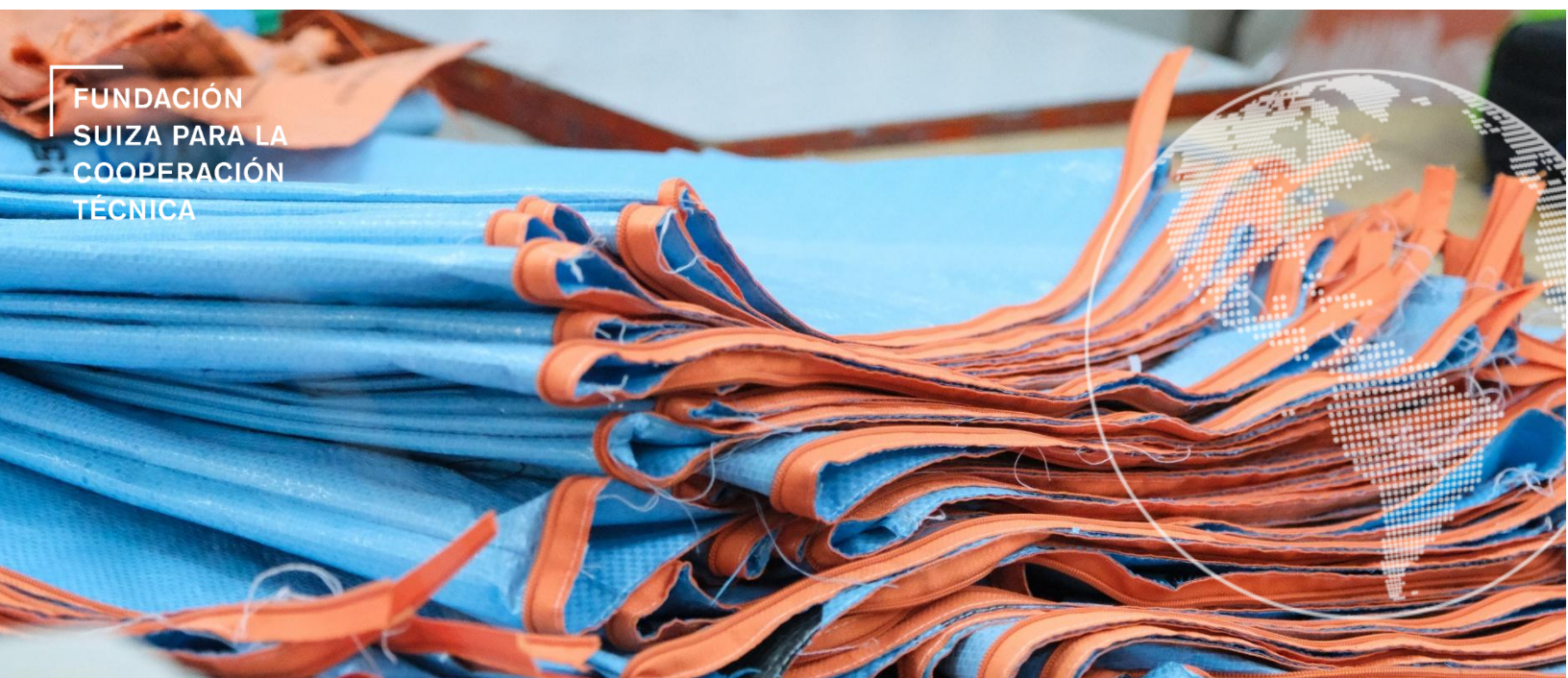




Términos de Referencia

Consultoría para la Implementación de la Estrategia de Cambio de Comportamiento bajo la Metodología RANAS para la Promoción de la Economía Circular en San Pedro Sula, Honduras

I. ANTECEDENTES

SWISSCONTACT es una fundación suiza con sede en Zúrich, independiente, que promueve el desarrollo económico, social y ambiental. Nuestro objetivo es abrir caminos en países en desarrollo para que las personas salgan de la pobreza a través de un desarrollo económico de base amplia. En sus diversos proyectos, Swisscontact facilita el acceso a programas de formación profesional, fomenta el emprendedurismo competitivo, mejora el acceso a servicios financieros locales y promueve el uso sostenible de los recursos naturales.

