



# SOLICITUD DE PROPUESTA

**ASUNTO:** IMPLEMENTACIÓN DE CAMPAÑA COMUNICACIONAL DEL PROYECTO IDENTIFÍCATE

**SDP N.º:** SDP/00118949/159/2020

**Proyecto N.º:** 00118949 "Programa de apoyo para la eficiencia y la transparencia del proceso de modernización del Documento Nacional de Identificación en Honduras"

**País:** República de Honduras

**Emitida el:** 17 de noviembre de 2020



## Contenido

<b>SECCIÓN 1. CARTA DE INVITACIÓN .....</b>	<b>5</b>
<b>SECCIÓN 2. INSTRUCCIÓN PARA LOS PROPONENTES .....</b>	<b>6</b>
DISPOSICIONES GENERALES .....	6
1. Introducción.....	6
2. Fraude y corrupción, obsequios y atenciones .....	6
3. Elegibilidad .....	7
4. Conflicto de intereses.....	7
<b>PREPARACIÓN DE LAS PROPUESTAS.....</b>	<b>8</b>
5. Consideraciones generales .....	8
6. Costo de preparación de la Propuesta .....	8
7. Idioma .....	8
8. Documentos que integran la Propuesta .....	8
9. Documentos que establecen la Elegibilidad y Calificaciones del Proponente .....	8
10. Formato y contenido de la Propuesta Técnica .....	9
11. Propuestas Financieras .....	9
12. Garantía de Mantenimiento de la Propuesta.....	9
13. Monedas.....	10
14. Asociación en Participación, Consorcio o Asociación.....	10
15. Una sola Propuesta .....	11
16. Período de Validez de la Propuesta .....	12
17. Extensión del Período de Validez de la Propuesta.....	12
18. Aclaración a la SDP (por parte de los proponentes).....	12
19. Enmienda de la SDP.....	12
20. Propuestas alternativas.....	12
21. Reunión previa a la presentación de propuestas .....	13
<b>PRESENTACIÓN Y APERTURA DE LAS PROPUESTAS .....</b>	<b>13</b>
22. Presentación .....	13
a) Los archivos electrónicos que formen parte de la propuesta deben respetar el formato y los requisitos que se indican en la HdeD.....	14
b) Los archivos con la Propuesta Técnica y la Propuesta Financiera DEBEN ESTAR TOTALMENTE SEPARADOS. La propuesta financiera deberá estar encriptada con diferentes contraseñas y claramente etiquetada. Los archivos deben enviarse a la dirección de correo electrónico dedicada especificada en la HdeD. ....	14
c) La contraseña para abrir la Propuesta Financiera sólo se debe proporcionar cuando el PNUD la solicita. El PNUD solicitará la contraseña sólo a los proponentes cuya Propuesta Técnica mejor cumpla con todos los requisitos solicitados. Si no se presenta una contraseña correcta, la propuesta podría ser rechazada.....	14
23. Fecha límite para la presentación de la Propuesta .....	15
24. Retiro, sustitución y modificación de las Propuestas.....	15
25. Apertura de Propuestas.....	15
<b>EVALUACIÓN DE LAS PROPUESTAS.....</b>	<b>15</b>
26. Confidencialidad.....	15
27. Evaluación de las Propuestas.....	16

## SOLICITUD DE PROPUESTA (SdP)

28.	Examen preliminar .....	16
29.	Evaluación de Elegibilidad y Calificaciones mínimas .....	16
30.	Evaluación de Propuestas Técnicas y Financieras .....	17
31.	Ejercicio posterior a la Evaluación de las Propuestas.....	18
32.	Aclaración de las Propuestas .....	18
33.	Capacidad de respuesta de la Propuesta .....	18
34.	Disconformidades, errores reparables y omisiones .....	18
<b>ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO .....</b>		<b>19</b>
35.	Derecho a aceptar o a rechazar cualquiera o todas las Propuestas.....	19
36.	Criterios de adjudicación.....	19
37.	Reunión informativa.....	19
38.	Derecho a modificar los requisitos en el momento de la adjudicación .....	19
39.	Firma del contrato.....	20
40.	Tipo de Contrato y Términos y Condiciones Generales .....	20
41.	Garantía de Cumplimiento .....	20
42.	Garantía bancaria de pagos anticipados .....	20
43.	Liquidación por daños y perjuicios .....	20
44.	Disposiciones sobre Pagos.....	20
45.	Reclamación de los proveedores .....	21
46.	Otras disposiciones.....	21
<b>SECCIÓN 3. HOJA DE DATOS DE LA PROPUESTA.....</b>		<b>22</b>
<b>SECCIÓN 4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN .....</b>		<b>30</b>
<b>SECCIÓN 5. TÉRMINOS DE REFERENCIA (TDR).....</b>		<b>43</b>
<b>PRODUCTO 1: DESARROLLO DE CONCEPTO CREATIVO DE CAMPAÑA “ENTREGA DE DNI” (FASE 2)</b> .....		<b>55</b>
<b>PRODUCTO 2: DESARROLLO DE PIEZAS GRÁFICAS E IMPRESIONES .....</b>		<b>56</b>
<b>PRENSA ESCRITA .....</b>		<b>56</b>
<b>PRODUCTO 3: DESARROLLAR CUÑAS, SPOTS Y JINGLES PUBLICITARIOS .....</b>		<b>57</b>
<b>PRODUCTO 4: GESTIÓN DEL PLAN DE MEDIOS Y CONTRATACIÓN DE PAUTA PUBLICITARIA (FASE 2)</b> .....		<b>58</b>
<b>PUBLICIDAD PARA WEB .....</b>		<b>60</b>
<b>PRODUCTO 6: ORGANIZACIÓN Y MONTAJE DE (3) CONFERENCIAS DE PRENSA.....</b>		<b>60</b>
<b>A. UNA CONFERENCIA DE PRENSA (CIERRE DEL PROYECTO) QUE DEBERÁN INCLUIR LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES Y REQUERIMIENTOS TÉCNICOS:.....</b>		<b>60</b>
<b>B. DOS CONFERENCIAS DE PRENSA DEBERÁN INCLUIR LAS SIGUIENTES CARACTERÍSTICAS.....</b>		<b>61</b>
<b>PRODUCTO 8: PLAN DE GESTIÓN DE CRISIS REPUTACIONAL .....</b>		<b>61</b>
<b>FORMULARIO A:</b> FORMULARIO DE PRESENTACIÓN DE PROPUESTA TÉCNICA.....		<b>62</b>
<b>FORMULARIO B:</b> FORMULARIO DE INFORMACIÓN DEL PROPONENTE .....		<b>64</b>



Al servicio  
de las personas  
y las naciones

<b>FORMULARIO C:</b> FORMULARIO DE INFORMACIÓN DE LA ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN/EL CONSORCIO/LA ASOCIACIÓN .....	68
<b>FORMULARIO D:</b> FORMULARIO DE CALIFICACIÓN.....	70
<b>FORMULARIO E:</b> FORMATO DE PROPUESTA TÉCNICA .....	73
<b>FORMULARIO F:</b> FORMULARIO DE PRESENTACIÓN DE PROPUESTA FINANCIERA.....	76
<b>FORMULARIO G:</b> FORMULARIO DE PROPUESTA FINANCIERA.....	77
<b>FORMULARIO H:</b> FORMULARIO DE GARANTÍA DE EJECUCIÓN/CUMPLIMIENTO.....	88
<i>FIRMA Y SELLO DEL BANCO PROVEEDOR DE LA GARANTÍA</i> .....	88
<b>FORMULARIO I:</b> FORMULARIO DE GARANTÍA DE PAGO POR ADELANTADO .....	89
<b>FORMULARIO J:</b> SOLICITUD DE INGRESO/MODIFICACIÓN DE VENDOR .....	90

### Sección 1. Carta de Invitación

---

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) lo invita por medio de la presente a presentar una Propuesta a esta Solicitud de Propuestas (SDP) para el asunto mencionado anteriormente.

