



TÉRMINOS DE REFERENCIA

IC 00107216/049-2019: SERVICIOS DE CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DE UNA HOJA DE RUTA PARA LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA DEL CENTRO NACIONAL DE INFORMACIÓN DEL SECTOR SOCIAL

1. ANTECEDENTES

El Centro Nacional de Información del Sector Social (CENISS) fue creado con el propósito de: (1) identificar los actuales y potenciales beneficiarios de programas y proyectos sociales; (2) identificar la información de los programas y proyectos sociales a nivel nacional; (3) generar información que promueva la articulación de la oferta institucional con la demanda del sector social a través de la focalización de programas y proyectos sociales; (4) generar información de toma de decisiones que contribuya a la eficiencia en la inversión por parte del sector social. En ese sentido, la institución desempeña un rol importante en las iniciativas que tienen impacto en reducción de pobreza y de las desigualdades.

En el marco del Proyecto **Apoyo al fortalecimiento de capacidades nacionales para la localización de la Agenda 2030 en Honduras**, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) viene apoyando al CENISS en la formación y fortalecimiento de sus capacidades en el análisis e interpretación de información para aterrizar la Agenda 2030 en Honduras y medir progreso en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) basado en evidencia.

En vista de lo anterior, el CENISS ha solicitado al PNUD apoyo en el desarrollo de una estrategia de comunicaciones institucional para reflejar a la ciudadanía y actores los servicios del CENISS. Sobre el particular, se ha contemplado la elaboración de una hoja de ruta para posicionar y reconocer al CENISS, basada en componentes de comunicación y marketing.

2. OBJETIVO GENERAL DE LA CONSULTORÍA

Elaborar una hoja de ruta para la comunicación estratégica del CENISS, se espera que esta hoja de ruta incluya un diagnóstico de comunicación y un plan de comunicaciones.

3. ALCANCE DE LOS SERVICIOS

En base a una reunión exploratoria entre el PNUD y el CENISS (agosto 2018) se ha identificado la necesidad de desarrollar una propuesta para el posicionamiento y reconocimiento del CENISS. La construcción de la hoja de ruta implicará reuniones con el equipo del CENISS, así como con los actores con los que interactúa y son prioritarios para la organización. Así como de una charla/taller estratégico sobre comunicaciones dirigido al equipo CENISS.

ETAPA DE DIAGNÓSTICO:

Se espera que la parte del diagnóstico incluya, más no es estricto, la revisión de los diferentes los productos, recursos comunicacionales, mercados, clientes actuales y actual cultura comunicacional de la



*Al servicio
de las personas
y las naciones*

institución (tanto interna como externa). Toda esta información será analizada y presentará en la parte del diagnóstico comunicacional.

Se espera que se desarrollen reuniones o grupos focales con los grupos claves identificados por CENISS para el levantamiento de la información (se espera al menos 4 reuniones). Se espera que se desarrolle 01 reunión con el CENISS para recojo de información.

ETAPA DE CONSTRUCCIÓN DE HOJA DE RUTA:

En base a esa información, la hoja de ruta para una estrategia comunicacional incluirá la identificación de los propósitos organizacionales (misión, visión, valores, etc.), la definición de la ventaja competitiva del CENISS, mensajes, identificación de canales más apropiados de acuerdo a los clientes identificados, los empaques que deberían tener los productos, canales, definición de procesos internos para hacer que la comunicación sea una realidad en la organización, recursos de comunicación necesarios (humanos y financieros) y fuentes e indicadores de verificación para la medición de éxito, entre otros.

Se espera que se desarrolle, por lo menos, 2 campañas de posicionamiento en el plan de comunicaciones, en base los aspectos ya arriba mencionados. Todos estos temas deben materializarse en la hoja de ruta y el plan de comunicaciones. Además, se espera incluir una sección de recomendación de aquellos aspectos que se obtengan en el proceso de elaboración de esta hoja de ruta.

Se espera que se realice una (1) presentación de la hoja de ruta al equipo gerencial del CENISS y se desarrolle una (1) charla estratégica sobre la relevancia de las comunicaciones para la organización, a la luz de la hoja de ruta propuesta.

El CENISS cuenta con un responsable de comunicaciones quien será parte de este proceso y brindará soporte técnico, en caso de necesitarse. Los ejercicios de construcción de los documentos deben realizarse en acompañamiento del responsable de comunicaciones del CENISS, a fin de desarrollar las capacidades técnicas institucionales para darle seguimiento a esta iniciativa.