Swisscontact, a través del Proyecto *Impacto Circular 2025-2028* con el apoyo de la Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (COSUDE), tiene como objetivo contribuir a la mejora de los sistemas de gestión de residuos sólidos desde un enfoque de economía circular, impulsando la articulación público-privada, la generación de empleo verde, la promoción de cambio de comportamiento en la población en general, innovación e investigación, la inclusión social y el fortalecimiento de modelos de negocios sostenibles en el sector del reciclaje.

<https://www.swisscontact.org/es/proyectos/circular-impact-recycling-for-prosperity>

Como parte de este proceso, durante 2026 se desarrolló una investigación basada en la metodología RANAS (Riesgos, Actitudes, Normas, Habilidades y Autorregulación), con el fin de identificar los

factores que influyen en los comportamientos relacionados con la gestión de residuos sólidos en San Pedro Sula.

Como resultado de este proceso se priorizaron tres comportamientos:

- Disposición oportuna de residuos.
- Separación de reciclables desde la fuente.
- Consumo responsable.

Con base en los hallazgos obtenidos se diseñó una Estrategia de Cambio de Comportamiento que contempla intervenciones de comunicación y sensibilización comunitaria mediante redes sociales, perifoneo comunitario, activaciones comunitarias y materiales informativos dirigidos a colonias priorizadas de San Pedro Sula. Dicha Estrategia contempla los factores conductuales identificados a abordar, las técnicas de cambio de comportamiento, mensajes clave y canales identificados preliminarmente.

Durante la implementación de la estrategia, Swisscontact continuará recibiendo asistencia técnica especializada de la firma desarrolladora de la metodología RANAS, con el propósito de fortalecer la calidad metodológica de las intervenciones y asegurar la adecuada aplicación de las técnicas de cambio de comportamiento seleccionadas. Asimismo, previo al inicio de la consultoría, Swisscontact brindará una capacitación sobre la metodología RANAS al personal clave de la Agencia de Comunicaciones seleccionada. Dicha capacitación abordará los comportamientos priorizados, los factores conductuales identificados, las técnicas de cambio de comportamiento y los mensajes definidos para la campaña.

En este contexto, Swisscontact requiere contratar una Agencia de Comunicaciones para implementar la Estrategia de Cambio de Comportamiento bajo la metodología RANAS en colonias priorizadas de San Pedro Sula, Honduras. Para efectos de la metodología RANAS, se han priorizado 40 colonias en San Pedro Sula, contemplando sobre todo zonas urbanas, pero también periurbanas de todo el municipio, integrando estrato alto, medio y bajo casi en igualdad de tamaño, de las cuales 28 de ellas han sido seleccionadas en este 2026 como grupo de intervención, es decir, que recibirán todo el esfuerzo de la Campaña, y el resto de 12 colonias solo recibirán la Campaña genérica, siendo en este caso la de redes sociales, (ver Anexo).

II. CONTRATANTE

Swisscontact, Fundación Suiza de Cooperación para el Desarrollo Técnico.

III. OBJETIVO GENERAL DE LA CONSULTORÍA

Implementar la Estrategia de Cambio de Comportamiento desarrollada bajo la metodología RANAS, mediante el diseño, producción, coordinación y ejecución de acciones de comunicación y

sensibilización e intervención territorial que promuevan los comportamientos priorizados y relacionados con la disposición oportuna de residuos, la separación de materiales reciclables desde la fuente y el consumo responsable en colonias priorizadas de San Pedro Sula, Honduras.

La estrategia de cambio de comportamiento y sus mensajes estratégicos constituyen insumos previamente desarrollados por el proyecto Impacto Circular. La Agencia será responsable de su adaptación creativa, traducción a piezas y acciones de comunicación y su implementación, sin modificar los contenidos estratégicos previamente aprobados por el Proyecto.