Esta Solicitud de Propuesta - SDP incluye los siguientes documentos y los Términos y Condiciones Generales del Contrato que se introducen en la Hoja de Datos de la Propuesta (HdeD):

- Sección 1: Esta Carta de Invitación
- Sección 2: Instrucciones para los Proponentes
- Sección 3: Hoja de Datos de la Propuesta (HdeD)
- Sección 4: Criterios de Evaluación
- Sección 5: Términos de Referencia (TDR)
- Sección 6: Formularios de Propuesta a ser presentados
  - Formulario A: Formulario de Presentación de Propuesta Técnica
  - Formulario B: Formulario de Información del Proponente
  - Formulario C: Formulario de Información de la Asociación en Participación, el Consorcio o la Asociación
  - Formulario D: Formulario de Calificaciones
  - Formulario E: Formulario de Propuesta Técnica
  - Formulario F: Formulario de Presentación de Propuesta Financiera
  - Formulario G: Formulario de Propuesta Financiera
  - Formulario H: Garantía de Ejecución/Cumplimiento
  - Formulario I: Formulario de Garantía de Pago por Adelantado
  - Formulario J: Formulario Solicitud de Ingreso/Modificación de Vendor

Si está interesado en presentar una Propuesta en respuesta a esta SDP, prepare su Propuesta conforme a los requisitos y el procedimiento establecidos en esta SDP y preséntela dentro del Plazo de Presentación de Propuestas establecido en la Hoja de Datos de la Propuesta.

Se agradece confirmar recibo/revisión de esta SDP enviando un correo electrónico a [adquisicionespnudhn@undp.org](mailto:adquisicionespnudhn@undp.org), en el que indique si tiene intención de presentar una Propuesta o no. También puede utilizar la función "Accept Invitation" (Aceptar invitación) en el sistema eTendering cuando corresponda. Esto le permitirá recibir las modificaciones o actualizaciones que se hagan en la SDP. Si precisa cualquier otra aclaración, le solicitamos que se comunique al correo de contacto que se indica en la Hoja de Datos adjunta.

El PNUD queda a la espera de recibir su Propuesta y le agradece de manera anticipada por su interés en las oportunidades de adquisición que ofrece el PNUD.

**Emitida y aprobada por la Unidad Adquisiciones de PNUD en Honduras**

## SECCIÓN 2. INSTRUCCIÓN PARA LOS PROPONENTES

DISPOSICIONES GENERALES	
<b>1. Introducción</b>	<p>1.1 Los Proponentes deberán cumplir con todos los requisitos de esta SDP, incluidas todas las modificaciones que el PNUD haga por escrito. Esta SDP se lleva a cabo de conformidad con las Políticas y Procedimientos de Operaciones y Programas (POPP) del PNUD sobre Contratos y Adquisiciones, mismas que pueden consultarse a través del siguiente vínculo <a href="https://popp.undp.org/SitePages/POPPBSUnit.aspx?TermID=254a9f96-b883-476a-8ef8-e81f93a2b38d">https://popp.undp.org/SitePages/POPPBSUnit.aspx?TermID=254a9f96-b883-476a-8ef8-e81f93a2b38d</a></p> <p>1.2 Toda Propuesta que se presente será considerada como un ofrecimiento del Proponente y no constituye ni implica la aceptación de la misma por parte del PNUD. El PNUD no tiene ninguna obligación de adjudicar un contrato a ningún Proponente como resultado de esta SDP</p> <p>1.3 Como parte de la propuesta, se espera que el Proponente se registre en el sitio web del Portal Global para los Proveedores de las Naciones Unidas (UNGM) (<a href="http://www.ungm.org">www.ungm.org</a>). El Proponente puede presentar una propuesta aun si no está registrado en el UNGM. Sin embargo, el Proponente que sea seleccionado para la adjudicación del contrato debe registrarse en el UNGM antes de firmar el contrato.</p>
<b>2. Fraude y corrupción, obsequios y atenciones</b>	<p>2.1 El PNUD ejerce rigurosamente una política de tolerancia cero ante prácticas prohibidas, incluidos el fraude, la corrupción, la colusión, las prácticas contrarias a la ética en general y a la ética profesional, y la obstrucción por parte de proveedores del PNUD, y exige a los proponentes/proveedores respetar los más altos estándares de ética durante el proceso de adquisición y la ejecución del contrato. La Política contra el Fraude del PNUD se puede encontrar en el siguiente vínculo: <a href="http://www.undp.org/content/undp/en/home/operations/accountability/audit/office_of_audit_andinvestigation.html#anti">http://www.undp.org/content/undp/en/home/operations/accountability/audit/office_of_audit_andinvestigation.html#anti</a></p> <p>2.2 Los proponentes/proveedores no ofrecerán obsequios o atenciones de ningún tipo a los miembros del personal del PNUD, incluidos viajes recreativos a eventos deportivos o culturales o a parques temáticos, ofertas de vacaciones o transporte, o invitaciones a almuerzos o cenas extravagantes.</p> <p>2.3 En virtud de esta política, el PNUD procederá de la siguiente manera: (a) Rechazará una propuesta si determina que el proponente seleccionado ha participado en prácticas corruptas o fraudulentas al competir por el contrato en cuestión. (b) Declarará inelegible a un proveedor, ya sea de manera definitiva o por un plazo determinado, para la adjudicación de un contrato si en algún momento determina que dicho proveedor ha participado en prácticas corruptas o fraudulentas al competir por un contrato del PNUD o al ejecutarlo.</p>



