



TÉRMINOS DE REFERENCIA

CONTRATACIÓN DE UNA FIRMA CONSULTORA PARA EL DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA ENCUESTA NACIONAL DE INGRESOS Y GASTOS DE HOGARES (ENIGH) HN-BCH-76913-CS-CQS

Componentes	3. Apoyo para lograr una cultura de transparencia de la información.
Sub-componente	4. Estrategia de comunicación.
Categoría	Consultoría (CS).
Método de adquisiciones	Contratación de Firma Consultora (CQS).

1. Antecedentes

El Banco Central de Honduras (BCH) dentro del marco de un programa continuo de actualización y modernización de estadísticas macroeconómicas, desarrollará la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH 2019-2020); misma que será el insumo para obtener información estadística que permita conocer la manera en que se generan los flujos de ingresos que reciben los hogares; así como, la forma en que éstos los asignan a la demanda de bienes y servicios en el mercado de consumo. Con los resultados de la encuesta se actualizarán las ponderaciones, canasta de consumo y período base del Índice de Precios al Consumidor (IPC) y se mejorarán las estimaciones del Sector Institucional Hogares como productores y consumidores en el marco del Sistema de Cuentas Nacionales 2008 (SCN2008).

2. Alcance de la contratación

Para la planificación y ejecución del Proyecto ENIGH 2019-2020, se requiere la contratación de una firma consultora de tipo agencia de publicidad, para la implementación de una estrategia de comunicación antes, durante y después de la realización de la encuesta; con cobertura a nivel nacional por el período establecido en estos Términos de Referencia, el cual será contado a partir de la firma del contrato.

Entre las actividades que realizará la firma consultora se incluye: Elaborar una propuesta de estrategia de comunicación incluyendo los lineamientos que brinde el BCH; desarrollar el concepto creativo de la campaña, diseñar y ejecutar el plan de medios; formular y desarrollar propuesta de un mecanismo de incentivos para los hogares que colaboren efectivamente en la encuesta; adicionalmente, presentar informes de análisis de impacto de la campaña y sus respectivas recomendaciones. Estas actividades se describen en estos Términos de Referencia.

Personal técnico del BCH trabajará en estrecha colaboración con la firma consultora en cada actividad; por lo que, se le solicitará actualizaciones y entregas periódicas.

7



3. Objetivo General

En el marco de la implementación de la ENIGH 2019-2020 se requiere contratar los servicios de una firma consultora para elaborar una estrategia de comunicación y llevar a cabo una campaña de publicidad masiva, con el objetivo de generar confianza y sensibilizar a la población en general, a grupos de interés públicos, privados y de sociedad civil en particular, sobre la importancia de la aplicación de la encuesta y sus beneficios para el país.

La estrategia de comunicación a diseñar debe incluir al menos las siguientes propuestas: un plan de relaciones públicas, el desarrollo del concepto creativo de la campaña de publicidad y producción de la misma; el diseño y ejecución de un plan de medios; la formulación y desarrollo de una propuesta de plan o mecanismo de incentivos para los hogares que concluyan efectivamente la encuesta; y, un plan de seguimiento y análisis del impacto de la campaña con sus recomendaciones. Dicha estrategia debe tener un enfoque integral en cada uno de sus elementos y así, mantener coherencia durante su ejecución.

4. Objetivos Específicos

- 4.1 Diseñar y ejecutar una propuesta de estrategia de comunicación participativa, a través de un plan de relaciones públicas (antes, durante y después de la aplicación de la ENIGH 2019-2020), que permita socializar el alcance e impacto del desarrollo de la encuesta entre la población en general, grupos de interés del sector público, privado y sociedad civil, con una visión de inclusión social y económica.
- 4.2 Diseñar y producir los elementos que integran la campaña del concepto creativo entre ellos: storyboard y spot de televisión, cuñas de radio, arte de prensa, banners, volantes, afiches, mensajes de socialización de la ENIGH para redes sociales, publicidad exterior e interior, artículos promocionales, historieta para colorear adaptada al objetivo de la encuesta para escolares, entre otros. Las propuestas de diseño serán revisadas por el BCH quien a la vez solicitará los cambios o ajustes necesarios, previo a su autorización.
- 4.3 Elaborar y ejecutar el plan de medios durante la vigencia del contrato, para la divulgación de la campaña de publicidad en los distintos medios de comunicación masivos, medios digitales y publicidad exterior e interior, previa autorización del BCH.
- 4.4 Formular y ejecutar propuesta de un plan o mecanismo de incentivos para los hogares que concluyan efectivamente la encuesta. Dicha propuesta estará sujeta a la validación y autorización previa del BCH.
- 4.5 Presentar informes periódicos del análisis del impacto obtenido con la campaña de publicidad, con recomendaciones de ajuste y mejora.

9



5. Actividades a desarrollar y productos esperados

La firma consultora desarrollará una estrategia de comunicación que implemente las actividades necesarias para cumplir el objeto del contrato, siguiendo los procedimientos y estándares definidos para el proyecto ENIGH 2019-2020 y como mínimo deberá cumplir las actividades descritas en este numeral:

5.1 Producto 1: Plan de Relaciones Públicas.

La firma consultora deberá elaborar un plan de relaciones públicas antes, durante y después de la aplicación de la ENIGH 2019-2020, que permita socializar el alcance e impacto del desarrollo de la encuesta entre grupos de interés del sector público, privado y sociedad civil, con una visión de inclusión social y económica.

Dicho plan será ejecutado en coordinación con el Departamento de Relaciones Institucionales del BCH.

