incluyendo diseño, producción, adaptación de materiales y contenidos, así como viáticos y gastos relacionados con visitas de campo, y cualquier otro gasto necesario para el cumplimiento de los productos y actividades requeridas.

Se hace necesario contar con el desglose de los costos relacionados con pauta publicitaria y difusión pagada en medios digitales, radiales, televisivos u otros.

El monto de la contratación será pagado mediante transferencia bancaria contra entrega de factura contable correspondiente autorizada por la Superintendencia de Administración Tributaria –SAT–.

Los pagos estarán sujetos a las deducciones legales correspondientes conforme a la normativa vigente en Guatemala.

La forma de pago se realizará contra entrega, revisión y aprobación de productos, de la siguiente manera:

DESGLOSE DE PAGOS	PORCENTAJE	PRODUCTOS DE LA CONSULTORÍA.
Primer Pago	10%	Contra firma de contrato
Segundo Pago	10%	Contra entrega del plan de trabajo, cronograma detallado, presupuesto, metodología de implementación de la campaña y entrega de propuesta de identidad visual y línea gráfica, incluyendo aplicaciones y adaptaciones
Tercer pago	10%	Contra entrega de informe trimestral de avance 1; materiales y contenidos desarrollados, conforme al cronograma aprobado.
Cuarto pago	10%	Contra entrega de informe trimestral de avance 2; materiales y contenidos desarrollados, conforme al cronograma aprobado.
Quinto pago	10%	Contra entrega de informe trimestral de avance 3; materiales y contenidos desarrollados, conforme al cronograma aprobado.
Sexto pago	10%	Contra entrega de informe trimestral de avance 4; materiales y contenidos desarrollados, conforme al cronograma aprobado.
Séptimo pago	10%	Contra entrega de informe trimestral de avance 5; materiales y contenidos desarrollados, conforme al cronograma aprobado.
Octavo pago	10%	Contra entrega de informe trimestral de avance 6; materiales y contenidos desarrollados, conforme al cronograma aprobado.
Noveno pago	10%	Contra entrega de informe trimestral de avance 7; materiales y contenidos desarrollados, conforme al cronograma aprobado.
Decimo y último pago	10%	Informe final consolidado, incluyendo sistematización de productos, resultados y materiales desarrollados durante la ejecución de la campaña.
TOTAL	100%	

La persona individual o empresa consultora será responsable de proporcionar los datos correctos de sus cuentas bancarias y cualquier cobro por rechazo debido a información errónea de sus cuentas, deberá ser asumido por la persona individual o empresa consultora y se debitará del contrato suscrito.

En caso de que la persona individual o empresa consultora sea de origen extranjero y debe presentar impuestos en su país de origen, lo hará por cuenta propia sin que esto conlleve responsabilidad por parte de la Asociación Acción contra el Hambre Guatemala. Asimismo, la empresa contratada queda sujeta a retención de impuestos que la legislación guatemalteca especifique para empresas extranjeras.

Si el pago se hace a través de una transferencia bancaria hacia el exterior, la persona individual o empresa consultora debe asumir los costes y/o pérdidas correspondientes a la transferencia y la tasa de cambio, éste será: (podría ser cualquier de estas opciones, consultar antes a Administración, **“solo puede ser una”**).

1. El tipo de cambio que aplique el banco de ACH el día de la transferencia.
2. TMP de la Red Internacional de Acción contra el Hambre
3. Financiador según políticas del donante
4. Del Banco central del país.
5. Otro según acordado entre ACH y el prestador de servicio

Acción contra el Hambre cumple con todo lo establecido en la legislación guatemalteca

Las cotizaciones deberán presentarse en moneda nacional -Quetzales-, con el IVA incluido.

12. CONFIDENCIALIDAD

Todos los documentos generados durante la presente consultoría son propiedad exclusiva de Asociación Acción contra el Hambre Guatemala ACH.

Los materiales e información proporcionada al equipo consultor son propiedad exclusiva de Asociación Acción contra el Hambre Guatemala y deberán ser utilizados específicamente como referencia al desarrollo de la presente agencia.

Resguardar con absoluta confidencialidad la información técnica, legal, social, económica, financiera y ambiental proporcionada por Acción contra el Hambre.