4. GRUPO(S) META

Plana Gerencial del CENISS.

5. DEPENDENCIA Y COORDINACIÓN

La supervisión y seguimiento de los productos de esta consultoría estará bajo la responsabilidad de La Especialista de Comunicaciones y Alianzas con el Sector Privado del PNUD. La aprobación final de cada entregable estará a cargo del enlace identificado por el CENISS.



6. ENTREGABLES

ENTREGABLE	CONTENIDO	PLAZO DE ENTREGA	PLAZO DE EVALUACIÓN
Primero	Documento de diagnóstico validado. Debe incluir las reuniones de recojo de información. Presentación a gerencia CENISS de propuesta tentativa de hoja de ruta de comunicaciones.	Ha de ser presentados en la quinta semana de iniciado el contrato.	Se contará con un plazo de evaluación y aprobación de cada producto de 05 días calendarios a partir del día siguiente de la entrega.
Segundo	Documento y presentación de la hoja de ruta validada y plan de comunicaciones, incluye ajustes.	Ha de ser presentados en la última semana del contrato.	
Tercero	Charla estratégica de comunicaciones.	Ha de ser presentado en la última semana del contrato.	

7. PLAZO

El plazo estimado de ejecución de la consultoría se espera que no sobrepase los tres meses ni se desarrolle en menos de cinco semanas (el tiempo efectivo de días de trabajo deberá de ser establecido en la propuesta técnica y cronograma de trabajo)

El plazo de vigencia del contrato se inicia el día siguiente de la suscripción del contrato y culmina con la conformidad del último entregable y el pago.

8. RESPONSABILIDADES

- 8.1 El/la Consultor/a asumirá la responsabilidad técnica total por los servicios profesionales prestados para el desarrollo de la presente consultoría.
- 8.2 Garantizará documentos de alta calidad cuidando los tiempos de entrega hasta la aprobación final de los entregables.
- 8.3 Mantendrá una comunicación fluida vía email, telefónica o presencial con la Especialista de Comunicaciones y Alianzas con el Sector Privado del PNUD, para informar sobre los avances.
- 8.4 PNUD proveerá los contactos de las personas y lugares a visitar en coordinación con el CENISS.



9. EXPERIENCIA

- 9.1 Se requiere de una persona natural con experiencia comprobada en: desarrollo de diagnósticos de comunicación, elaboración de estrategias y/o planes de comunicación, marketing, análisis de mercado, estudios CAP (conocimientos, actitudes y prácticas). Debe respaldar la experiencia con evidencia de las respectivas investigaciones/presentaciones de su trabajo por lo que debe enviar links de los trabajos realizados. Se evaluará cantidad de estudios/diagnósticos/análisis realizados y la calidad de estos (categorías: metodología empleada, argumentación y sustentación basada en evidencias, redacción).
- 9.2 Es indispensable que se muestre experiencia en el desarrollo de estrategias de marketing, publicidad o comunicaciones para posicionar organizaciones. Y se valorará positivamente contar con metodologías para construcción de propuestas de valor, marca, etc.
- 9.3 Experiencia profesional, idealmente de, 10 años y con formación académica en los campos, no exclusivos de: comunicaciones, publicidad y marketing, antropología, ciencias sociales, y afines.
- 9.4 Debe contar con experiencia desarrollando, por lo menos dos, propuestas de valor de ventaja competitiva o marca institucional.
- 9.5 Experiencia de trabajo en un entorno multicultural.
- 9.6 Experiencia realizando estos estudios para proyectos de desarrollo e instituciones públicas y privadas.

10. COMPETENCIAS PERSONALES

- 10.1 Facilidad de expresión verbal y escrita, excelente manejo de relaciones interpersonales.
- 10.2 Poseer habilidades y destrezas como: creatividad e innovación.
- 10.3 Capacidad de plasmar ideas y articular información dirigida a diferentes grupos meta.
- 10.4 Habilidad en expresión oral, escrita y ortográfica.

11. IDIOMA

- 11.1 español

12. SUPERVISIÓN

- 12.1 La supervisión y seguimiento de los productos de esta consultoría estará bajo la responsabilidad de la Especialista de Comunicaciones y Alianzas con el Sector Privado del PNUD. La aprobación final de cada entregable estará a cargo del enlace identificado por la CENISS.