5.2 Producto 2: Diseño de concepto creativo de la campaña de publicidad.

La firma consultora deberá desarrollar el concepto creativo y producción de los materiales necesarios; vigilando que mantengan unidad tanto gráfica como conceptual, acordes a toda la campaña. Cada uno de los materiales que se produzcan deben presentarse previamente al BCH para su aprobación. Para cada caso, la firma consultora debe explicar la forma en que se transmitirá el mensaje de la campaña de comunicación a los diversos públicos objetivo.

La propuesta creativa consiste en un plan para transmitir el mensaje de la campaña al público meta, incluyendo en estos a los pueblos indígenas y afrodescendientes; debiendo entregar un concepto creativo o idea publicitaria que cumpla con los siguientes objetivos:

- 5.2.1 Informar al público meta sobre la implementación de la ENIGH.
- 5.2.2 Explicar ¿cuándo y cómo se va a realizarse la encuesta?
- 5.2.3 ¿Por qué es importante atender a los entrevistadores de la ENIGH?
- 5.2.4 ¿Cómo se protege la confidencialidad del entrevistado?
- 5.2.5 ¿Cómo se puede constatar la identidad de los encuestadores de la ENIGH?

Los materiales e ideas propuestas en el concepto creativo deben asegurar su vigencia dentro de las diversas etapas en el desarrollo de la ENIGH, según las fases descritas en el punto 5.4 de estos Términos de Referencia.

Por las características de lo que se debe comunicar, el mensaje debe ser claro, simple, contundente y, sobre todo informativo. Este mensaje no debe requerir un nivel profundo de interpretación, ya que lo que interesa es que se concientice sobre el propósito de la ENIGH 2019-2020 y que todos los habitantes colaboren brindando la información que se solicite. Los mensajes deben ser inclusivos, con enfoque de género y sin distinción de raza o credo; no obstante, debe contener mensajes



adaptados a la cultura y lengua de los pueblos indígenas y afrodescendientes que habitan las zonas de cobertura de la encuesta.

La propuesta creativa debe incluir tanto “el mensaje” como una muestra de las diversas aplicaciones impresas y audiovisuales; es decir, la forma en que el mensaje va a comunicarse en cada uno de los medios que se utilicen.

El BCH no está obligado a aceptar la propuesta creativa que presente la firma consultora en primera instancia. El BCH, con el concurso de la contraparte designada, revisará la propuesta y solicitará los ajustes o modificaciones necesarias guardando los aspectos técnicos, con el espíritu de lograr los objetivos de comunicación propuestos.

5.3 Producto 3: Producción de materiales de comunicación y artículos promocionales.

La producción de las piezas publicitarias debe incluir una combinación adecuada en medios, cuya propuesta se ejecutará una vez que tenga el visto bueno del BCH. Como mínimo debe incluir los siguientes spots, cuñas y piezas:

- 5.3.1 Televisión (6 spots de 30 segundos).
- 5.3.2 Radio (8 cuñas de 30 segundos).
- 5.3.3 Pauta digital (Internet, 60 piezas diferentes para todo el período de la contratación).
- 5.3.4 Piezas para prensa escrita. (6 versiones).
- 5.3.5 Diseño de banners, volantes, afiches e historieta para colorear.
- 5.3.6 Materiales para exteriores (vallas publicitarias, pantallas gigantes, buses, 6 versiones).

La producción audiovisual, debe contemplar la realización de un video didáctico como apoyo para reforzar los objetivos de la estrategia de comunicación en los hogares. Esta producción tendrá un mínimo de tres (3) minutos, donde se explique la importancia de la realización de esta encuesta y se incluya la sensibilización a los hogares para que respondan los diversos cuestionarios que aplica la ENIGH.

Todos los materiales que se suministren deberán de ser aprobados previamente por el BCH y pasarán a ser de su propiedad. La forma de pago de dicho material será negociada con la firma consultora que resulte adjudicada previo a la firma del contrato e incorporado dichos plazos y formas de pago en el contrato.

A continuación, se indican los materiales y artículos promocionales que el oferente adjudicado deberá suministrar para ser utilizados por el personal de campo de la ENIGH 2019-2020, los cuales serán parte de la imagen creativa y corporativa del Proyecto. Estos materiales y artículos deberán contener el logotipo de la ENIGH en la forma indicada en la columna de descripción.

Producto	Cantidad	Descripción	Ejemplo de Diseño
Bolso de compras en material orgánico renovable, que no produzca residuos tóxicos.	9,100 unidades	Medidas: 42 alto X 40 ancho X 24 de fondo centímetros. Manillas de 50 Cm. Debe contener logotipo ENIGH full color al frente y tener un diseño institucional y creativo en ambos costados. Impresas en tintas biodegradables.	
Lápiz tinta negra	10,000 unidades	Cada lápiz debe llevar impreso el logotipo de la ENIGH, versión horizontal a full color o también puede ser en negro, de acuerdo a la mayor conveniencia.	
Botellas para agua de aluminio	200 unidades	Botella o envase de aluminio que vaya acorde a la línea gráfica. Tamaño para un litro, con tapón de rosca y agarradera. Logotipo de la ENIGH impreso a full color en el envase por dos caras.	
Gorras	200 unidades	Ajustables con el logotipo de la ENIGH bordado a un solo color (blanco o negro) en la parte frontal, que vaya acorde a la línea gráfica.	
Chalecos	200 unidades	Chaleco de exterior color beige de algodón u otro material resistente con cuatro bolsillos, con cremallera y bandas elásticas a los lados para ajustarlo. Se deberá incluir el logotipo de la ENIGH a colores en la parte frontal y posterior. Asimismo, deberá contener franjas de cinta reflectora.	
Tableros de encuestador	200 unidades	Tableros de madera u otro material resistente, tamaño oficio, con gancho sujetador de papel.	
Maletín	200 unidades	Bolso impermeable con correa ajustable para portar material y equipo del encuestador que vaya acorde a la línea gráfica, a un tamaño considerable para portar material tamaño oficio, que incluya el logotipo de la ENIGH a colores en la parte frontal.	