## SOLICITUD DE PROPUESTA (SdP)

	<p>2.4 Todos los Proponentes deberán respetar el Código de Conducta de Proveedores de las Naciones Unidas, que se puede consultar en el siguiente vínculo:</p> <p><a href="https://www.unog.ch/80256EDD006B8954/(httpAssets)/0A5CF47A0EF8018CC1257E81004F5B2B/\$file/conduct_spanish.pdf">https://www.unog.ch/80256EDD006B8954/(httpAssets)/0A5CF47A0EF8018CC1257E81004F5B2B/\$file/conduct_spanish.pdf</a></p>
<b>3. Elegibilidad</b>	<p>3.1 Un proveedor <u>no debe estar</u> suspendido, excluido o de otro modo identificado como inelegible por cualquier Organización de las Naciones Unidas, el Grupo del Banco Mundial o cualquier otra organización internacional. Por lo tanto, los proveedores deben informar al PNUD si están sujetos a alguna sanción o suspensión temporal impuesta por estas organizaciones.</p> <p>3.2 Es responsabilidad del Proponente asegurar que sus empleados, los miembros de Asociaciones en Participación, Consorcios o Asociaciones, subcontratistas, prestadores de servicios, proveedores y/o sus empleados cumplan con los requisitos de elegibilidad establecidos por el PNUD.</p>
<b>4. Conflicto de intereses</b>	<p>4.1 Los Proponentes deberán evitar estrictamente los conflictos con otros trabajos asignados o con intereses propios, y actuar sin tener en cuenta trabajos futuros. Todo Proponente de quien se demuestre que tiene un conflicto de intereses será descalificado. Sin limitación de la generalidad de todo lo antes citado, se considerará que los Proponentes, y cualquiera de sus afiliados, tienen un conflicto de intereses con una o más partes de este proceso de licitación, si:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a) están o han estado asociados en el pasado con una firma, o cualquiera de sus afiliados, que haya sido contratada por el PNUD para prestar servicios en la preparación del diseño, las especificaciones, los Términos de Referencia, la estimación y el análisis de costos, y otros documentos que se utilizarán en la adquisición de los bienes y los servicios relacionados con este proceso de selección;</li><li>b) han participado en la preparación y/o el diseño del programa o proyecto relacionado con los servicios que se solicitan en esta SDP; o</li><li>c) se encuentran en conflicto por cualquier otra razón que pueda determinar el PNUD a su discreción.</li></ul> <p>4.2 En caso de dudas en la interpretación de un posible conflicto de intereses, los Proponentes deberán informar al PNUD y pedir su confirmación sobre si existe o no tal conflicto.</p> <p>4.3 De manera similar, los Proponentes deberán revelar en sus propuestas su conocimiento de lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a) si los: propietarios, copropietarios, ejecutivos, directores, accionistas mayoritarios de la entidad que presenta la propuesta o personal clave, son familiares de personal del PNUD que participa en las funciones de adquisición y/o en el Gobierno del país, o de cualquier Asociado en la Ejecución que recibe los bienes y/o los servicios contemplados en esta SDP;</li></ul> <p>y</p>

	<p>b) toda otra circunstancia que pudiera dar lugar a un conflicto de intereses, real o percibido como tal, una colusión o prácticas de competencia desleales.</p> <p>No revelar dicha información puede causar el rechazo de la propuesta o propuestas afectadas por la no divulgación.</p> <p>4.4 La elegibilidad de los Proponentes que sean total o parcialmente propiedad del Gobierno estará sujeta a una posterior evaluación del PNUD y a la revisión de diversos factores, como por ejemplo que estén registrados y sean operados y administrados como entidad comercial independiente, el alcance de la titularidad o participación estatal, la percepción de subvenciones, el mandato y el acceso a información relacionada con esta SDP, entre otros. Las condiciones que puedan permitir ventajas indebidas frente otros Proponentes pueden resultar en el eventual rechazo de la Propuesta.</p>
<b>PREPARACIÓN DE LAS PROPUESTAS</b>	
<b>5. Consideraciones generales</b>	<p>5.1 Se espera que el Proponente, al preparar la Propuesta, examine la SDP detenidamente. Cualquier irregularidad importante al proporcionar la información solicitada en la SDP puede provocar el rechazo de la Propuesta.</p> <p>5.2 No se permitirá que el Proponente saque ventaja de cualquier error u omisión en la SDP. Si detectara dichos errores u omisiones, el Proponente deberá notificar al PNUD.</p>
<b>6. Costo de preparación de la Propuesta</b>	<p>6.1 El Proponente correrá con todos y cada uno de los costos relacionados con la preparación y/o la presentación de la Propuesta, independientemente de si esta resulta seleccionada o no. El PNUD no será responsable de dichos costos, independientemente de la ejecución o los resultados de este proceso de contratación.</p>
<b>7. Idioma</b>	<p>7.1 La Propuesta, así como toda la correspondencia relacionada que intercambien el Proponente y el PNUD, se redactará en el o los idiomas que se especifiquen en la <b>HdeD</b>.</p>
<b>8. Documentos que integran la Propuesta</b>	<p>8.1 La Propuesta debe comprender los siguientes documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>c) Documentos que establecen la Elegibilidad y las Calificación del Proponente</li> <li>d) Propuesta Técnica</li> <li>e) Propuesta Financiera</li> <li>f) Garantía de Mantenimiento de la Propuesta, si se solicita en la <b>HdeD</b></li> <li>g) Todo documento adjunto y/o apéndice de la Propuesta</li> </ul>
<b>9. Documentos que establecen la Elegibilidad y Calificaciones del Proponente</b>	<p>9.1 El Proponente deberá proporcionar pruebas documentales de su condición de proveedor elegible y calificado, utilizando para ello los Formularios provistos en la Sección 6, y proporcionando los documentos solicitados en dichos formularios. A fin de adjudicar un contrato a un Proponente, sus capacidades deberán estar documentadas de modo satisfactorio ante el PNUD.</p>



## SOLICITUD DE PROPUESTA (SdP)

<p><b>10. Formato y contenido de la Propuesta Técnica</b></p>	<p>10.1 El Proponente debe presentar una Propuesta Técnica usando los Formularios Estándar y las planillas que se proporcionan en la Sección 6 de la SDP.</p> <p>10.2 La Propuesta Técnica no deberá incluir precios o información financiera. Caso contrario la misma podría considerarse no habilitada</p> <p>10.3 Cuando así se requiera en la Sección 5, se deberán presentar muestras de los artículos dentro de los tiempos especificados y, a menos que el PNUD especifique otra cosa, sin costos para este.</p> <p>10.4 Cuando corresponda y se requiera en la Sección 5, el Proponente describirá el programa de capacitación necesaria disponible para el mantenimiento y la operación de los servicios y/o el equipo ofrecido, así como el costo para el PNUD. A menos que se especifique lo contrario, dicha capacitación y los materiales para esta se proporcionarán en el idioma de la propuesta, según lo estipulado en la <b>HdeD</b>.</p>
<p><b>11. Propuestas Financieras</b></p>	<p>11.1 La Propuesta Financiera se preparará utilizando el Formulario Estándar que se proporciona en la Sección 6 de la SDP. Enumerará todos los componentes principales de costos vinculados a los servicios y el desglose detallado de dichos costos.</p> <p>11.2 Todos los resultados y las actividades que se describen en la Propuesta Técnica cuya cotización no figure en la Propuesta Financiera se considerarán incluidos en los precios de las actividades o los artículos, así como en el precio final total.</p> <p>11.3 Los precios y demás información financiera no se divulgarán en ningún otro lugar salvo la propuesta financiera.</p>
<p><b>12. Garantía de Mantenimiento de la Propuesta</b></p>	<p>12.1 Si se solicita en la <b>HdeD</b>, se deberá proporcionar una Garantía de Mantenimiento de la Propuesta, por el monto y en prevista en la HdeD. La Garantía de Mantenimiento de la Propuesta será válida hasta los 30 días posteriores a la fecha de validez final de la Propuesta.</p> <p>12.2 La Garantía de Mantenimiento de la Propuesta se incluirá a la Propuesta Técnica. Si la SDP solicita la Garantía de Mantenimiento de la Propuesta, pero la misma no se encuentra adjunta a la Propuesta Técnica, la Propuesta será rechazada.</p> <p>12.3 Si se detecta que el monto o el periodo de validez de la Garantía de Mantenimiento de la Propuesta son inferiores a lo solicitado por el PNUD, el PNUD rechazará la Propuesta.</p> <p>12.4 Si en la HdeD se autoriza una presentación electrónica, los Proponentes deberán incluir una copia de la Garantía de Mantenimiento de la Propuesta en su presentación y el original de la Garantía de Mantenimiento de la Propuesta deberá enviarse por servicio de mensajería o entregarse en mano según las instrucciones que figuren en la HdeD a más tardar en la fecha de presentación de la propuesta.</p> <p>12.5 El PNUD podrá ejecutar la Garantía de Mantenimiento de la Propuesta y rechazar</p>