13. SEDE DE TRABAJO

- 13.1 La presente consultoría tendrá como sede la ciudad de Tegucigalpa, M.D.C., República de Honduras.

14. FORMA DE PAGO

Los pagos se realizarán de la siguiente manera:

- 14.1 30% contra la entrega satisfactoria del Entregable 1.
- 14.2 40% contra la entrega satisfactoria del Entregable 2.
- 14.3 30% contra la entrega satisfactoria del Entregable 3.



Al servicio
de las personas
y las naciones

Nota: Es absolutamente responsabilidad del suscrito/a la tributación y pago de otros gravámenes sobre todo las rentas procedentes del PNUD. El PNUD no efectuará ninguna retención de pagos para efectos de Impuesto sobre la Renta; sin embargo, el consultor contratado deberá de presentar un recibo con número CAI.

15. PRESENTACIÓN DE OFERTA TÉCNICA

Los consultores individuales interesados deben remitir los siguientes documentos/información para demostrar sus calificaciones:

- 15.1 Carta confirmando interés y disponibilidad para ejecutar la consultoría.
- 15.2 Link de los productos realizados. Se espera que en el formulario P11 en la parte de descripción de responsabilidades se detalle: el producto realizado, las etapas/contenido y los impactos del mismo.
- 15.3 Oferta económica desglosando los costos de la modalidad a todo costo.
- 15.4 Copia de un documento de identificación.

16. OTRAS CONSIDERACIONES IMPORTANTES:

- 16.1 La persona contratada se hará responsable de sus obligaciones tributarias;
- 16.2 El PNUD está comprometido en lograr la diversidad laboral al interior de su oficina en términos de género, nacionalidad y cultura;
- 16.3 Todas las aplicaciones serán tratadas con la más estricta confidencialidad;
- 16.4 Debido al alto volumen de aplicaciones, solamente se contactará a las personas calificadas en el proceso.

Criterio	Peso	Puntuación Máxima
EVALUACION CURRICULAR	30%	30/100
Experiencia profesional de 10 años y con formación académica en los campos de: comunicaciones, publicidad y marketing, antropología, ciencias sociales. En caso de no tener formación en alguna de estas disciplinas, se considerará la experiencia de 12 años a más en cualquiera de estos campos en su lugar.	Cumple / No cumple - Total puntaje: 10 puntos	
	Cumple con formación académica con más de 10 años de experiencia profesional: 10 puntos.	
	No cumple experiencia académica, pero tiene 12 o más años de experiencia profesional en algunos de estos campos o carreras afines: 8 puntos.	
	Sí tiene formación académica solicitada, pero cuenta con menos años de experiencia en estos campos: 0 puntos.	
No cumple formación académica ni posee 8 años de experiencia profesional en estos campos: 0 puntos.		



Al servicio
de las personas
y las naciones

Criterio	Peso	Puntuación Máxima
<p>Experiencia comprobada en la elaboración de los siguientes productos:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) diagnósticos de comunicación, b) estrategias y/o planes de comunicación, c) análisis de mercado, d) estudios CAP (conocimientos, actitudes y prácticas), e) campañas digitales o de publicidad. f) Experiencia realizando estos estudios para proyectos de desarrollo e instituciones públicas y privadas. <p>Debe respaldar la experiencia con evidencia (links de los documentos de diagnóstico, análisis de mercado, estudios CAP, planes, etc. y de los resultados alcanzados)</p>		<p>Cumple / No cumple – Total puntaje: 15 puntos</p>
<p>De 1 a 3 productos realizados en 2 proyectos/instituciones diferentes /o en momentos diferentes para la misma institución.</p>		<p>Sí ha realizado hasta 3 productos y experiencia realizada en 2 proyectos/instituciones diferentes /o en momentos diferentes para la misma institución, como mínimo: 5 puntos.</p>
<p>De 4 a 5 productos realizados en 3 proyectos/instituciones diferentes /o en momentos diferentes para la misma institución, como mínimo.</p>		<p>Sí ha realizado de 4 a 5 productos y experiencia realizada en 3 proyectos/instituciones diferentes /o en momentos diferentes para la misma institución, como mínimo: 10 puntos.</p>
<p>6 o más productos realizados en 5 proyectos/instituciones diferentes/o en momentos diferentes como mínimo.</p>		<p>Sí ha realizado 6 a más productos y experiencia realizada en 5 proyectos/instituciones diferentes /o en momentos diferentes para la misma institución, como mínimo: 15 puntos.</p>
<p>Cuenta con experiencia en el desarrollo de estrategias de marketing, publicidad o comunicaciones para posicionar organizaciones. Para calificar:</p> <p>Debe contar con experiencia desarrollando, por lo menos dos (2), propuestas de valor de ventaja competitiva o marca institucional.</p>		<p>Sí Cumple: 5 puntos / No cumple: 0 puntos</p>