Producto	Cantidad	Descripción	Ejemplo de Diseño
Capote	200 unidades	Capote impermeable para el encuestador que vaya acorde a la línea gráfica y que incluya el estampado del logotipo a color de la ENIGH. Asimismo, deberá contener franjas de cinta reflectora.	
Carné de identificación con su respectivo cordón y bolsa plástica transparente porta carné.	200 unidades	Carné de PVC con un tamaño aproximado de 8½ cm. de largo por 5 ½ cm. de ancho que contenga en la parte frontal el logotipo de la ENIGH, nombre completo del colaborador, número de identidad, definiendo si es cartógrafo, encuestador, supervisor etc. (la lista que será proporcionada oportunamente para la impresión de los mismo), en la parte posterior deberá contener el objetivo de la ENIGH y el número del "Call Center de la ENIGH".	

5.4 Producto 4: Plan de Medios.

La firma consultora deberá presentar una propuesta de plan de medios a nivel nacional, donde se establezcan los medios de mayor cobertura en el país, indicar el medio primario y los medios secundarios que utilizará de apoyo, con el fin de lograr el alcance y la cobertura al menos del 90% de alcance.

Además, deberá incluir una estrategia que demuestre la forma en que la mezcla de medios sugerida va lograr que el público meta reciba el mensaje. En tal sentido, deberá entregar una propuesta que tome en cuenta características de las radioemisoras como rating, público meta, tipo y características de los medios y canales. Para ello, deberá de justificar la inversión mediante un uso racional de medios.

Las firmas consultoras deberán indicar que se comprometen a contratar la publicidad que se pautará en televisión abierta y demás medios radiales, cables, digitales e impresos, recomendados en su plan de medios, para lo cual deben considerar en su mezcla de medios al menos un 90% de penetración y alcance a lo largo de todo el periodo de la campaña.

El Plan de Medios deberá incluir una propuesta de cronograma de trabajo considerando tres (3) fases (Socialización y Encuesta Piloto, Levantamiento de Encuesta y Divulgación de Resultados), para que el BCH la apruebe deberá considerar los siguientes puntos:

- Cómo se va a implementar la campaña.
- Cómo se van a distribuir las acciones dentro de cada fase.



- c. Presentar actualizaciones al plan de medios a lo largo del período contractual, con el fin de hacer los ajustes necesarios para alcanzar sus objetivos.

La propuesta del Plan de Medios debe indicar en forma clara la inversión requerida para su implantación; debe detallar el costo de realizar cada uno de los materiales propuestos y el valor de la inversión total en medios, para lograr un alcance de al menos un 90%, la cual debe ser aprobada por el BCH.

Esta propuesta de presupuesto es exclusiva del Plan de Medios y debe corresponder al porcentaje asignado para este efecto, dado que la campaña se mantendrá al aire en todo el período de la contratación. La firma consultora adjudicada deberá contratar los medios establecidos en el Plan de Medios aprobado por el BCH.

5.5 Producto 5: Redes Sociales.

La firma consultora deberá desarrollar un Plan de Participación en Redes Sociales desde la cuenta institucional de la ENIGH, con su respectiva dinámica de respuestas, de acuerdo a los perfiles de cada red social: Facebook, Twitter, YouTube e Instagram. Este Plan definirá la forma en que se personificará la marca ENIGH.

Los contenidos que se preparen serán institucionales, enfocados a motivar a los entrevistados a proveer la información que les soliciten los encuestadores, también desarrollarán mensajes para promover a la ENIGH 2019-2020. Deberá entregar la dinámica de respuestas a los post de los usuarios o "seguidores de la ENIGH", no sólo para establecer la forma en que se atenderán las inquietudes de los usuarios, sino para definir en conjunto con el BCH las posibles respuestas difíciles y especializadas que los usuarios planteen.

Todos los desarrollos digitales que se propongan en este Plan de Participación en Redes Sociales deben tener unidad gráfica y conceptual y responder a objetivos de comunicación acordes a los intereses del BCH.

La firma consultora adjudicada deberá comprometerse a publicar en las redes sociales, al menos la siguiente información:

- 5.7.1 ¿Qué es la ENIGH?
- 5.7.2 Información general explicando el propósito de la ENIGH.
- 5.7.3 ¿Cómo se protege la confidencialidad de la información que se recoge en los hogares?
- 5.7.4 ¿Por qué es importante contestar verazmente el cuestionario?
- 5.7.5 ¿Cómo se realiza esta encuesta?
- 5.7.6 ¿Cómo se puede constatar la identidad de los encuestadores de la ENIGH?
- 5.7.7 Actualizaciones de las zonas geográficas en las que se está llevando a cabo la encuesta en determinados meses o períodos.

Asimismo, se requiere que la firma adjudicada desarrolle una serie de publicaciones digitales (infografías) que puedan ser visualizadas en dispositivos móviles como



tablets o smartphones. Estas publicaciones se efectuarán a partir de los resultados de la ENIGH.

Los contenidos deberán correr o estar disponibles tanto en teléfonos con sistema Android, iOS y Windows Phone: es decir, las publicaciones digitales deberán ser visualizadas en casi cualquier dispositivo móvil.