## SOLICITUD DE PROPUESTA (SdP)

	<p>la Propuesta si se dieran una o varias de las siguientes condiciones:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a) si el Proponente retira su propuesta durante el período de validez especificado en la HdeD, o</li><li>b) en el caso de que el Proponente seleccionado no proceda a:<ul style="list-style-type: none"><li>i. firmar el Contrato después de que el PNUD haya emitido una adjudicación, o</li><li>ii. proporcionar la Garantía de Cumplimiento, los seguros u otros documentos que el PNUD exija como requisito indispensable para la efectividad del contrato que pueda adjudicar al Proponente.</li></ul></li></ul>
<b>13. Monedas</b>	<p>13.1 Todos los precios serán cotizados en la moneda o las monedas indicadas en la <b>HdeD</b>. Cuando las Propuestas se coticen en diferentes monedas, a efectos de comparación de todas las Propuestas:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a) el PNUD convertirá la moneda en que se coticen las Propuestas a la moneda elegida por el PNUD, de acuerdo con el tipo de cambio operacional vigente de las Naciones Unidas en el último día de presentación de las Propuestas; y</li><li>b) en el caso de que el PNUD seleccione una propuesta para la adjudicación que haya sido cotizada en una moneda que no sea la elegida según la HdeD, el PNUD se reservará el derecho de adjudicar el contrato en la moneda de su preferencia utilizando el método de conversión que se especifica arriba.</li></ul>
<b>14. Asociación en Participación, Consorcio o Asociación</b>	<p>14.1 Si el Proponente es un grupo de personas jurídicas que vayan a formar o que hayan formado una Asociación en Participación, un Consorcio o una Asociación para la Propuesta, deberán confirmar lo siguiente en su Propuesta: (i) que han designado a una de las partes para actuar como entidad principal, debidamente investida de autoridad para obligar legalmente a los miembros de la Asociación en Participación, el Consorcio o la Asociación de manera conjunta y solidariamente; lo que será debidamente demostrado mediante un Acuerdo debidamente firmado ante notario entre dichas personas jurídicas, Acuerdo que deberá presentarse junto con la Propuesta, y (ii) que si se les adjudica el contrato, el contrato deberá celebrarse entre el PNUD y la entidad principal designada, quien actuará en nombre y representación de todas las entidades que componen la Asociación en Participación, el Consorcio o la Asociación.</p> <p>14.2 Después del Plazo de Presentación de la Propuesta, la entidad principal designada para representar a la Asociación en Participación, al Consorcio o a la Asociación no se podrá modificar sin el consentimiento por escrito previo del PNUD.</p> <p>14.3 La entidad principal y las entidades miembros de la Asociación en Participación, el Consorcio o la Asociación deberán respetar las disposiciones de la Cláusula 15 de este documento en relación con la presentación de una sola propuesta.</p> <p>14.4 La descripción de la organización de la Asociación en Participación, el Consorcio o la Asociación deberá definir con claridad la función que se espera de cada una de las entidades de la Asociación en Participación en el cumplimiento de los requisitos de la SDP, tanto en la Propuesta como en el Acuerdo de la Asociación</p>



	<p>en Participación, el Consorcio o la Asociación. Todas las entidades que conforman la Asociación en Participación, el Consorcio o la Asociación estarán sujetas a la evaluación de elegibilidad y calificaciones por parte del PNUD.</p> <p>14.5 Cuando la Asociación en Participación, el Consorcio o la Asociación presenten el registro de su trayectoria y experiencia, deberán diferenciar claramente entre lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) los compromisos que hayan sido asumidos conjuntamente por la Asociación en Participación, el Consorcio o la Asociación; y</li> <li>b) los compromisos que hayan sido asumidos por entidades individuales de la Asociación en Participación, el Consorcio o la Asociación.</li> </ul> <p>14.6 Los contratos anteriores suscritos por expertos individuales independientes que estén asociados de forma permanente o hayan estado asociados de forma temporal con cualquiera de las empresas asociadas no podrán ser presentados como experiencia de la Asociación en Participación, el Consorcio o la Asociación o de sus miembros, y únicamente podrá evaluarse la experiencia de los expertos individuales en la presentación de sus credenciales individuales.</p> <p>14.7 En caso de requisitos multisectoriales de alto valor, se recomienda la conformación de Asociaciones en Participación, los Consorcios o las Asociaciones cuando el espectro de experiencia y recursos necesarios no se puede obtener en una sola empresa.</p>
<p><b>15. Una sola Propuesta</b></p>	<p>15.1 El Proponente (incluidos los miembros individuales de cualquier Asociación en Participación, Consorcio o Asociación) deberá presentar sólo una Propuesta, ya sea a su nombre o como parte de una Asociación en Participación, Consorcio o Asociación</p> <p>15.2 Las Propuestas presentadas por dos (2) o más Proponentes serán rechazadas si se comprueba alguna de las siguientes situaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) que tienen al menos un asociado de control, director o accionista en común; o</li> <li>b) que cualquiera de ellos reciba o ha recibido alguna subvención directa o indirecta de los demás; o</li> <li>c) que tienen el mismo representante legal a los efectos de esta SDP; o</li> <li>d) que tienen una relación entre sí, directa o a través de terceras partes comunes, que los coloca en una posición de acceso a información relativa a la Propuesta de otro Proponente o de influencia sobre dicha Propuesta de otro Proponente, con respecto a este proceso de SDP;</li> <li>e) que son subcontratistas entre sí, uno de la Propuesta del otro y viceversa, o que un subcontratista de una Propuesta también presenta otra Propuesta a su nombre como Proponente principal; o</li> <li>f) que personal clave que ha sido propuesto en el equipo de un Proponente participa en más de una Propuesta recibida en este proceso de SDP. Esta condición relacionada con el personal no se aplica a los subcontratistas que estén incluidos en más de una Propuesta.</li> </ul>