IV. OBJETIVOS ESPECIFICOS DE LA CONSULTORÍA

- Diseñar y producir materiales de comunicación físicos y digitales para los distintos canales de intervención, asegurando su coherencia con los comportamientos priorizados relacionados con la disposición oportuna de residuos, la separación de reciclables desde la fuente y el consumo responsable.
- Diseñar, producir e implementar las acciones de comunicación territorial definidas por la estrategia, incluyendo perifoneo y activatones comunitarios, en coordinación con los actores locales y socios del Proyecto.
- Desarrollar guías de implementación para las intervenciones puerta a puerta y en centros educativos, definiendo metodologías, materiales, mensajes clave y orientaciones operativas para su ejecución por parte de los Socios del Proyecto.
- Implementar mecanismos de monitoreo, seguimiento y reporte que permitan documentar la ejecución de las actividades, el alcance de las acciones de comunicación y los resultados obtenidos por la estrategia.
- La cantidad y características de las piezas serán definidas en el plan de trabajo aprobado por Swisscontact, de acuerdo con el presupuesto y los canales priorizados.

1. RESULTADOS ESPERADOS

La Agencia de Comunicaciones será responsable de planificar, diseñar, coordinar e implementar las actividades de comunicación y sensibilización contempladas en la Estrategia de Cambio de Comportamiento bajo la metodología RANAS, creada por Swisscontact y RANAS.

V. DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIGITAL

Diseño y producción de materiales digitales de sensibilización alineados con la metodología RANAS, los factores conductuales priorizados y los mensajes estratégicos previamente definidos por el Proyecto. La Agencia deberá desarrollar el concepto creativo de la campaña, la identidad visual, la línea gráfica y las adaptaciones necesarias de los mensajes para los distintos públicos objetivo y canales digitales, manteniendo el contenido estratégico establecido por el Proyecto. Asimismo, deberá diseñar las piezas comunicacionales requeridas para la difusión de la campaña, sin que ello limite la propuesta de formatos o recursos complementarios que fortalezcan su alcance e impacto.

Todos los materiales deberán entregarse en formatos listos para publicación y en sus respectivos archivos editables.

VI. IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA TERRITORIAL

Diseño, producción e implementación de acciones de comunicación y sensibilización en territorio para promover la disposición oportuna de residuos, la separación de reciclables desde la fuente y el consumo responsable en las colonias priorizadas por el Proyecto. La intervención se realizará exclusivamente en las veintiocho (28) barrios y colonias correspondientes al grupo de intervención definido por el Proyecto, en caso de que en alguna colonia priorizada no se pueda desarrollar alguna de estas actividades, el esfuerzo se le traslada a otra colonia priorizada (ver Anexo).

Perifoneo comunitario

La Agencia deberá diseñar, producir y ejecutar una campaña de perifoneo orientada a reforzar los comportamientos priorizados y convocar a las actividades de sensibilización contempladas en la estrategia. Para ello, deberá:

- Elaborar y producir los audios de perifoneo con el uso de la Inteligencia Artificial, tomando como base los mensajes estratégicos previamente definidos por el Proyecto. Garantizando la revisión y aprobación previa del contratante sobre el contenido, sonido, calidad y pronunciación adecuada de las voces utilizadas, así como los derechos de uso correspondientes.
- Proponer ajustes y mejoras que fortalezcan la comprensión y efectividad de los mensajes, sin modificar su contenido estratégico.
- Planificar las rutas, frecuencia y jornadas de perifoneo.
- Ejecutar las actividades programadas y documentar su implementación mediante registros, evidencias e informes de seguimiento. Considerando la georreferenciación la cual deberá entregarse en formato digital editable y/o compatible con herramientas SIG, incluyendo como mínimo la ubicación de las intervenciones.

Activatones comunitarios

La Agencia deberá planificar, organizar y ejecutar diecisiete (17) Activatones Comunitarios, orientados a promover los comportamientos priorizados por el Proyecto, desarrolladas exclusivamente los fines de semana y de forma simultánea al menos tres (3) por fin de semana. A la conclusión de este esfuerzo, la agencia deberá calendarizar una semana de perifoneo.