5.6 Producto 6: Evaluación y Seguimiento de la Campaña de Publicidad.

Se requiere que la firma consultora entregue de forma trimestral un informe de evaluación que contenga los siguientes elementos:

- 5.6.1 ¿Cómo se percibió la campaña de publicitaria? (comprensión y empatía del mensaje).
- 5.6.2 El nivel de recordación obtenido; así como, la efectividad de los medios de comunicación masiva utilizados.
- 5.6.3 Reporte de impacto en redes sociales.
- 5.6.4 Recomendaciones de ajuste y mejora para alcanzar los objetivos de la estrategia de comunicación.

Si a juicio del BCH existieran modificaciones, adiciones o aclaraciones que deban hacerse al informe, la firma consultora deberá realizarlas y, sólo hasta el momento en que se incluyan y tengan el visto bueno respectivo se considerará entregado en debida forma.

5.7 Producto 7: Propuesta de un plan o mecanismo de incentivos para los hogares que concluyan efectivamente la encuesta.

La firma consultora deberá presentar para validación del BCH una propuesta para desarrollar y ejecutar un mecanismo para incentivar la participación efectiva de los hogares en la encuesta; esto, para que los hogares seleccionados de participar en la ENIGH inicien y completen en su totalidad las entrevistas para recopilar la información que le sea requerida por los encuestadores. Con ello también se cubre el objetivo de reconocer al hogar por el tiempo que requiere el llenado de los cuestionarios.

Este mecanismo de incentivos será validado y aprobado por el BCH e incorporado como parte de las obligaciones contractuales de la firma consultora seleccionada.

Para la ejecución de este mecanismo de incentivos el BCH dispone de diez millones ciento cuatro mil lempiras exactos (L10,104,000.00), para cobertura de diez mil cien (10,100) hogares distribuidos en todo el país y que concluyan todos los formularios establecidos en la encuesta de la ENIGH. Este monto debe cubrir la etapa de encuesta piloto y el levantamiento definitivo de la encuesta.



6. Plazos de entrega de los productos de esta consultoría

Los plazos de entrega de los productos y los porcentajes de desembolso de pago se acordarán en el proceso de negociación con la firma consultora que resulte adjudicada antes de la firma del contrato, con base al plan de trabajo que se acuerde entre las partes.

Estos plazos y porcentajes serán incorporados en el contrato correspondiente.

7. Proceso de revisión y aceptación de los productos de esta consultoría

Los productos serán aprobados por la supervisión BCH asignada, indicada en el numeral 13. Supervisión, e incorporados en el contrato respectivo.

La Supervisión designada por el BCH, en un plazo no mayor de diez (10) días hábiles de haber recibido el producto a través de un acta de recepción provisional suscrito entre las partes, deberá aceptar o rechazar el producto recibido; si es aceptado emitirá una acta de recepción definitiva del producto; si es rechazado, deberá emitir un informe de rechazo con inconformidades en el que señale los ajustes, correcciones o enmiendas correspondientes y entregar dicho informe a la Firma Consultora para que esta en un plazo no mayor de diez (10) días hábiles presente nuevamente a la supervisión del BCH el producto subsanado.

La cantidad máxima de informes de rechazo del producto será de dos (2) veces, agotada esta condición, el BCH podrá aplicar la cláusula de rescindió del contrato, sin obligación de realizar pagos parciales o totales asociados al producto rechazado.

8. Perfil Requerido de la Firma Consultora

- 8.1 La firma oferente debe contar con una experiencia debidamente comprobada mediante un mínimo de dos (2) cartas originales de distintos clientes para los cuales haya realizado con plena satisfacción del cliente, al menos una (1) campaña de comunicación institucional a nivel nacional en los últimos cinco (5) años. La misma puede haberse efectuado en el sector público o privado (indicar fecha, duración, nombre del proyecto y cuáles servicios ofreció a los clientes). Junto a las cartas de referencia, debe adjuntar muestras de las piezas promocionales que se produjeron que complementen lo descrito en esas cartas; las piezas promocionales que se adjunten, pueden ser piezas publicitarias usadas en radio, televisión, prensa u otros.
- 8.2 La firma oferente debe contar con una experiencia debidamente comprobada, la cual debe acreditar mediante un mínimo de dos (2) cartas originales de distintos clientes para los cuales haya realizado con plena satisfacción del cliente, una campaña en redes sociales o haya brindado el servicio de Community Manager en los últimos tres (3) años. La misma puede haberse efectuado en el sector público o privado (indicar fecha, duración, nombre del proyecto y cuáles servicios ofreció a los clientes). Junto a las cartas de referencia, debe adjuntar muestras de las piezas promocionales que se produjeron que complementen lo descrito en esas cartas.



- 8.3 La firma oferente debe contar con un equipo de trabajo para realizar esta contratación, el cual debe estar conformado por: Un (1) gerente o coordinador del proyecto, un (1) director creativo, un (1) diseñador gráfico, un (1) director de medios, un (1) encargado de cuentas digitales (Community Manager), el cual reúna el perfil requerido indicado en el numeral 9.1 de los Términos de Referencia.

Las cartas de referencia indicadas en los incisos 8.1 y 8.2 deberán incluir nombre del cliente, persona contacto (nombre y cargo que desempeña), correo electrónico, número de teléfono y descripción del servicio incluyendo el período de tiempo en que ha sido recibido. Se aceptará que se presenten fotocopias de dichas cartas de clientes siempre y cuando sea facilitada al BCH la original en el momento de requerirse para realizar el respectivo proceso de cotejamiento.