<p><b>16. Período de Validez de la Propuesta</b></p>	<p>16.1 Las Propuestas serán válidas por el período especificado en la <b>HdeD</b>, a partir del Plazo de Presentación de Propuestas. El PNUD podrá rechazar cualquier Propuesta válida por un período más corto y considerar que no cumple con todos los requisitos solicitados.</p> <p>16.2 Durante el Período de Validez de la Propuesta, el Proponente mantendrá su Propuesta original sin cambios, incluida la disponibilidad del Personal Clave, las tarifas propuestas y el precio total.</p>
<p><b>17. Extensión del Período de Validez de la Propuesta</b></p>	<p>17.1 En circunstancias excepcionales, antes del vencimiento del Período de Validez de la Propuesta, el PNUD podrá solicitar a los Proponentes la ampliación del período de validez de sus Propuestas. La solicitud y las respuestas se harán por escrito y se considerará que forman parte integrante de la Propuesta.</p> <p>17.2 Si el Proponente acepta extender la validez de su Propuesta, lo hará sin modificar la Propuesta original.</p> <p>17.3 El Proponente tiene el derecho de negarse a extender la validez de su propuesta, en cuyo caso dicha Propuesta no continuará siendo evaluada.</p>
<p><b>18. Aclaración a la SDP (por parte de los proponentes)</b></p>	<p>18.1 Los Proponentes podrán solicitar aclaraciones sobre cualquiera de los documentos relativos a esta SDP antes de la fecha indicada en la <b>HdeD</b>. Toda solicitud de aclaración debe enviarse por escrito del modo en que se indica en la HdeD. Si las consultas se envían por otros medios no especificados, incluso si se envían a miembros del personal del PNUD, el PNUD no tendrá la obligación de responder ni de confirmar que la consulta se recibió oficialmente.</p> <p>18.2 El PNUD proporcionará las respuestas a las solicitudes de aclaración recibidas a través del método especificado en la <b>HdeD</b>.</p> <p>18.3 El PNUD se compromete a dar respuesta a estas solicitudes de aclaración con rapidez, pero cualquier demora en la respuesta no implicará ninguna obligación por parte del PNUD de ampliar el plazo de presentación de Propuestas, a menos que el PNUD considere que dicha prórroga está justificada y es necesaria.</p>
<p><b>19. Enmienda de la SDP</b></p>	<p>19.1 En cualquier momento antes del plazo para la presentación de la Propuesta, el PNUD podrá, por cualquier motivo (por ejemplo, en respuesta a una solicitud de aclaración de un Proponente), modificar la SDP por medio de una enmienda. Las modificaciones estarán disponibles para todos los posibles proponentes a través del medio de transmisión especificado en la <b>HdeD</b>.</p> <p>19.2 Si la modificación es sustancial, el PNUD podrá extender el Plazo de presentación de la propuesta para darle a los Proponentes un tiempo razonable para que incorporen la modificación en sus Propuestas.</p>
<p><b>20. Propuestas alternativas</b></p>	<p>20.1 Salvo que se especifique lo contrario en la <b>HdeD</b>, las Propuestas alternativas no se tendrán en cuenta. Si la HdeD permite la presentación de una propuesta alternativa, el Proponente podrá presentar una propuesta alternativa, solamente si ésta cumple con los requisitos de la SDP. El PNUD sólo tendrá en cuenta la propuesta alternativa propuesta por el Proponente cuya propuesta haya sido la</p>



	<p>de mayor calificación según el método de evaluación especificado. Cuando las condiciones de aceptación se cumplan, o cuando las justificaciones se hayan establecido con claridad, el PNUD se reserva el derecho de adjudicar un contrato sobre la base de una propuesta alternativa.</p> <p>20.2 Si se presentan varias propuestas o propuestas alternativas, estas deben marcarse claramente como "propuesta Principal" y "propuesta Alternativa".</p>
<b>21. Reunión previa a la presentación de propuestas</b>	<p>21.1 Cuando sea conveniente, se llevará a cabo una reunión previa a la presentación de propuestas en la fecha, la hora y el lugar especificados en la <b>HdeD</b>. Se alienta a todos los Proponentes a asistir. La inasistencia, sin embargo, no dará lugar a la descalificación de un Proponente interesado. Las actas de la conferencia de Proponentes se distribuirán en el sitio web de adquisiciones y se compartirán por correo electrónico o en la plataforma de eTendering, conforme a lo especificado en la HdeD. Ninguna declaración verbal realizada durante la conferencia podrá modificar los términos y las condiciones de la SDP, a menos que esté específicamente incorporada en las actas de la conferencia de Proponentes o se emita o publique como modificación de la SDP.</p>
<b>PRESENTACIÓN Y APERTURA DE LAS PROPUESTAS</b>	
<b>22. Presentación</b>	<p>22.1 El Proponente deberá presentar una Propuesta debidamente firmada y completa que comprenda los documentos y los formularios de conformidad con los requisitos en la <b>HdeD</b>. La presentación deberá realizarse ya sea personalmente, por servicio de mensajería o por un medio de transmisión electrónico según se especifique en la HdeD .</p> <p>22.2 La Propuesta deberá estar firmada por el Proponente o por una persona debidamente facultada para representarlo. La autorización deberá comunicarse mediante un documento que acredite dicha autorización, emitido por el representante legal de la entidad proponente, o un poder notarial que acompañe a la Propuesta.</p> <p>22.3 Los Proponentes deberán tener en cuenta que el sólo acto de presentación de una Propuesta, en sí y por sí mismo, implica que el Proponente acepta plenamente los Términos y Condiciones Generales del Contratación del PNUD.</p>
<b>Presentación de copia física (manual)</b>	<p>22.4 La presentación de la copia física (manual) por servicio de mensajería o personalmente según se autorice y especifique en la HdeD se realizará de la siguiente manera:</p> <p>g) La Propuesta firmada se marcará como "Original" y sus copias como "Copia", según corresponda. El número de copias se indica en la HdeD. Todas las copias deberán ser del original firmado únicamente. En caso de diferencias entre el original y las copias, prevalecerá el original.</p> <p>h) Los sobres de la Propuesta Financiera y de la Propuesta Técnica <b>DEBEN ESTAR COMPLETAMENTE SEPARADOS</b> y cada uno debe presentarse cerrado de manera individual y con una identificación clara en el exterior que diga "PROPUESTA TÉCNICA" o "PROPUESTA FINANCIERA", según corresponda. Cada sobre <b>DEBE</b> indicar con claridad el nombre del Proponente. Los sobres exteriores deberán:</p>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>i. llevar el nombre y la dirección del proponente;</li> <li>ii. estar dirigidos al PNUD, según se especifica en la HdeD.</li> <li>iii. llevar una advertencia que diga <i>"No abrir antes de la hora y la fecha de apertura de la propuesta"</i>, según se especifica en la HdeD.</li> </ul> <p>Si los sobres y los paquetes con la Propuesta no están debidamente cerrados y marcados como se solicita, el PNUD no asumirá responsabilidad por el extravío, la pérdida o la apertura prematura de la Propuesta.</p>
<p><b>Presentación por correo electrónico</b></p>	<p>22.5 La presentación por correo electrónico, si la HdeD lo permite o lo especifica, se realizará de la siguiente manera:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Los archivos electrónicos que formen parte de la propuesta deben respetar el formato y los requisitos que se indican en la HdeD.</li> <li>b) Los archivos con la Propuesta Técnica y la Propuesta Financiera DEBEN ESTAR TOTALMENTE SEPARADOS. La propuesta financiera deberá estar encriptada con diferentes contraseñas y claramente etiquetada. Los archivos deben enviarse a la dirección de correo electrónico dedicada especificada en la <b>HdeD</b>.</li> <li>c) La contraseña para abrir la Propuesta Financiera sólo se debe proporcionar cuando el PNUD la solicita. El PNUD solicitará la contraseña sólo a los proponentes cuya Propuesta Técnica mejor cumpla con todos los requisitos solicitados. Si no se presenta una contraseña correcta, la propuesta podría ser rechazada.</li> </ul>
<p><b>Presentación mediante eTendering</b></p>	<p>22.6 Si la <b>HdeD</b> permite o especifica la presentación electrónica mediante el sistema eTendering, se realizará de la siguiente manera:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Los archivos electrónicos que formen parte de la propuesta deben respetar el formato y los requisitos que se indican en la HdeD.</li> <li>b) Los archivos con la Propuesta Técnica y de la Propuesta Financiera DEBEN ESTAR TOTALMENTE SEPARADOS y cada uno debe cargarse individualmente y estar claramente etiquetado.</li> <li>a) El archivo con la Propuesta Financiera se debe encriptar con una contraseña para que no se lo pueda abrir ni mirar hasta que se proporcione la contraseña. La contraseña para abrir la Propuesta Financiera sólo se debe proporcionar cuando el PNUD la solicita. El PNUD solicitará la contraseña sólo a los proponentes cuya propuesta técnica mejor cumpla con todos los requisitos solicitados. Si no se presenta una contraseña correcta, la propuesta podría ser rechazada.</li> <li>c) Los documentos requeridos en su forma original (por ej., Garantía de mantenimiento de la propuesta etc.) se deben enviar por correo o personalmente, según las instrucciones en la HdeD.</li> </ul>