Los Activatones deberán incorporar actividades educativas, recreativas y participativas dirigidas a niños, jóvenes y adultos, así como mecanismos de convocatoria y de comunicación, registro de participantes y evidencia fotográfica, acordes con las características de cada sector intervenido. En total los Activatones deberán considerar una logística de alcance de al menos 5,000 personas adultas, mediante los mecanismos verificables de registro o estimación previamente acordadas con el

Proyecto. Además, incluye como mínimo, carpas, sillas, mesas, elementos audiovisuales, entre otros. Cabe resaltar que se contará con el apoyo de Socios del Proyecto para gestionar los accesos y permisos de uso de espacios comunitarios que contemplen las características para alojar este tipo de actividad, siendo solicitada con antelación.

Como parte de estas actividades, la Agencia deberá diseñar, producir, instalar y asegurar la correcta fijación de materiales informativos permanentes en las colonias o barrios intervenidos. Se contempla la instalación de un (1) banner comunitario por cada una de las veintiocho (28) colonias del grupo de intervención, para un total de al menos veintiocho (28) banners, ubicados en puntos estratégicos previamente aprobados por el Proyecto y en coordinación con los actores comunitarios. El tamaño de los banners podría variar, siendo algunas dimensiones posibles: 48x35, 60x35 o 70x90 pulgadas, el cual tiene que ser de un material con características de alta durabilidad para uso en exteriores.

VII. DISEÑO DE GUIAS DE IMPLEMENTACIÓN PARA INTERVENCIONES COMUNITARIAS Y EDUCATIVAS

Diseño de guías de implementación para futuras intervenciones de sensibilización desarrolladas a través de visitas puerta a puerta y talleres educativos en centros escolares de las colonias priorizadas por el Proyecto. La propuesta deberá ser validada por el contratante antes de la entrega final.

Guía de implementación para visitas puerta a puerta

La Agencia deberá diseñar una estrategia de visitas puerta a puerta orientada a reforzar los comportamientos promovidos por el Proyecto. La guía deberá contemplar como mínimo: Objetivos, Metodología de intervención, mensajes clave, materiales de apoyo, procedimiento de visitas, formatos de registro, indicadores de seguimiento, recomendaciones para la capacitación del personal ejecutor.

La implementación de las visitas puerta a puerta será realizada por un Socio del Proyecto y no forma parte del alcance operativo de la presente consultoría.

Guía de implementación para talleres educativos en centros escolares

La Agencia deberá diseñar una propuesta metodológica para la futura implementación de talleres educativos en centros escolares ubicados en las colonias priorizadas por el Proyecto. La guía deberá incluir como mínimo: Objetivos, Metodología, Recursos humanos requeridos, Materiales educativos, Requerimientos logísticos, Cronograma referencial, Presupuesto estimado y Mecanismos de seguimiento y evaluación.

La ejecución de los talleres educativos no forma parte del alcance operativo de la presente consultoría.

VIII. RESULTADO TRANSVERSAL: MONITOREO, DOCUMENTACIÓN DE RESPALDO E INFORMES

Para los resultados anteriormente descritos, la Agencia deberá implementar mecanismos de seguimiento, documentación y reporte que permitan evidenciar la ejecución de las actividades y los

productos desarrollados, incluyendo registros fotográficos, audiovisuales, medios de verificación, informes periódicos de avances e informe final consolidado de resultados.

2. ACTIVIDADES

Para el cumplimiento de la consultoría, la Agencia de Comunicaciones ejecutará las actividades siguientes:

- **1. Revisión y análisis inicial:** Revisión de la Estrategia de Cambio de Comportamiento, los comportamientos priorizados, los factores conductuales identificados mediante la metodología RANAS y los lineamientos técnicos definidos por Swisscontact. Asimismo, participación en las jornadas de inducción, capacitación y coordinación necesarias para la adecuada comprensión del proyecto y sus objetivos.
- **2. Desarrollo de propuesta creativa y metodológica:** Elaboración y presentación de una propuesta integral que incluya el concepto creativo de la campaña, identidad visual, línea gráfica, estrategia de comunicación y propuesta metodológica para los diferentes canales e intervenciones contempladas en la consultoría, para revisión y aprobación de Swisscontact previo al inicio de su implementación.
- **3. Desarrollo, revisión y ajuste de materiales:** Diseño y producción de los materiales de comunicación requeridos para la ejecución de la estrategia, incluyendo piezas digitales, materiales impresos, audios, recursos audiovisuales y demás herramientas de apoyo. La Agencia deberá incorporar los ajustes y observaciones emitidos por Swisscontact durante el proceso de revisión y validación.
- **4. Implementación de las intervenciones:** Ejecución de las actividades y acciones contempladas en el alcance de la consultoría, incluyendo las intervenciones territoriales previstas, así como el desarrollo de las guías de implementación y demás productos metodológicos requeridos.
- **5. Documentación y entrega final:** Sistematización de resultados, recopilación de evidencias, elaboración de informes técnicos y entrega de los productos finales, incluidos los archivos editables, materiales desarrollados y recomendaciones para futuras intervenciones.