Los oferentes autorizan expresamente al BCH para que verifique la veracidad de la información brindada. En caso de brindar información falsa comprobada por el BCH, que se haya solicitado o no en este documento, faculta al BCH dejar por fuera del proceso de contratación los oferentes que brinden información falsa.

9. Perfil requerido del equipo de trabajo de la Firma Consultora

Para el personal descrito a continuación, se requiere que se presente la hoja de vida profesional (currículo vitae) del candidato propuesto, acompañado de certificaciones, títulos, cartas de referencia o documentos que acrediten su experiencia y formación.

9.1 Gerente o coordinador del proyecto

- 9.1.1 Título de educación universitaria del área de publicidad, periodismo, marketing o similares.
- 9.1.2 Acreditar experiencia de al menos cuatro (4) años en el tipo de trabajo requerido en estos Términos de Referencia.
- 9.1.3 Acreditar al menos dos (2) proyectos dirigidos en los últimos cinco (5) años.

9.2 Director creativo

- 9.2.1 Título de educación media.
- 9.2.2 Tener mínimo tres (3) años fungiendo en ese puesto.
- 9.2.3 Acreditar experiencia de al menos cuatro (4) años en el tipo de trabajo requerido en estos Términos de Referencia.
- 9.2.4 Acreditar al menos dos (2) proyectos de manejo de imagen corporativa o diseño de imagen en los que haya participado en los últimos cinco (5) años.

9.3 Diseñador gráfico

- 9.3.1 Título de educación media.
- 9.3.2 Acreditar mediante certificaciones o diplomas conocimientos técnicos de diseño gráfico.
- 9.3.3 Acreditar al menos dos (2) proyectos en los cuales haya participado como diseñador gráfico en los últimos cinco (5) años.



9.4 Director de medios

- 9.4.1 Título de educación media.
- 9.4.2 Tener mínimo tres (3) años fungiendo en ese puesto.
- 9.4.3 Acreditar experiencia de al menos cuatro (4) años en el tipo de trabajo requerido en estos Términos de Referencia.
- 9.4.4 Acreditar al menos dos (2) proyectos de manejo de medios en los que haya participado en los últimos cinco (5) años.

9.5 Encargo de cuentas digitales (Community Manager)

- 9.5.1 Título de educación media.
- 9.5.2 Acreditar mediante certificaciones o diplomas conocimientos técnicos de manejo de cuentas digitales, redes sociales, e-marketing u otros.
- 9.5.3 Acreditar al menos dos (2) proyectos en los cuales haya participado en la gestión de redes sociales o cuentas digitales de clientes en los últimos cinco (5) años.

10. Duración de la contratación

El contrato tendrá una duración de dieciocho (18) meses contados a partir de la suscripción del mismo, para lo cual deberá desarrollar las actividades establecidas en las etapas del proyecto en línea con los productos esperados, mismos que serán aprobados por el Departamento de Relaciones Institucionales del BCH y el Coordinador General de la ENIGH 2019-2020 e incorporados en el contrato respectivo.

En caso de terminación anticipada del contrato, es prerequisite para el pago de lo pendiente, además del producto respectivo, la entrega de un informe final al Departamento de Relaciones Institucionales del BCH y el Coordinador General de la ENIGH 2019-2020, acompañado de las tareas pendientes y archivos en medio magnético y/o físico.

Todos los trabajos requeridos en estos Términos de Referencia que sean financiados por el Banco Mundial, deberán estar entregados antes del 30 de junio de 2020

Los pagos que excedan la vigencia de la donación con Banco Mundial correrán por cuenta propia y exclusiva del BCH, para lo cual se han tomado las medidas presupuestarias internas correspondientes.

11. Lugar sede

La firma consultora podrá desarrollar sus actividades en sus propias oficinas, pero deberá realizar visitas de trabajo agendadas en el edificio del BCH, ubicado en el Bulevar Fuerzas Armadas, en la Capital de la República, piso 13, Departamento de Relaciones Institucionales y el centro de operaciones del Proyecto ENIGH, las cuales deberán incorporarse en el plan de trabajo acordado con el BCH al inicio del contrato.

Sedes alternativas: el BCH de considerarlo pertinente, designará sedes alternativas en coordinación con los supervisores designados y en concordancia con las actividades a desarrollar.



12. Contraparte

Fungirá como contraparte de la firma consultora, la jefatura del Departamento de Relaciones Institucionales del BCH y el equipo técnico y administrativo designado por el BCH y el INE para la ENIGH 2019-2020.

Para el desarrollo de los productos indicados en el numeral 5 de este documento, el BCH se compromete a entregar a la firma adjudicada al menos la siguiente información:

- 12.1 Un documento descriptivo de los objetivos y alcances de la ENIGH.
- 12.2 Logotipo de la ENIGH.

13. Supervisión

La supervisión estará a cargo de la Jefatura del Departamento de Relaciones Institucionales en colaboración con el Coordinador General de la ENIGH 2019-2020, quienes darán seguimiento al cronograma de trabajo entregado por el oferente; en el caso de determinarse incumplimiento en las obligaciones indicadas en las cláusulas contractuales, se notificarán al oferente las observaciones o reclamos a que hubiere lugar; si estos no fueren atendidos dentro del plazo que se le señale para tal efecto, el BCH podrá considerar la resolución total del contrato.