	<p>d) Las instrucciones detalladas sobre cómo presentar, modificar o cancelar una propuesta en el sistema de eTendering se proporcionan en la Guía de Usuario del Proponente de eTendering y en los videos instructivos disponibles en el siguiente enlace: <a href="http://www.undp.org/content/undp/en/home/operations/procurement/business/procurement-notice/resources/">http://www.undp.org/content/undp/en/home/operations/procurement/business/procurement-notice/resources/</a></p>
<b>23. Fecha límite para la presentación de la Propuesta</b>	<p>23.1 El PNUD recibirá Propuestas completas en la forma y, a más tardar, en la fecha y hora especificadas en la <b>HdeD</b>. El PNUD sólo reconocerá la fecha y la hora en que recibió la propuesta.</p> <p>23.2 El PNUD no considerará ninguna Propuesta presentada después del plazo de presentación de Propuestas.</p>
<b>24. Retiro, sustitución y modificación de las Propuestas</b>	<p>24.1 El Proponente puede retirar, sustituir o modificar su Propuesta después de presentarla en cualquier momento antes de la fecha límite para presentación de las propuestas.</p> <p>24.2 Presentaciones manuales y por correo electrónico: Un Proponente podrá retirar, sustituir o modificar su Propuesta mediante el envío de una notificación por escrito al PNUD, debidamente firmada por un representante autorizado, y que deberá incluir una copia de la autorización (o un poder notarial). La sustitución o la modificación correspondiente de la Propuesta, si la hubiera, deberá acompañar a la respectiva notificación por escrito. Todas las notificaciones se deben presentar del mismo modo especificado para la presentación de propuestas, con la indicación clara de "RETIRO", "SUSTITUCIÓN" o "MODIFICACIÓN"</p> <p>24.3 Sistema de eTendering: Un Proponente puede retirar, sustituir o modificar su Propuesta mediante la cancelación, la edición y la nueva presentación de la propuesta directamente en el sistema. Es responsabilidad del Proponente seguir correctamente las instrucciones del sistema, editar debidamente y enviar la sustitución o modificación de la Propuesta, según sea necesario. Se proporcionan instrucciones detalladas sobre cómo cancelar o modificar una propuesta directamente en el sistema en la Guía de Usuario del Proponente y en los videos instructivos.</p> <p>24.4 Las propuestas cuyo retiro se solicite se devolverán sin abrir al Proponente (sólo para las presentaciones manuales), salvo que la propuesta se retire después de haber sido abierta.</p>
<b>25. Apertura de Propuestas</b>	<p>25.1 No hay apertura pública de propuestas para las SDP. El PNUD abrirá las Propuestas en presencia de un comité especial establecido por el PNUD y compuesto por al menos dos (2) miembros. En el caso de la presentación mediante eTendering, los proponentes recibirán una notificación automática una vez que se haya abierto su propuesta.</p>
<b>EVALUACIÓN DE LAS PROPUESTAS</b>	
<b>26. Confidencialidad</b>	<p>26.1 La información relativa a la revisión, la evaluación y la comparación de las Propuestas, y la recomendación de adjudicación del contrato, no podrá ser</p>

	<p>revelada a los Proponentes ni a ninguna otra persona que no participe oficialmente en dicho proceso, incluso después de la publicación de la adjudicación del contrato.</p> <p>26.2 Cualquier intento por parte de un Proponente o de alguien en nombre del Proponente de influenciar al PNUD en la revisión, la evaluación y la comparación de las Propuestas o decisiones relativas a la adjudicación del contrato, podrá ser causa, por decisión del PNUD, del rechazo de su Propuesta y en consecuencia, estar sujeto a la aplicación de los procedimientos de sanciones al proveedor vigentes del PNUD</p>
<b>27. Evaluación de las Propuestas</b>	<p>27.1 El Proponente no puede alterar o modificar su Propuesta de ningún modo después del plazo de presentación de propuestas, salvo del modo en que lo permite la Cláusula 24 de esta SDP. El PNUD realizará la evaluación sólo sobre la base de las Propuestas Técnicas y Financieras presentadas.</p> <p>27.2 La evaluación de las propuestas se realiza en los siguientes pasos:</p> <p>27.3 Examen preliminar</p> <p>27.4 Elegibilidad y Calificaciones Mínimas (si no se realiza la precalificación)</p> <p>27.5 Evaluación de las Propuestas Técnicas</p> <p>27.6 Evaluación de las Propuestas Financieras</p>
<b>28. Examen preliminar</b>	<p>28.1 El PNUD examinará las Propuestas para determinar si cumplen con los requisitos documentales mínimos, si los documentos se han firmado correctamente y si las Propuestas están en orden en general, entre otros indicadores que pueden usarse en esta etapa. El PNUD se reserva el derecho de rechazar cualquier Propuesta en esta etapa.</p>
<b>29. Evaluación de Elegibilidad y Calificaciones mínimas</b>	<p>29.1 La Elegibilidad y las Calificaciones del Proponente se evaluarán en torno a los requisitos de Elegibilidad y Calificaciones Mínimas especificados en la Sección 4 (Criterios de Evaluación).</p> <p>29.2 En términos generales, los proveedores que cumplan con los siguientes criterios serán considerados calificados:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>No deben formar parte de la lista de terroristas y financiadores del terrorismo del Comité 1267/1989 del Consejo de Seguridad de la ONU, ni de la lista de proveedores inelegibles del PNUD.</li> <li>Tienen una buena posición financiera y tienen acceso a recursos financieros adecuados para ejecutar el contrato y cumplir con todos los compromisos comerciales existentes.</li> <li>Tienen la experiencia similar, la experiencia técnica, la capacidad de producción cuando corresponda, las certificaciones de calidad, los procedimientos de control de calidad y otros recursos pertinentes para la provisión de los servicios requeridos.</li> <li>Pueden cumplir plenamente con los Términos y Condiciones Generales del Contrato del PNUD.</li> <li>No existe un historial consistente de fallos judiciales/arbitrajes contra el Proponente.</li> </ol>