Al servicio
de las personas
y las naciones

Criterio	Peso	Puntuación Máxima
Cuenta con metodologías para construcción de propuestas de valor, marca, etc.	Sí Cumple / No cumple	
Cuenta con experiencia de trabajo en un entorno multicultural.	Sí Cumple / No cumple	
EVALUACION TÉCNICA	40%	40/100
Los productos presentados: adjunta los links y/o en el formulario P11 u hoja de vida describe: el producto realizado, las etapas/contenido y los impactos del mismo.	Sí está expuesto claramente: 5 puntos No está expuesto claramente – Total puntaje: 0 puntos	
Los productos presentados (en links) tienen las siguientes características:	Total puntaje: 35 puntos Se debe otorgar puntaje total o ningún puntaje	
¿hay una metodología que respalda su estudio/investigación y es expuesta y se detallada? Sí/No, y la explica en el documento. excelente 10 puntos, satisfactoria 8 puntos, regular 6 puntos, deficiente 0 puntos	10 puntos	
¿La presentación de hallazgos, evidencias sigue una metodología? ¿está sustentado en fuentes? excelente 10 puntos, satisfactoria 8 puntos, regular 6 puntos, deficiente 0 puntos	10 puntos	
Redacción concreta y limpia (sin muchas palabras), llega al punto, da ejemplos, ortografía correcta. excelente 5 puntos, satisfactoria 4 puntos, regular 3 puntos, deficiente 0 puntos	5 puntos	
Los productos han sido monitoreados (cuenta con métricas, indicadores, número de inicio/de llegada) y/o se cuenta con registro del impacto/alcance/logro. excelente 10 puntos, satisfactoria 8 puntos, regular 6 puntos, deficiente 0 puntos	10 puntos	
EVALUACION PROPUESTA ECONÓMICA	30%	20/100

Se adjudicará al contratista que cumpla con las calificaciones requeridas y obtenga el puntaje técnico-financiero más alto.



PRESENTACIÓN DE OFERTA

Los consultores individuales interesados, deberán remitir su propuesta a la siguiente dirección:

adquisicionespnudhn@undp.org

Hasta el **9 de septiembre de 2019, hasta las 10:00 a.m. Hora de la República de Honduras (Central Standard Time Zona Horaria de Honduras GMT-6)**

Los siguientes documentos/información para demostrar sus calificaciones:

1. Carta confirmando interés y disponibilidad para ejecutar la consultoría;
2. Hoja de vida en la forma P11 debidamente firmada;
3. Copia de un documento de identificación;
4. Documentación que demuestre su experiencia (antes indicado) (portafolio online)
5. Oferta económica desglosando los costos de la modalidad suma alzada.

Para la presentación de oferta, se deben emplear los formatos que se encuentran en el vínculo:

<http://www.hn.undp.org/content/honduras/es/home/operations/procurement/>

PRESENTACIÓN DE OFERTA ECONÓMICA

La oferta económica deberá especificar un monto suma alzada y establecer un plan de pagos basado en productos entregables específicos y medibles (cualitativa y cuantitativamente) según se especifica en los Términos de Referencia.

Desglose de costos (para ofertas bajo modalidad suma alzada)

Desglose por componente de costo

Componente de costo	Costo unitario	Cantidad	Total por la duración del contrato
Honorarios personales			
Seguro de vida			
Seguro médico			
Comunicaciones			
Transporte local			
Otros (especificar)			
Gastos de viaje hace la Oficina (contratistas internacionales)			
Boleto aéreo hacia y desde la oficina			
Viáticos			
Gastos terminales			



*Al servicio
de las personas
y las naciones*

Componente de costo	Costo unitario	Cantidad	Total por la duración del contrato
Viajes durante la consultoría			
Boletos			
Viáticos			
Gastos terminales			
Total			

DESGLOSE POR PRODUCTOS

Productos [listar según los TdR]	Porcentaje	Monto
Producto 1		
Producto 2		
....		
Total	100%	