14. Documentación que las firmas oferentes deberán presentar, como respuesta a la solicitud de expresión de interés es:

- 14.1 Expresión de interés donde describan su experiencia y conocimientos asociados con el objeto de la contratación, adicionando constancias de referencia de trabajos realizados previamente asociados con el objeto de esta contratación, emitidas por los clientes que recibieron a satisfacción dicha contratación, conforme lo estipulado en el punto 8. Perfil Requerido de la Firma Consultora, incisos 8.1 y 8.2.
- 14.2 La firma consultora deberá presentar bosquejo de la propuesta creativa de la campaña de la ENIGH a fin que sea evaluada su experiencia y conocimiento en la materia.
- 14.3 Hojas de vida de los miembros del equipo de trabajo con que atenderá los servicios requeridos conforme lo estipulado en el punto 8 Perfil Requerido de la Firma Consultora, inciso 8.3.
- 14.4 Fotocopia de escritura de constitución legal de la firma consultora y el nombre de su representante o apoderado legal

Es preciso señalar, que el BCH podrá solicitar a la firma consultora seleccionada, la legalización o apostilla de algunos de estos documentos para validar los mismos o en su defecto que la firma consultora presente la documentación original para que sean cotejadas con las fotocopias respectivas, proceso que podrá ser realizado previo a la firma del respectivo contrato.

97



15. Documentación que se solicitará al oferente que resulte adjudicado previa la suscripción del contrato

Listado de documentación obligatoria requerida al oferente que resulte adjudicado:

- 15.1 La persona natural que actúe como comerciante individual o representante de casas extranjeras, debe presentar la documentación indicada en el numeral 15.4 siguiente, excepto el ítem 15.4.12.
- 15.2 La persona jurídica que actúe como comerciante individual o representante de casas extranjeras, debe presentar la documentación indicada en el numeral 15.4 siguiente, excepto el ítem 15.4.1.
- 15.3 Los consorcios deberán presentar la documentación indicada en el numeral 15.4 siguiente, excepto el ítem 15.4.1, inclusive de cada una de las empresas que conforman el mismo.
- 15.4 Listado de documentación obligatoria requerida.
 - 15.4.1 Escritura Pública de Comerciante Individual debidamente inscrita en el Registro Mercantil de su domicilio.
 - 15.4.2 Fotocopia de la Tarjeta de Identidad o Carné de Residencia, si es extranjero, del Representante Legal o Apoderado de la empresa, o comerciante individual, según sea el caso.
 - 15.4.3 Constancia de inscripción en la Cámara de Comercio e Industria de su domicilio. No se exigirá el cumplimiento de este inciso a la persona que actúe como Apoderado Legal, extremo que deberá ser legalmente acreditado.
 - 15.4.4 Declaración Jurada del Representante Legal, cuya firma deberá estar debidamente autenticada por Notario, indicando que tanto él como su representada y los socios de esta, no están comprendidos en las inhabilidades, prohibiciones, ni situaciones irregulares a que se refiere la Ley Especial Contra el Lavado de Activos y demás legislación que rige la materia.
 - 15.4.5 Declaración Jurada del Representante Legal, cuya firma deberá estar debidamente autenticada por Notario, indicando que tanto él como su representada están enterados y aceptan todas y cada una de las condiciones, especificaciones, requisitos y sanciones establecidas en estos Términos de Referencias. Si se tratase de oferentes extranjeros, deberán formular manifestación expresa de someterse a las leyes y en su caso, a la jurisdicción de los tribunales nacionales.
 - 15.4.6 Declaración Jurada del Representante Legal, cuya firma deberá estar debidamente autenticada por Notario, indicando que tanto él como su representada se comprometen a guardar la más estricta confidencialidad





sobre la información, documentación e instalaciones del BCH a las que tenga acceso.

- 15.4.7 Fotocopia del carné vigente que evidencie que la empresa está inscrita en el Registro de Proveedores del BCH; así como, en el Registro de Proveedores y Contratistas dependiente de la Oficina Normativa de Contratación y Adquisiciones del Estado (ONCAE), de conformidad con lo establecido en los artículos 54 y 56 del Reglamento de la Ley de Contratación del Estado. En el caso de un consorcio, la inscripción debe acreditarse de forma individual por cada una de las personas jurídicas que integren el mismo.
- 15.4.8 Poder General de Administración o Representación, debidamente inscrito en el Registro Mercantil correspondiente, o indicar que dicho poder está contenido en la Escritura Pública de Constitución de la empresa o en sus reformas por ser inherente al cargo de Gerente General, Presidente del Consejo de Administración o cualquier otro cargo que ostente la representación legal de la empresa.
- 15.4.9 En caso de sociedades mercantiles, la lista de socios o accionistas certificada por el Secretario de la Junta Directiva dentro de treinta (30) días calendario previos a la fecha prevista para la presentación de las ofertas, cuya firma deberá ser autenticada por Notario.
- 15.4.10 Constancia de solvencia fiscal electrónica extendida por el Servicio de Administración de Rentas (SAR), donde se acredite su solvencia en el pago de obligaciones tributarias.
- 15.4.11 Fotocopia del Registro Tributario Nacional de la empresa oferente.
- 15.4.12 Escritura Pública de Constitución de Sociedad Mercantil, acreditando personería jurídica y copia de sus reformas, si las hubiere, todas debidamente inscritas en el Registro Mercantil correspondiente. En el caso de una sociedad domiciliada con arreglo a leyes extranjeras, deberá presentar la documentación que le acredite para ejercer el comercio en la República de Honduras, tomando en consideración lo indicado en el Artículo 310 el Código de Comercio, respecto a que las sociedades mercantiles constituidas en el extranjero podrán incorporarse en Honduras según los requisitos señalados en el Artículo 55 de la Ley para la Promoción y Protección de la Inversión.