13. CRONOGRAMA DE SELECCIÓN

- 21/07/2026: Fecha límite para envío de solicitud de no objeción del TDR a AECID.
- 07/08/2026: Fecha estimada de recepción de no objeción del TDR por parte de AECID.
- 10/08/2026: Publicación de Términos de Referencia e invitación a agencias oferentes.
- 01/09/2026: Fecha límite para recepción de propuestas técnicas y financieras.
- 04/09/2026: Revisión y evaluación de propuestas.
- 08/09/2026: Fecha estimada de selección y adjudicación de la agencia consultora.
- 11/09/2026: Fecha estimada para formalización y firma de contrato.
- 20/10/2028: Fecha límite para entrega de informe final y productos consolidados de la campaña.
- 30/10/2028: Fecha de finalización contractual y cierre administrativo.

14. POSTULACIÓN

La persona consultora interesada debe enviar CV, carta de presentación, constancia RENAS, documento fiscal autorizado y carta de inexistencia de conflicto de interés, al correo: halvarado@ca.acfspain.org con copia a: mhhernandez@ca.acfspain.org
Asunto: **Consultoría para producción de materiales de campaña de sensibilización y cambio de comportamiento en Petén Itzá.**

A más tardar el 01/09/2026 a las 17:00 hrs. Dudas o consultas de carácter técnico deben realizarse al siguiente correo electrónico a halvarado@ca.acfspain.org hasta el 18/08/2026

14.1. Requisitos para presentación de la propuesta Técnica y Financiera:

Considerar todos los aspectos definidos en criterios de valoración inciso 8.1 de este documento.

La propuesta técnica debe incluir:

- a. Carta de presentación de la agencia, indicando su interés para participar en el proceso.
- b. Perfil y hoja de vida del equipo técnico y creativo asignado al proyecto, indicando roles y experiencia relevante.
- c. Portafolio de trabajos; materiales gráficos, audiovisuales, digitales y contenidos de comunicación para distintos formatos y plataformas, relacionados con campañas de sensibilización, cambio de comportamiento, desarrollo, acción humanitaria o proyectos institucionales.
- d. Documentación del equipo o integrantes de la agencia de publicidad:
 - Antecedentes Penales vigentes.
 - Antecedentes Policiacos vigentes.
 - Constancia Renas Vigente.
 - Copia simple del RTU actualizado de la empresa.
 - Copia simple del Documento Personal de Identificación (DPI) del representante legal.
 - Copia simple de Patente de Comercio de Empresa y/o Sociedad, si aplica.

La propuesta financiera debe incluir:

- a. El oferente deberá presentar una propuesta económica integral en quetzales (Q), expresada en números enteros e incluyendo el Impuesto al Valor Agregado (IVA), que incluya todos los costos asociados al diseño y producción de materiales de la campaña durante un período de veintisiete (26) meses.
- b. La propuesta deberá incluir de forma separada el costo correspondiente a la gestión y/o administración de pauta publicitaria en medios digitales, radial, televisivo y/u otros medios, el cual deberá presentarse como un rubro independiente del costo de producción creativa.
- c. Dado que el volumen final de productos creativos será definido durante la ejecución de la campaña, la propuesta económica deberá estructurarse bajo la modalidad de honorarios mensuales durante veintiseis meses.
- d. Vigencia de la propuesta económica.

Se debe cumplir con el perfil indicado. La falta de cumplimiento de este aspecto dará pie a la valoración de la pertinencia del equipo consultor, reservándose el derecho de exclusión de la candidatura.

15. FRAUDE, CORRUPCIÓN Y CONFLICTO DE INTERES:

Todos los oferentes que participen en la presente convocatoria deben observar los más altos niveles éticos y denunciar todo acto sospechoso de fraude o corrupción del cual tengan conocimiento o sean informados durante el proceso de selección y de las negociaciones o la ejecución del contrato.

Carta con manifestación expresa de la inexistencia de conflicto de intereses del proponente con la convocatoria y/o la Asociación Acción Contra el Hambre y su representante legal.

Están imposibilitados para postular personas que hayan tenido incumplimientos en contratos anteriores con la organización.

16. DERECHOS DE PROPIEDAD DE USO

Acción Contra el Hambre es único propietario exclusivo de los derechos de propiedad intelectual de los materiales resultantes de la firma del contrato suscrito – con la excepción de los derechos morales-. Acción Contra el Hambre es el único dueño de los siguientes derechos en todo el mundo:

- Derecho a reproducción en cualquier medio y forma.
- Derecho de representación y distribución.
- Derecho de traducción e interpretación en cualquier idioma.