3. PRODUCTOS ENTREGABLES:

Número	Producto	Descripción resumida
1	Guía de implementación para visitas puerta a puerta	Diseño de la estrategia de visitas puerta a puerta que será implementada posteriormente por un Socio del Proyecto, incluyendo metodología, mensajes clave, materiales de apoyo, procedimiento de visitas, formatos de registro, indicadores de seguimiento y recomendaciones para su implementación.

		Forma de entrega: Guía metodológica impresa y digital (Word y PDF), presentación ejecutiva en PowerPoint y memoria USB con todos los archivos correspondientes al producto.
2	Estrategia de comunicación digital desarrollada: piezas digitales y archivos editables. Informe de avances.	Adaptación de los mensajes estratégicos definidos por el Proyecto, desarrollo del concepto creativo de campaña, identidad visual, línea gráfica, artes digitales, textos y demás materiales de comunicación para medios digitales. Incluye la entrega de todos los archivos finales para publicación y sus respectivos archivos editables. Forma de entrega: Informe técnico impreso y digital (Word y PDF), presentación ejecutiva en PowerPoint, memoria USB con todas las piezas desarrolladas y sus respectivos archivos editables.
3	Estrategia territorial implementada: 17 activatones desarrollados y 28 banners instalados estratégicamente.	Diseño, producción e implementación de la campaña de perifoneo comunitario y ejecución de diecisiete (17) Activatones Comunitarios, en las colonias priorizadas por el Proyecto. Incluye diseño y producción de audios, planificación operativa, logística, materiales de apoyo, registros de participación, evidencias fotográficas y audiovisuales, informes de implementación, así como el diseño, producción e instalación de veintiocho (28) banners comunitarios con códigos QR, georreferenciación, entre otros. Forma de entrega: Informe técnico impreso y digital (Word y PDF), presentación ejecutiva en PowerPoint, memoria USB con evidencias fotográficas y audiovisuales, medios de verificación, materiales desarrollados y archivos editables correspondientes.
4	Guía de implementación para talleres educativos e informe final de consultoría, Entrega de informe final con	Diseño de la propuesta metodológica para talleres educativos en centros escolares, incluyendo objetivos, metodología, recursos requeridos, materiales educativos,

	sistematización de resultados y recomendaciones.	requerimientos logísticos, cronograma referencial, presupuesto estimado y mecanismos de seguimiento y evaluación. Incluye además el informe final consolidado de la consultoría, incorporando resultados alcanzados, medios de verificación, evidencias, lecciones aprendidas, recomendaciones y el consolidado de todos los productos desarrollados durante la consultoría. Forma de entrega: Guía metodológica final impreso y digital (Word y PDF), presentación ejecutiva en PowerPoint y memoria USB con la totalidad de los productos, evidencias, materiales desarrollados y archivos editables generados durante la consultoría.
--	--	---

El seguimiento, documentación, recopilación de evidencia y presentación de informes constituyen obligaciones transversales de la consultoría y forman parte integral de cada producto. Su cumplimiento será considerado para la revisión y aprobación de los productos y para la autorización de los pagos correspondientes.