	<p>f) Tienen un registro de desempeño oportuno y satisfactorio con sus clientes.</p>
<p><b>30. Evaluación de Propuestas Técnicas y Financieras</b></p>	<p>30.1 El equipo de evaluación deberá revisar y evaluar las Propuestas Técnicas sobre la base de su capacidad de respuesta a los Términos de Referencia y otra documentación de la SDP, aplicando los criterios de evaluación, los subcriterios y el sistema de puntos especificados en la Sección 4 (Criterios de Evaluación). Se considerará que una Propuesta no cumple con todos los requisitos solicitados en la etapa de la evaluación técnica si no alcanza el puntaje técnico mínimo que indica la <b>HdeD</b>. Cuando resulte necesario y si así lo indica la HdeD, el PNUD puede invitar a los proponentes que cumplan con los requisitos técnicos solicitados a llevar a cabo una presentación sobre sus propuestas técnicas. Las condiciones de la presentación se proporcionarán en el documento de la Solicitud de Propuestas, en caso de ser necesario.</p> <p>30.2 En la segunda etapa, sólo las Propuestas Financieras de aquellos Proponentes que alcancen la puntuación técnica mínima serán abiertas para su evaluación. Las Propuestas Financieras correspondientes a Propuestas Técnicas que no cumplan con todos los requisitos solicitados permanecerán cerradas y, en el caso de las entregas manuales, serán devueltas cerradas al Proponente. Para las Propuestas presentadas por correo electrónico y por medio de eTendering, el PNUD no solicitará las contraseñas de las Propuestas Financieras de los proponentes cuyas Propuestas Técnicas no cumplieron con los todos los requisitos solicitados.</p> <p>30.3 El método de evaluación que rige para esta SDP será el indicado en la HdeD, y puede ser uno de los siguientes dos (2) métodos: (a) el método del precio más bajo, que selecciona la propuesta financiera más baja entre los Proponentes que mejor cumplen con todos los requisitos solicitados; o (b) el método de puntuación combinada que estará basado en la combinación del puntaje técnico y el puntaje financiero.</p> <p>30.4 Cuando la HdeD especifica un método de puntuación combinado, la fórmula para la calificación de las Propuestas será la siguiente:</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p><u>Calificación de la Propuesta Técnica (PT):</u></p> <p><b>Calificación de la PT=</b> (Puntuación total obtenida por la propuesta/Máxima puntuación obtenida para la PT) x 100</p> <p><u>Calificación de la Propuesta Financiera (PF):</u></p> <p><b>Calificación de la PF=</b> (Propuesta de precio más bajo/Precio de la propuesta que se está revisando) x 100</p> <p><u>Puntuación total combinada:</u></p> <p><b>Puntaje combinado=</b> (Calificación de la PT) x (Peso de la PT, p. ej., 70 %) + (Calificación de la PF) x (Peso de la PF, p. ej., 30 %)</p> </div>

<p><b>31. Ejercicio posterior a la Evaluación de las Propuestas</b></p>	<p>31.1 El PNUD se reserva el derecho a realizar un ejercicio de verificación, posterior a la evaluación, con el objetivo de determinar a su plena satisfacción la validez de la información proporcionada por el Proponente. Dicho ejercicio deberá documentarse en su totalidad y puede incluir, entre otras, todas las siguientes opciones o una combinación de ellas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Verificación de la precisión, la veracidad y la autenticidad de la información provista por el Proponente.</li> <li>b) Validación del grado de cumplimiento de los requisitos y los criterios de evaluación de la SDP sobre la base de lo que hasta ahora haya podido hallar el equipo de evaluación.</li> <li>c) Investigación y verificación de referencias con las entidades gubernamentales con jurisdicción sobre el Proponente, o con clientes anteriores, o cualquier otra entidad que pueda haber hecho negocios con el Proponente.</li> <li>d) Investigación y verificación de referencias con clientes anteriores sobre el cumplimiento de contratos en curso o finalizados, incluidas las inspecciones físicas de trabajos previos, según sea necesario.</li> <li>e) Inspección física de las oficinas, las sucursales u otras instalaciones del Proponente donde se llevan a cabo sus operaciones, con o sin previo aviso al Proponente.</li> <li>f) Otros medios que el PNUD considere apropiados, en cualquier momento dentro del proceso de selección, previo a la adjudicación del contrato.</li> </ul>
<p><b>32. Aclaración de las Propuestas</b></p>	<p>32.1 Para ayudar en la revisión, la evaluación y la comparación de las Propuestas, el PNUD puede, a su discreción, solicitar a cualquier Proponente una aclaración de su Propuesta.</p> <p>32.2 La solicitud de aclaración del PNUD y la respuesta deberán realizarse por escrito y no se solicitará, ofrecerá ni permitirá ninguna modificación de los precios o de los elementos sustanciales de la Propuesta, excepto para proporcionar una aclaración y confirmar la corrección de cualquier error aritmético que descubra el PNUD en la evaluación de las Propuestas, de conformidad con la SDP.</p> <p>32.3 Cualquier aclaración no solicitada presentada por un Proponente con respecto a su Propuesta que no sea una respuesta a una solicitud del PNUD no se tendrá en cuenta durante la revisión y la evaluación de las Propuestas.</p>
<p><b>33. Capacidad de respuesta de la Propuesta</b></p>	<p>33.1 La determinación que realice el PNUD sobre la capacidad de respuesta de una Propuesta se basará en el contenido de la Propuesta en sí misma. Una Propuesta que cumple sustancialmente con todos los requisitos solicitados es aquella que cumple con todos los términos, las condiciones, los TdR y los requisitos de la SDP sin desviación material o significativa, reserva ni omisión.</p> <p>33.2 Si una Propuesta no cumple sustancialmente con todos los requisitos solicitados, deberá ser rechazada por el PNUD y el Proponente no podrá ajustarla posteriormente mediante la corrección de la desviación material o significativa, la reserva o la omisión.</p>
<p><b>34. Disconformidades</b></p>	<p>34.1 Siempre que una Propuesta cumpla sustancialmente con todos los requisitos</p>

SOLICITUD DE PROPUESTA (SdP)