17. COMPROMISO CON LA PROTECCIÓN DE LA NIÑEZ Y SALVAGUARDA

La persona consultora trabajará en pleno respeto por los derechos de la niñez, cumpliendo las políticas establecidas para la Protección de la Infancia, así como el Código de Conducta y demás políticas de Acción Contra el Hambre, incluyendo la prevención contra la explotación y abusos sexuales y política de género. La persona consultora recibe una copia y firman de conocimiento las políticas institucionales de salvaguarda; y están obligados a proteger y defender los derechos de los niños, niñas, y/o adolescentes que estén vinculados de manera directa, indirecta, o circunstancial con la labor realizada.

18. POLITICA DE PREVENCIÓN CONTRA LA EXPLOTACIÓN Y ABUSO SEXUAL (PEAS)

Toda persona consultora, o equipo de trabajo contratado o subcontratado de manera directa o indirecta por Acción Contra el Hambre, deberá cumplir con las políticas establecidas para la Protección de la Infancia, la política internacional de prevención contra la explotación y el abuso sexual PEAS, así como el Código de Conducta, y demás políticas de Acción Contra el Hambre, incluyendo la política de género. La empresa o equipo de consultoría recibirán una copia y firmarán de conocimiento las políticas institucionales de salvaguarda, y PEAS; y están obligados a proteger y defender los

derechos de los niños, niñas, y/o adolescentes que estén vinculados de manera directa, indirecta, o circunstancial con la labor realizada.”

Se establece que el no cumplimiento de nuestras políticas de PEAS, Código de conducta entre otras políticas, por parte de las empresas / entidades o individuos contratados o subcontratados, de las medidas de prevención adecuadas contra la explotación y abusos sexuales, o de actuaciones correctivas en el caso de que se produzcan casos de esta naturaleza, será base suficiente para que Acción Contra el Hambre rescinda dichos acuerdos o contratos.

19. NO LIMITACION DE CUMPLIMIENTO DE NORMATIVAS APLICABLES

La persona consultora además de las políticas del Acción Contra el Hambre, de manera irrevocable deberá cumplir además de todas las normas legales vigentes a que diera lugar, como ser y no limitándose a las siguientes:

1. Cumplimiento de la legislación laboral y tributaria aplicable.
2. Respeto y cumplimiento de principios relacionados con derechos humanos, igualdad y no discriminación.
3. Cumplimiento de obligaciones regulatorias y administrativas correspondientes para la operación de la empresa.
4. Cumplimiento de disposiciones relacionadas con el uso legal de imágenes, música, contenidos y demás materiales utilizados en la producción y difusión de productos comunicacionales.

20. RELACION DE LAS PARTES

Para aclaración de los potenciales oferentes y/o participantes se deja expresamente establecido que **Acción Contra el Hambre** no asume ninguna responsabilidad de carácter laboral con el oferente y/o participante ni con el personal de éste; de manera que la relación entre Acción Contra el Hambre y LA AGENCIA una vez se asigne y formalice la ejecución y desarrollo de los presentes Términos de Referencia, no deberá considerarse como de empleador y empleado, ni de mandante y mandatario, adquiriendo LA AGENCIA electa todas las **obligaciones** laborales que las leyes exigen, eximiendo completamente a **Acción Contra el Hambre** de toda responsabilidad derivada de las relaciones de trabajo entre LA AGENCIA y de sus trabajadores, si fuera el caso.-LA AGENCIA será el exclusivo patrono de los trabajadores que emplee o subcontrate y es el único responsable ante ellos también en forma exclusiva de las obligaciones legales que como patrono le correspondan.

Asociación Acción contra el Hambre Guatemala está comprometida con la protección y confidencialidad de sus datos, transparencia y rendición de cuentas. CONTÁCTENOS: Reclamos, dudas, sugerencias o comentarios, acerca de nuestra gestión

Teléfono (Guatemala): + 502 2316-4518; E-mail: transparencia@ca.acfspain.org

o puede depositar sus sugerencias en el buzón disponible en nuestras oficinas de Guatemala Capital

ELABORACIÓN:	VALIDACIÓN JEFE DE PROYECTO	VALIDACION LOGÍSTICA	VALIDACION ADMIN-BASE	VALIDACION RECURSOS HUMANOS
Nombre: Julisa Contreras	Nombre: Byron Girón Estrada	Nombre: Mayné Alvarado	Nombre: Claudia Sagastume	Nombre: Norma Elizabeth Vicente
Cargo: Responsable de Comunicación, Sensibilización e Incidencia	Cargo: Responsable de Programa	Cargo: Logista Base	Cargo: Administradora Base	Cargo: Técnica de Recursos Humanos
Firma:	Firma:	Firma:	Firma:	Firma: