



**REPÚBLICA DE HONDURAS
ALCALDIA MUNICIPAL DEL DISTRITO CENTRAL**

**UNIDAD DE GESTION DEL AGUA Y SANEAMIENTO MUNICIPAL
UGASAM**

**TERMINOS DE REFERENCIA
PARA LA CONTRATACION DE
CONSULTOR EN COMUNICACIÓN COMUNITARIA**

**PROYECTO DE GESTION DE INTEGRAL DEL AGUA URBANA EN LA ZONA
METROPOLITANA DEL DISTRITO CENTRAL
DONACION TF 0099354**

TEGUCIGALPA M.D.C., SEPTIEMBRE DEL 2012

Glosario

AIF	Asociación Internacional de Fomento del Banco Mundial
SEPA	Sistema de Ejecución de Planes de Adquisiciones
UAP	Unidad Administradora del Proyecto
UGASAM	Unidad de la Gestión de Agua y Saneamiento Municipal
AMDC	Alcaldía Municipal del Distrito Central (Tegucigalpa / Comayagüela)
BM,	Banco Mundial
Estrategia GIAU	Estrategia de Recursos Hídricos Urbanos

Consultor de Comunicación Comunitaria

Frente Ciudadano por el Agua de la Capital - UGASAM - Tegucigalpa: Agosto 2012 – Enero 2013

1. Antecedentes

La ciudadanía de la capital hondureña recibe múltiples mensajes en relación con el problema crónico del irregular suministro del agua y la baja calidad del servicio, mientras la municipalidad se prepara para asumir la administración descentralizada de esos servicios de agua y saneamiento a finales de 2013. Los múltiples mensajes proceden de distintas fuentes, con diversos contenidos e intereses, lo que puede ocasionar confusión y escepticismo ante el impulso de un nuevo modelo de gestión inspirado en una Nueva Cultura del Cuidado del Agua, basada en prácticas ambientales de consumo responsable y de ahorro, cuidado de las cuencas y autonomía financiera que configuran una solución integral y sostenible.

Una de las estrategias del Frente Ciudadano por el Agua (FCA) y la Alcaldía del Municipio del Distrito Central (AMDC) por medio de la Unidad de Gestión de Agua y Saneamiento Municipal (UGASAM) es establecer criterios y mensajes consensuados para la formación, información y comunicación sobre los temas relacionados con el problema del agua y su solución integral. En principio, el destinatario de los mensajes es la ciudadanía en general. Sin embargo, en la capital hay segmentos sociales diferenciados, tanto por el acceso al servicio, como por su participación en el sector; así lo refleja la composición plural e independiente del Frente Ciudadano.

A lo largo de un ciclo anual, el problema del agua se manifiesta de manera distinta, en función de las condiciones tropicales que imponen la estación de sequía o la estación lluviosa. Entre abril y junio de este año, en el marco de una consultoría ofrecida por el Banco Mundial, el FCA ha diseñado los principios y acciones de una estrategia general de comunicación social; ha entrenado a un grupo de portavoces antes los medios de comunicación; y ha preparado otras herramientas comunicacionales (ver documento anexo: *Estrategia de Comunicaciones Frente Ciudadano por el Agua de la Capital-Junio 2012*).

Esa estrategia pone énfasis en un modelo democrático de comunicación política para la difusión de los mensajes, basado en la responsabilidad, la transparencia y la eficacia pública inmediata. Ahora es necesario avanzar hacia otro escenario, diseñar y ejecutar una estrategia específica de *comunicación comunitaria* para garantizar la validación y la eficacia de las acciones conjuntas entre la Municipalidad, los diversos sectores del Frente Ciudadano, donde destacan las Juntas de Aguas, los organismos de defensa del medio ambiente, los colegios de profesionales, los empresarios, expertos, los medios de comunicación y otros organismos relacionados con el tema del agua.

2. Objetivo General

El objetivo GENERAL de la consultoría es asesorar al FCA y a la AMDC a trasladar a las comunidades y grupos organizados la información necesaria, y los mensajes adecuados, sobre las acciones orientadas hacia dar a conocer como la comunidad organizada en el FCA será parte de la toma de decisiones en el nuevo modelo de gestión integral de los servicios de agua potable y saneamiento.