Cronograma de trabajo:

Semana	1	2	3	4	5	6	7	8
Firma de contrato y reunión de arranque	X							
Capacitación sobre metodología RANAS, comportamientos priorizados, mensajes y alcances del proyecto	X							
Revisión de la Estrategia de Cambio de Comportamiento, materiales disponibles, polígonos de intervención y lineamientos técnicos	X							
Diseño de la Guía de Implementación para visitas puerta a puerta	X							
Entrega, revisión y aprobación del Producto 1	X							
Desarrollo de concepto creativo, identidad visual y línea gráfica de campaña		X						
Adaptación de mensajes y diseño de materiales para comunicación digital		X	X					
Revisión, ajustes y validación de materiales digitales			X					
Entrega y aprobación del Producto 2			X					
Diseño y producción de audios de perifoneo		X	X					

Planificación logística de perifoneo y Activatones			X	X				
Producción e instalación de banners comunitarios				X	X			
Ejecución de perifoneo comunitario				X	X	X	X	
Ejecución de Activatones Comunitarios				X	X	X		
Entrega y aprobación del Producto 3						X		
Elaboración de la Guía para talleres educativos en centros escolares					X	X		
Entrega y aprobación del Producto 4							X	
Reunión virtual de presentación de resultados y cierre técnico de la consultoría							X	
Revisión administrativa, facturación y cierre contractual								X

4. EQUIPO Y HERRAMIENTAS DE TRABAJO:

La Agencia de Comunicaciones deberá contar y disponer de los equipos, herramientas, software, licencias, vehículos, recursos logísticos, materiales y demás insumos necesarios para el desarrollo de la presente consultoría. Swisscontact no facilitará este tipo de recursos, por lo que la empresa deberá confirmar en su Carta de Presentación, Propuesta Técnica y Propuesta Económica la disponibilidad de los mismos para garantizar la adecuada ejecución de las actividades contratadas. La Propuesta Económica no deberá superar al equivalente en Lempiras de USD \$25,000.00

La Agencia será responsable de proporcionar todos los recursos humanos, tecnológicos, logísticos y operativos requeridos para la implementación de las actividades de redes sociales, perifoneo comunitario, Activatones comunitarios y desarrollo de las estrategias metodológicas contempladas en la consultoría.

Como parte de los Activatones Comunitarios, Swisscontact proporcionará directamente los incentivos y materiales promocionales que sean definidos por el proyecto, incluyendo imanes, sacos reutilizables y otros souvenirs. La Agencia de Comunicaciones será responsable únicamente del apoyo logístico para su distribución, registro y adecuada utilización durante las actividades comunitarias.

IX. PERÍODO DE LA CONSULTORÍA

Para la ejecución del servicio se prevé el periodo del 20 de octubre al 15 de diciembre de 2026.

X. REMUNERACIÓN

La propuesta económica deberá presentarse en Lempiras (HNL) e incluir un presupuesto desagregado por los cuatro entregables, producto y concepto de gasto. La Agencia deberá detallar los costos

asociados a honorarios profesionales, diseño gráfico, producción audiovisual, perifoneo, logística de eventos, materiales, impresión, instalación de banners, transporte, viáticos, alquiler de equipo, administración y cualquier otro costo directo o indirecto requerido para la ejecución de la consultoría.

XI.

Swisscontact pagará a la Agencia de Comunicaciones, la cantidad acordada en concepto de honorarios profesionales, quien debe contar con facturación vigente de conformidad al régimen de facturación establecido por el SAR. En el caso de contar con la respectiva Constancia de Pagos a Cuenta vigente, la empresa consultora deberá presentarla previa a su contratación y por cada pago que se efectúe se compromete a anexar copia de la constancia vigente, caso contrario y sin responsabilidad. Swisscontact como obligado tributario, hará las respectivas retenciones y se obliga a efectuar la declaración por concepto del Impuestos Sobre la Renta (ISR) del 12.5%, de conformidad al artículo 50 de la Ley del ISR, reformado mediante el Decreto No.194-2002 de la Ley de Equilibrio Financiero.

Garantía: la empresa Consultora asumirá la responsabilidad técnica y administrativa total por los entregables y por cualquier profesional que participe bajo su coordinación. En este sentido, y como respaldo al cumplimiento de las obligaciones contractuales, se le solicitará una garantía mediante la firma de una letra de cambio a favor de Swisscontact, por el monto equivalente al cien por ciento (100%) del valor total del contrato. Esta letra no implica desembolso ni pago inmediato, y su propósito es proporcionar a la Fundación una garantía de cumplimiento contractual. La misma solo será ejecutable en caso de incumplimiento y será devuelta una vez sea recibida y aceptada a satisfacción de los productos y de todas las obligaciones estipuladas en los términos de referencia que formarán parte integral del contrato.

La forma establecida para realizar los pagos por parte de Swisscontact a la empresa consultora seleccionada es la siguiente:

- XII.** Pago del 15% con la aprobación de propuesta metodológica/creativa y Producto 1.
- XIII.** Pago del 20% con la presentación, revisión y aprobación de Producto 2.
- XIV.** Pago del 30% con la implementación territorial, Producto 3.
- XV.** Pago del 35% restante con la presentación, revisión y aprobación del Producto 4.

XVI. PERFIL Y REQUISITOS DE LA EMPRESA CONSULTORA

Podrán participar únicamente agencias legalmente constituidas con experiencia comprobada en diseño e implementación de campañas de comunicación, sensibilización comunitaria, intervención territorial, organización de eventos, publicidad, mercadeo o áreas afines.

La empresa consultora deberá acreditar su experiencia mediante la presentación de un portafolio, y/o documentos de respaldo, tales como, contratos, órdenes de compra, constancias de satisfacción, enlaces a campañas ejecutadas u otros medios de verificación que evidencien trabajos similares. La propuesta deberá incluir las Hojas de Vida del personal clave que estará a cargo de la dirección, planificación, coordinación, producción e implementación de esta consultoría.

La empresa consultora deberá contar como mínimo con:

- Experiencia comprobada en diseño e implementación de campañas de comunicación y sensibilización, preferiblemente ejecutados en los últimos cinco (5) años.

- Experiencia en organización y ejecución de eventos comunitarios, en proyectos que hayan incluido intervención territorial y actividades comunitarias.
- Experiencia en diseño y producción de materiales gráficos y digitales.
- Capacidad demostrable para coordinar y ejecutar actividades simultaneas en diferentes ubicaciones.
- Personal con formación o experiencia en comunicación, publicidad, mercadeo, diseño gráfico, periodismo, relaciones públicas o carreras afines.
- Equipo, software, vehículos y recursos necesarios para la ejecución de la consultoría.

La experiencia previa en la metodología RANAS no constituye un requisito obligatorio. Sin embargo, se valorará positivamente la experiencia en proyectos relacionados con cambio de comportamiento, educación ambiental, gestión de residuos, economía circular o desarrollo comunitario.

No se aceptarán propuestas presentadas por consultores independientes, grupos informales de profesionales, asociaciones temporales que no cuenten con personería jurídica propia, o que sobrepasen el límite al equivalente en lempiras a USD 25,000.00.

XVII. DOCUMENTOS DE LA PROPUESTA

La propuesta deberá contener como mínimo los siguientes apartados:

Carta de presentación: Firmada por el representante legal de la empresa consultora, indicando el interés de participar en el proceso y la disponibilidad de recursos para ejecutar la consultoría.

Propuesta técnica: Firmada y sellada por el representante legal. Deberá incluir, como mínimo, una introducción, objetivos, metodología de trabajo, cronograma de ejecución, organización del equipo de trabajo y experiencia comprobable de la empresa consultora en proyectos similares.

Asimismo, deberá presentar una propuesta creativa preliminar de campaña que incluya una (1) propuesta de concepto e imagen gráfica para la estrategia de comunicación digital y una (1) propuesta preliminar para la campaña de perifoneo comunitario, tomando como referencia los mensajes y lineamientos proporcionados por Swisscontact. Las propuestas deberán elaborarse conforme a los criterios y formatos establecidos en el Anexo correspondiente.

Propuesta económica: Presentada en Lempiras (HNL), firmada y sellada por el representante legal. Deberá incluir un presupuesto desagregado por producto entregable y por concepto de gasto, incorporando todos los costos directos e indirectos necesarios para la ejecución de la consultoría.

Documentación legal: Escritura de constitución, RTN, permiso de operación vigente y documentación que acredite la representación legal de la empresa consultora.

Experiencia institucional: Portafolio, catálogo, campañas ejecutadas, contratos, órdenes de compra, constancias de satisfacción, sitios web, redes sociales u otra documentación que permita verificar la experiencia de la empresa en trabajos similares.

XVIII. ETAPAS PARA LA PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS

Las propuestas, incluyendo todos los documentos correspondientes, deberán ser enviadas al correo electrónico info.honduras@swisscontact.org con el asunto: **“Consultoría para la Implementación de la ECC bajo la Metodología RANAS para la Promoción de la EC en SPS, HND”** hasta las 17:00 horas del martes 13 de octubre del 2026.

La revisión y calificación de las propuestas se realizará en un plazo de dos (2) días hábiles a partir de la fecha límite de recepción de las ofertas.

5. CONTACTOS Y CONSULTAS DE ACLARACIÓN

En caso de consultas se establece hasta el martes 06 de octubre del 2026, hasta las 17:00 horas, favor remitir las consultas al correo antes referido con copia a kevin.rivera@swisscontact.org

Nota aclaratoria: El presente Término de Referencia es de carácter indicativo y orientativo, no así limitativo.

6. DECLARACIÓN DE ANTICORRUPCIÓN Y CONFLICTO DE INTERESES Y CÓDIGO DE CONDUCTA DE SWISSCONTACT.

Queda establecido que previo a la firma del contrato, la empresa consultora seleccionado(a), deberá leer y firmar de estar de acuerdo en poner en práctica el Código de Conducta y Procedimiento Anticorrupción de Swisscontact, los cuales forman parte integral de los mecanismos de cooperación interinstitucional. Ver: <https://www.swisscontact.org/en/about-us/code-of-conduct>

7. ANEXOS

Patronatos priorizados del grupo de intervención, agrupados según diecisiete (17) Activatones.

#	Distrito o Sector	Patronatos incluidos
1	Campisa	Residencial La Hacienda y Residencial Campisa
2	Rio Blanco	Colonia Rio Blanco.
3	La Bográn	Colonia Bográn
4	Universidad	Residencial Universidad
5	Universidad	Residencial Villas del Sol
6	El Carmen	Aldea El Carmen y La Reyna

7	El Carmen	La Reyna y Lomas del Carmen.
8	Cabañas	Barrio Cabañas
9	Cabañas	Colonia Tepeaca y Barrio Sunseri
10	Satélite	Colonia Satélite 1, Colonia Satélite 2 y Colonia Sandoval Sorto
11	Satélite	Colonia Satélite 3 y Colonia Satélite 4
12	Las Palmas	Colonia Las Palmas
13	Bld Union	Colonia Montefresco y Colonia La Unión
14	San José 5	Colonia San José 5
15	Villeda Morales	Colonia Villeda Morales
16	Cofradía	Colonia San Juan Bosco, Colonia Tito Consani, Barrio El Centro, Colonia L y Colonia Miramontes.
17	La Pavon	Colonia Miguel Ángel Pavon.

Comportamiento, Técnica de Cambio de Comportamiento, Mensaje y Canal

El presente cuadro sirve como referencia para presentar una propuesta creativa preliminar de campaña que incluya una (1) propuesta de concepto e imagen gráfica para la estrategia de comunicación digital y una (1) propuesta preliminar para la campaña de perifoneo comunitario.

Disposición Oportuna de Residuos

No.	Técnica de Cambio de Comportamiento	Mensaje
1	9. Describir los sentimientos sobre el rendimiento y sobre las consecuencias del	El sampedrano está orgulloso de que su basura no contamina

Separación de reciclables desde la fuente

No.	TCC	Mensaje	Audio
1	24. Demostrar y modelar el comportamiento	Demostración a vecinos de cuáles son los residuos reciclables que se generan en el hogar, como separarlos y entregarlos al Recolector de Base.	¡Atención vecinos! Antes de sacar la basura, separen sus reciclables: plásticos, cartón, papel, metales, electrodomésticos, tetrapak y botellas de vidrio. Entréguelos limpios y secos al reciclador de la colonia. ¡Reciclar empieza en casa y cada acción cuenta!

40 Patronatos priorizados (grupo de intervención y grupo control)