La documentación presentada en fotocopia podrá ser cotejada con su original para refrendar las mismas, en caso contrario deberá ser autenticada.

16. Conflicto de intereses y elegibilidad

Para efectos de la decisión de participar en el proceso de selección y aceptación de la contratación, los candidatos deberán tener en cuenta las causales de conflicto de interés y elegibilidad establecidas en las Regulaciones de Adquisición del Banco Mundial



vigentes, las cuales pueden ser consultados en la página Web de dicho organismo internacional en la siguiente dirección: <http://www.worldbank.org/en/projects-operations/products-and-services/brief/procurement-new-framework>

17. Formalización de contrato

- 17.1 Previo a notificar la adjudicación y suscripción del contrato, se designará una Comisión de Negociación del BCH para afinar los elementos contractuales correspondientes en conjunto con la firma consultora mejor evaluada del proceso de expresión de interés.
- 17.2 Se espera que el acuerdo de contrato se establezca dentro de los primeros treinta (30) días calendario de haberse comunicado la selección, sin embargo, si no se llega a un acuerdo satisfactorio para las partes, el BCH procederá a negociar con el siguiente candidato mejor calificado.
- 17.3 Para garantizar el fiel y correcto cumplimiento del contrato, el BCH retendrá a la firma consultora adjudicada en calidad de Garantía de Cumplimiento, el cinco por ciento (5%) de cada pago parcial en concepto de honorarios que se le efectúe, para garantizar la buena ejecución y fiel cumplimiento de todas y cada una de las cláusulas del contrato a suscribirse. Dicho valor será devuelto después de recibido a satisfacción del BCH y una vez finalizados y entregados todos los productos requeridos de conformidad con el contrato.

18. Financiamiento y Forma de pago

Para financiar la presente contratación se dispone de recursos del Banco Mundial y del BCH. Los costos de los mismos serán cancelados por medio de transferencia electrónica en Lempiras, mediante pagos parciales definidos con la firma consultora que resulte adjudicada, a más tardar dentro de los cuarenta y cinco (45) días calendarios a la entrega a satisfacción de los productos conforme a los plazos de entrega establecidos en el contrato que se suscribirá. Las solicitudes de pago deberán ser acompañados del recibo o factura correspondiente con el visto bueno de la Jefatura del Departamento de Relaciones Institucionales del BCH y del Coordinador General del Proyecto ENIGH 2019-2020.

Es requerido que la firma consultora seleccionada, una vez se haya suscrito el contrato respectivo, deberá comunicar al BCH el número de cuenta bancaria en moneda nacional de uso exclusivo para los movimientos asociados al contrato objeto de estos Términos de Referencia, con el propósito de que en ella se manejen de forma exclusiva los recursos financieros referentes a las gratificaciones que involucra esta contratación. La cuenta bancaria debe ser abierta en una institución del sistema financiero nacional debidamente autorizada y supervisada por la Comisión Nacional de Bancos y Seguros (CNBS). La información sobre los saldos y movimientos de la cuenta bancaria en referencia deberá ser compartida con el BCH de forma mensual o cuando este lo requiera.



19. Impuestos aplicables

Para efectos tributarios y cuando proceda, el BCH aplicará los impuestos que conforme a Ley correspondan; asimismo, en el caso del impuesto sobre la renta, el BCH efectuará dicha retención, salvo que el oferente, acredite mediante constancia emitida por el Servicio de Administración de Rentas (SAR) de la República de Honduras, que se encuentra sujeto al Régimen de Pagos a Cuenta del Impuesto Sobre la Renta.

20. Matriz de criterios de evaluación

El puntaje técnico mínimo total requerido es del setenta por ciento (70%).

Id	Criterio	Puntaje a máximo a otorgar	Peso
1.	Evaluación del bosquejo de la propuesta creativa (metodología)		30
1.1	La propuesta describe parcialmente lo requerido	15	
1.2	La propuesta describe parcialmente lo requerido y adjunta el concepto creativo	20	
1.2	La propuesta cumple con lo requerido en estos Términos de Referencia y no adjunta el concepto creativo	25	
1.3	La propuesta cumple con lo requerido en estos Términos de Referencia y adjunta el concepto creativo	30	
2.	Experiencia campaña de comunicación institucional (debe acreditar años de experiencia solicitados)		20
2.1	Dos (2) o menos cartas de referencia de clientes	0	
2.2	Tres (3) cartas de referencia de clientes	15	
2.3	Cuatro (4) o más cartas de referencia	20	
3.	Experiencia en campaña en redes sociales o servicio de <i>Community Manager</i> (debe acreditar años de experiencia solicitados)		10
3.1	Dos (2) cartas o menos cartas de referencia de clientes	0	
3.2	Tres (3) cartas de referencia	8	
3.3	Cuatro (4) o más cartas de referencia	10	
4.	Experiencia del equipo de trabajo propuesto (debe adjuntar hoja de vida y acreditar años de experiencia solicitados de los miembros del equipo propuesto). Puntaje Acumulado		40
4.1	Gerente o coordinador de Proyecto	8	
4.1.1	Formación Académica		
	• Posee título de educación universitaria del área de publicidad, periodismo, marketing o similares.	0	
	• Posee título de maestría en comunicaciones, publicidad, periodismo, empresas, marketing o a fin.	2	
4.1.2	Experiencia acreditada mediante cartas de referencia		
	• Ha dirigido dos (2) proyectos afines en los últimos cinco (5) años	0	
	• Ha dirigido tres (3) proyectos afines en los últimos cinco (5) años	2	
	• Ha dirigido cuatro (4) o más proyectos afines en los últimos cinco (5) años	3	
4.1.3	Experiencia acreditada mediante cartas de referencia		