Estas acciones comunicacionales, donde destaca la capacitación de *comunicadores comunitarios*, están diseñadas, en primer lugar, para organizar el apoyo al nuevo esquema de servicios de agua y saneamiento, con la ciudadanía correctamente informada y orientada a su nuevo rol de toma de decisiones junto con el Titular por medio del FCA. En segundo lugar para aclarar dudas sobre el nuevo modelo de gestión aprobado por la Corporación Municipal de la AMDC.

La Comunicación Comunitaria formal debe incluir los aspectos positivos, tales como la participación de la comunidad en la toma de decisiones, los aspectos factuales que se detallan en los diferentes diagnósticos del sistema en la Ciudad Capital. Así como los aspectos que pueden generar oposición tales como la necesidad de tener tarifas que garanticen la autonomía financiera sostenible y la conformación de la nueva institucionalidad.

Las acciones específicas en materia de comunicación y agua, permitirá a los diferentes sectores del Frente Ciudadano para el Agua mejorar su labor a través de dos tipos de mecanismos de comunicación: internos y externos. Los mecanismos internos se refieren a mejorar el acceso de los integrantes del Frente Ciudadano a la información relevante del sector, rutinas de información y acuerdos institucionales; capacitación de los emisores de mensaje, diseño y ejecución de campañas. Los mecanismos externos se refieren al diseño de las herramientas para difundir mensajes claros, con principios y valores consensados entre los actores sociales. Los responsables de la comunicación social participarán de un sistema abierto que se retroalimenta, generando la credibilidad, la confianza y la validación necesarias para convertirse en referentes legítimos en materia de formación, información y comunicación de los temas del agua de Tegucigalpa. Que puedan ser utilizados para mejorar la difusión que se realiza por otros medios como parte del mismo proceso.

3. Objetivos específicos

- 3.1. Comunicar a las comunidades y grupos organizados del DISTRITO CENTRAL que serán objeto de la estrategia, aglutinadas en diversas instancias de la sociedad civil, dedicadas a enfrentar el problema del agua, tales como: las Juntas de Agua, Patronatos, y otras colectividades como grupos ambientalistas, colegios de profesionales (ingenieros, economistas, arquitectos), empresarios, expertos, académicos y funcionarios públicos.

Ampliar la estrategia de comunicación social, basada en el diseño de un discurso articulado con los principales mensajes del FCA y la UGASAM, (*Anexo 1*), hacia las comunidades que integran la sociedad civil.

- 3.2. Prestar una atención particular a las comunidades más desfavorecidas, por los precarios servicios que padecen, dirigida a difundir y validar las políticas y acciones del Frente Ciudadano por el Agua; y a conocer las urgencias y opiniones que prevalecen de ese sector y proponer mensajes que administren y atiendan la mala información que seguramente otros grupos estarán proporcionando.
- 3.3. Programar la capacitación y difusión de los mensajes entre las comunidades o grupos organizados DEL DISTRITO CENTRAL en un periodo desde el mes de septiembre del 2012 hasta el mes de enero 2013.
- 3.4. Implementar, en conjunto con el FCA y la AMDC, hasta 40 (cuarenta) talleres de comunicación comunitaria para cubrir los grupos de interés incluyendo las Juntas de Agua y Patronatos del Distrito Capital como una prioridad del proyecto.
- 3.5. Crear un vínculo de comunicación bidireccional que retroalimente los mensajes y contenidos dirigidos a las comunidades, y actualizar las respuestas de la estrategia de comunicación política y social del FCA, mediante los comunicadores comunitarios.

4. Alcances

- 4.1. Realizar cuarenta talleres, con la participación aproximadamente 40 participantes por cada taller, según las zonas en las que están distribuidos los grupos de interés. Por medio de la Metodología que facilite el entendimiento de los participantes de las las acciones orientadas hacia dar a conocer como la comunidad organizada en el FCA será parte de la toma de decisiones en el nuevo modelo de gestión integral de los servicios de agua potable y saneamiento.
- 4.2. Dotar de un refrigerio por participante a aproximadamente 40 participantes los 40 talleres.

5. Productos Específicos:

- 5.1. **Informes puntuales:** Que detallen o alerten sobre la necesidad de atender preguntas o observaciones específicas que hayan surgido con el fin de mejorar el contenido del material que se usa en los talleres. Se asumirá que a falta de los mismos, el contenido del material esta adecuado.
- 5.2. **Una publicación a colores, con 30 copias,** que detalle y resuma la realización de los 40 talleres que incluyan fotos, y un resumen de las principales observaciones recogidas durante el proceso con alguna indicación de su frecuencia, cobertura sectorial y regional.
- 5.3. Preparar comunicados de prensa semanales para que sean entregados a los medios de comunicación para dar a conocer estas rondas de talleres.

6. Lista de informes y cronograma de entrega.

- 6.1. Informe semanal de las actividades organizadas y las incidencias o preguntas que han surgido para que se decida como se van a manejar.
- 6.2. Un informe Final con **30 copias**, que detalle y resuma la realización de los talleres realizados que incluyan fotos, y un resumen de las principales observaciones recogidas durante el proceso con alguna indicación de su frecuencia, cobertura sectorial y regional. A ser entregado x días después de llevar a cabo el ultimo taller.

7. INSUMOS

El consultor deberá contar con su vehículo propio, equipo de oficina como computadora portátil y proyector, y todos los instrumentos necesarios para poder dar los talleres correspondientes, así como las atenciones o refrigerios para estos talleres.

8. METODO DE PAGOS Y VALOR DE CONSULTORÍA

El 80 % del valor del contrato se pagara proporcionalmente a fin de cada mes según los talleres realizados-. El 10% se pagara contra la aprobación del borrador de informe final y el 10% restante contra la entrega de las 30 copias del informe final.

Si se requiere realizar talleres adicionales, se pagará el promedio del valor completo de la oferta por cada taller adicional realizado.”

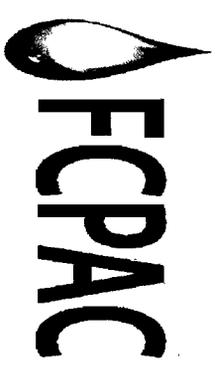
9. La capacitación del comunicador comunitario

El consultor será capacitado por un experto que el Banco Mundial ha proporcionado para apoyar y dar seguimiento a esta fase de Comunicación Comunitaria.

10. Perfil del consultor

El consultor a cargo debe ser especialista en el desarrollo de comunicación política y social, con al menos 10 años de experiencia profesional en comunicación pública, con un grado en ciencia política, comunicaciones, o carreras similares. El consultor debe haber trabajado previamente en el diseño e implementación de campañas de comunicación social complejas, a escala nacional, sobre la reforma de los servicios públicos. Idealmente deben tener conocimientos del sector de agua y saneamiento y los diferentes actores involucrados. Finalmente debe tener experiencia en haber trabajado con las comunidades del Distrito Central.

Anexos:



Frente Ciudadano por el Agua

Presentación a Juntas de en el
proceso de Comunicación
Comunitaria

¿Que es el Frente Ciudadano por el Agua?



- El Frente es un espacio amplio y plural, no partidista y sin ataduras ideológicas. El Frente está dedicado a organizar la participación protagónica y voluntaria de la sociedad civil, en la búsqueda de una solución integral al problema del agua, que afecta a todos y que es de urgencia vital para el futuro de la ciudad. Estamos juntos buscando la **solución integral** al problema del agua de nuestra ciudad.

¿ Que es la solución integral?



- La solución integral: Además de la exigencia al gobierno de nuevas represas; se requiere de frenar el deterioro ambiental de las actuales cuencas, erradicar las pérdidas de agua en el sistema, la implementación urgente de sistemas de saneamiento, ampliar la cobertura a los que hoy no tienen servicio, mejorar la eficiencia administrativa y crear una nueva cultura del cuidado y manejo del agua con participación comunitaria.

¿ Que hacemos en el Frente Ciudadano por el Agua?



- Participar como sociedad civil organizada en el proceso de cumplimiento de la Ley Marco del Sector Agua Potable y Saneamiento.
- Prepararnos junto con las organizaciones de la sociedad civil, para participar en la prestación de los servicios que asumiremos juntos en el 2013.
- Acompañar al Titular en la prestación de los servicios del agua, que se hará mediante la creación de **una nueva institución autónoma, independiente y pública** que deberá tomar las decisiones con la comunidad.

¿ Como nace el Frente Ciudadano por el Agua?



- Ante la crisis del 2010, los ciudadanos se unen ante la necesidad de gestionar la construcción de manera urgente de la represa Guacerique II.
- El Banco Mundial aportó expertos que junto a miembros del Frente Ciudadano por el Agua, realizaron un diagnostico de la situación del sistema en la Capital.
- El diagnostico mostró que la magnitud de la crisis en el servicio de agua, no se resuelve con solo una represa, mas bien requiere una solución integral.



- La creación del Frente, responde **al Plan de Nación** que manda la participación ciudadana en la toma de decisiones, por lo que integra la Región 12 Centro del Consejo Regional.
- La creación del Frente Ciudadano por el Agua, como instancia comunitaria es **un mandato** de la Ley Marco del Sector Agua y Saneamiento.
Que dice...

Reglamento de la Ley Marco, Artículo 57 dice:

“La municipalidad, para ser elegible deberá...



C) Establecer un **Ente Prestador de los Servicios de Agua y Saneamiento**, dotado de autonomía administrativa y financiera, **que involucre a la comunidad en la toma de decisiones** y adoptar las tarifas por servicios que aseguren su sostenibilidad financiera, operativa y ambiental, incluyendo en su caso, la recuperación de los costos de inversión y/o depreciación de la infraestructura en servicio.”



**El Frente Ciudadano Por el Agua de
la Capital, se crea para asegurar
la participación de la comunidad
en la toma de decisiones.**

¿ Como se integra el FCA a la toma de decisiones?

- Se fundamento en el Acuerdo Número 15 de la Corporación Municipal, fechado 22 de mayo del 2012. **El Artículo Primero** indica que el nuevo Modelo de Gestión está basado en *“la creación de un Ente Prestador Municipal como una Sociedad por Acciones de propiedad cien por ciento municipal, que será regida por el Código de Comercio. La comunidad estará integrada en el Consejo Directivo a través de la participación del Frente Ciudadano por el Agua de la Capital, garantizando así la participación de la Sociedad Civil en la toma de decisiones que permitan dirigir y administrar con equidad la prestación del servicio de Agua Potable”*.

¿ Quienes son los miembros del FCA?



- Cámara Hondureña de la Construcción.
- Cámara de Industria y Comercio de Tegucigalpa.
- Capital 450.
- Colegio Hondureño de Economistas.
- Colegio de Arquitectos.
- AMITIGRA
- Fundación Agua Para Todos
- Fundación VITA que cuida la Montaña Yerba Buena.
- Juntas Administradoras de Agua de Tegucigalpa, Comayagua y Aldeas.
- TNC (The Nature Conservancy)

¿ Que instituciones del estado participan en el Frente?



- AMDC
- SANAA
- SEPLAN
- Región 12 Centro
- SERNA
- ICF
- Comisionado Presidencial para Modernización de Servicios Públicos.
- ERSAPS

¿ Que instituciones financieras participan?



- Banco Interamericano de Desarrollo
- Banco Mundial
- Banco Centroamericano de Integración Económica.



**¿Que es lo que sucede con la
Municipalización?**

Situación Actual



Situación Después de la Transferencia

LEY MARCO

SANAA
Maneja los Activos y la prestación del Servicio



SANAA
Asistente técnico de la Municipalidad y de la Juntas Administradoras de Agua

Municipalidad
Tiene la titularidad en la prestación del servicio pero no maneja los activos ni presta el servicio



Municipalidad
Maneja los Activos y **crea un Ente Prestador de los Servicios de APS**

¿ Quien prestará los servicios después de la transferencia?

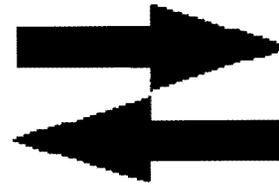


Ente Prestador Municipal
Propiedad 100% Municipal, es
una empresa Publica

Consejo Directivo

Gerenciamiento Profesional
contratado por medio de un
proceso competitivo.

Personal Técnico, proveniente
del SANAA actual.



Integrado por
representantes del
Frente y de la AMDC
para toma de
decisiones

- Colegio Hondureño de Economistas.
- Colegio de Arquitectos.
- Cámara Hondureña de la Construcción.
- Cámara de Industria y Comercio de Tegucigalpa. / Capital 450.
- AMITIGRA
- Fundación Agua Para Todos
- Fundación VITA que cuida la Montana Yerba Buena.
- Juntas de Agua de Aldeas, Tegucigalpa y Comayagua.
- TNC (The Nature Conservancy)