Id	Criterio	Puntaje a máximo a otorgar	Peso
	Cuenta con al menos cuatro (4) años de experiencia en tareas afines a las solicitadas	0	
	Cuenta con cinco (5) a seis (6) años de experiencia en tareas afines a las solicitadas	2	
	Cuenta con siete (7) o más años de experiencia en tareas afines a las solicitadas	3	
4.2	Director Creativo	8	
4.2.1	Formación Académica		
	Posee título de educación media	0	
	Posee título de educación universitaria en comunicaciones, periodismo, empresas, marketing o a fin	1	
	Posee título de maestría en comunicaciones, periodismo, empresas, marketing o a fin	2	
4.2.2	Experiencia acreditada mediante cartas de referencia		
	Ha manejado la imagen corporativa o diseño de imagen en Dos (2) proyectos afines en los últimos cinco (5) años	0	
	Ha manejado la imagen corporativa o diseño de imagen en tres (3) proyectos afines en los últimos cinco (5) años	2	
	Ha manejado la imagen corporativa o diseño de imagen en cuatro (4) o más proyectos afines en los últimos cinco (5) años	3	
4.2.3	Experiencia acreditada mediante cartas de referencia		
	Cuenta con al menos cuatro (4) años de experiencia en tareas afines a las solicitadas	0	
	Cuenta con cinco (5) a seis (6) años de experiencia en tareas afines a las solicitadas	2	
	Cuenta con siete (7) o más años de experiencia en tareas afines a las solicitadas	3	
4.3	Diseñador Gráfico	8	
4.3.1	Formación Académica		
	Posee título de educación media	0	
	Posee título de educación superior en comunicaciones, diseño gráfico, empresas, marketing o a fin.	1	
	Posee título de maestría en comunicaciones, diseño gráfico, empresas, marketing o a fin.	2	
4.3.2	Experiencia acreditada mediante cartas de referencia		
	Ha participado en el diseño gráfico en dos (2) proyectos afines en los últimos cinco (5) años	0	
	Ha participado en el diseño gráfico en tres (3) proyectos afines en los últimos cinco (5) años	2	
	Ha participado en el diseño gráfico en cuatro (4) o más proyectos afines en los últimos cinco (5) años	3	
4.3.3	Conocimientos técnicos acreditados		
	Certificado o diploma que acredita conocimientos en Adobe Photoshop	2	
	Certificado o diploma que acredita conocimientos en WordPress.	1	
4.4	Director de Medios	8	

Id	Criterio	Puntaje a máximo a otorgar	Peso
4.4.1	Formación Académica		
	• Al menos título de educación media	0	
	• Posee título de educación universitaria en comunicaciones, periodismo, empresas, marketing o a fin.	1	
	• Posee título de maestría en comunicaciones, periodismo, empresas, marketing o a fin.	2	
4.4.2	Experiencia acreditada mediante cartas de referencia		
	• Participación en el manejo de medios en dos (2) proyectos afines en los últimos cinco (5) años	0	
	• Participación en el manejo de medios en tres (3) o más proyectos afines en los últimos cinco (5) años	3	
4.4.3	Experiencia acreditada mediante cartas de referencia		
	• Cuenta con al menos cuatro (4) años de experiencia en tareas afines a las solicitadas	0	
	• Cuenta con cinco (5) a seis (6) años de experiencia en tareas afines a las solicitadas	2	
	• Cuenta con siete (7) o más años de experiencia en tareas afines a las solicitadas	3	
4.5	Encargado de Cuentas Digitales (Community Manager)	8	
4.5.1	Formación Académica		
	• Posee título de educación media	0	
	• Posee título de educación superior en comunicaciones, periodismo, diseño gráfico, empresas, marketing o a fin.	1	
	• Posee título de maestría en comunicaciones, periodismo, diseño gráfico, empresas, marketing o a fin.	2	
4.5.2	Experiencia acreditada mediante cartas de referencia		
	• Participación en la gestión de redes sociales o cuentas digitales en dos (2) proyectos afines en los últimos cinco (5) años	0	
	• Participación en la gestión de redes sociales o cuentas digitales en tres (3) o más proyectos afines en los últimos cinco (5) años	3	
4.5.3	Conocimientos técnicos acreditados		
	• Certificado o diploma que acredita conocimientos en publicidad basada en redes sociales, marketing online o digital	2	
	• Certificado o diploma que acredita conocimientos en estrategias publicitarias con Instagram, Snapchat, Facebook, Twitter o Youtube.	1	
TOTAL			100

21. Políticas de salvaguarda del Banco Mundial

Estos Términos de Referencia se enmarcan en el Proyecto de la ENIGH 2019-2020 y están asociados principalmente con el Componente III de dicho proyecto, denominado “Apoyo para lograr una cultura de transparencia de la información”, actividad 3 “Estrategia de Comunicación”.

Este Proyecto tiene como política de salvaguardas activa la OP/BP 4.10 Pueblos Indígenas, por lo que el BCH considera como un factor relevante que la firma consultora





tengan experiencia en trabajo de comunicación con pueblos indígenas y afrodescendientes en la adaptación de metodologías, planes de trabajo y tareas.

Para mayores detalles de dicha política puede referir al documento (Integrated Safeguards Data Sheet Identification / Concept Stage (ISDS) publicado en el sitio web del Banco Mundial, en la dirección:

<http://documentos.bancomundial.org/curated/es/629441539275115203/pdf/ISDSC23081-ISDS-P165218-PUBLIC.pdf>

97