<p><b>, errores reparables y omisiones</b></p>	<p>solicitados, el PNUD puede subsanar las inconformidades o las omisiones en la Propuesta que, en opinión del PNUD, no constituyan una desviación material o significativa.</p> <p>34.2 El PNUD puede solicitar al Proponente que envíe la información o la documentación necesarias, dentro de un plazo razonable, para rectificar las inconformidades o las omisiones no materiales en la Propuesta relacionadas con requisitos de documentación. Dicha omisión no debe estar relacionada con ningún aspecto del precio de la Propuesta. El incumplimiento del Proponente con la solicitud puede dar como resultado el rechazo de la Propuesta.</p> <p>34.3 En el caso de una Propuesta Financiera que se haya abierto, el PNUD verificará y corregirá los errores aritméticos de la siguiente manera:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Si hay una discrepancia entre el precio unitario y el total que se obtiene al multiplicar el precio unitario por la cantidad, el precio unitario prevalecerá y se deberá corregir el total, a menos que, en opinión del PNUD, haya un error obvio del punto decimal en el precio unitario, en cuyo caso el total cotizado prevalecerá y se deberá corregir el precio unitario.</li> <li>b) Si hay un error en un total correspondiente a la suma o la resta de subtotales, los subtotales prevalecerán y se deberá corregir el total.</li> <li>c) Si hay una discrepancia entre palabras y cifras, prevalecerá el monto en palabras, a menos que el monto expresado en palabras esté relacionado con un error de aritmética, en cuyo caso prevalecerá el monto en cifras.</li> </ul> <p>34.4 Si el Proponente no acepta la corrección de los errores realizada por el PNUD, su Propuesta deberá ser rechazada.</p>
<p><b>ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO</b></p>	
<p><b>35. Derecho a aceptar o a rechazar cualquiera o todas las Propuestas</b></p>	<p>35.1 El PNUD se reserva el derecho a aceptar o rechazar cualquier Propuesta, declarar que una o todas las Propuestas no cumplen con todos los requisitos solicitados, y rechazar todas las Propuestas en cualquier momento antes de la adjudicación del contrato, sin incurrir en ninguna responsabilidad u obligación de informar a los Proponentes afectados de los motivos de la decisión del PNUD. El PNUD no estará obligado a adjudicar el contrato a la propuesta con el precio más bajo.</p>
<p><b>36. Criterios de adjudicación</b></p>	<p>36.1 Antes del vencimiento de la validez de la propuesta, el PNUD adjudicará el contrato al Proponente calificado según los criterios de adjudicación indicados en la <b>HdeD</b>.</p>
<p><b>37. Reunión informativa</b></p>	<p>37.1 En el caso de que un Proponente no resulte seleccionado, este podrá solicitar al PNUD una Reunión con el PNUD posterior a la adjudicación. El objetivo de dicha reunión es tratar las fortalezas y las debilidades de la presentación del Proponente, a fin de ayudarlo a mejorar las futuras propuestas que presente para las oportunidades de adquisición que ofrece el PNUD. En estas reuniones no se tratará con el Proponente el contenido de otras propuestas ni se las comparará con la Propuesta presentada por el Proponente.</p>
<p><b>38. Derecho a</b></p>	<p>38.1 En el momento de la adjudicación del Contrato, el PNUD se reserva el derecho</p>

<b>modificar los requisitos en el momento de la adjudicación</b>	a modificar la cantidad de servicios y/o bienes, hasta un máximo del veinticinco por ciento (25 %) de la propuesta financiera total, sin cambios en el precio unitario o en otros términos y condiciones.
<b>39. Firma del contrato</b>	39.1 En el curso de quince (15) días a contar desde la fecha de recepción del Contrato, el Proponente que haya recibido la adjudicación deberá firmar y fechar el Contrato y devolverlo al PNUD. El incumplimiento de dicho requisito puede ser motivo suficiente para la anulación de la adjudicación y la ejecución de la Garantía de Mantenimiento de la Propuesta, si corresponde, en cuyo caso el PNUD podrá adjudicar el Contrato al Proponente cuya Propuesta haya obtenido la segunda calificación más alta o realizar un nuevo llamado a presentar Propuestas.
<b>40. Tipo de Contrato y Términos y Condiciones Generales</b>	El modelo de Contrato que deberá firmarse y los Términos y Condiciones Generales aplicables del Contrato del PNUD, especificados en la <b>HdeD</b> , pueden consultarse en el siguiente enlace: <a href="http://www.undp.org/content/undp/en/home/procurement/business/how-we-buy.html">http://www.undp.org/content/undp/en/home/procurement/business/how-we-buy.html</a>
<b>41. Garantía de Cumplimiento</b>	41.1 En caso de requerirse en la HdeD, el proponente adjudicado proporcionará una Garantía de cumplimiento del contrato por el monto especificado en la <b>HdeD</b> y en la forma disponible en <a href="https://popp.undp.org/layouts/15/WopiFrame.aspx?sourcedoc=/UNDP_PO PP_DOCUMENT_LIBRARY/Public/PSU_Solicitation_Performance%20Guarantee%20Form.docx&amp;action=default">https://popp.undp.org/layouts/15/WopiFrame.aspx?sourcedoc=/UNDP_PO PP_DOCUMENT_LIBRARY/Public/PSU_Solicitation_Performance%20Guarantee%20Form.docx&amp;action=default</a> en el plazo máximo de quince (15) días a partir de la fecha de la firma del contrato por ambas partes. Siempre que se requiera una garantía de cumplimiento, la recepción de dicha garantía por parte del PNUD será una condición para la prestación efectiva del contrato
<b>42. Garantía bancaria de pagos anticipados</b>	Excepto cuando los intereses del PNUD así lo requieran, es práctica estándar del PNUD no hacer pagos anticipados (es decir, pagos sin haber recibido ningún producto). Si en la HdeD se permite un pago anticipado, el mismo no podrá ser mayor al 20 % del precio total del contrato. Si el valor excede USD 30 000, el Proponente adjudicatario presentará una Garantía Bancaria por el monto total del pago anticipado en la forma disponible en: <a href="https://popp.undp.org/layouts/15/WopiFrame.aspx?sourcedoc=/UNDP_PO PP_DOCUMENT_LIBRARY/Public/PSU_Contract%20Management%20Payment%20and%20Taxes_Advanced%20Payment%20Guarantee%20Form.docx&amp;action=default">https://popp.undp.org/layouts/15/WopiFrame.aspx?sourcedoc=/UNDP_PO PP_DOCUMENT_LIBRARY/Public/PSU_Contract%20Management%20Payment%20and%20Taxes_Advanced%20Payment%20Guarantee%20Form.docx&amp;action=default</a>
<b>43. Liquidación por daños y perjuicios</b>	43.1 Si así se especifica en la <b>HdeD</b> , el PNUD aplicará la Liquidación por daños y perjuicios por los daños y/o riesgos ocasionados al PNUD como consecuencia de las demoras o el incumplimiento por parte del Contratista de sus obligaciones según el Contrato.
<b>44. Disposiciones</b>	44.1 Los pagos se efectuarán sólo cuando el PNUD acepte el trabajo realizado. Los



Al servicio  
de las personas  
y las naciones

<b>sobre Pagos</b>	términos de pago serán dentro de los treinta (30) días posteriores al recibo de la factura y de que la autoridad correspondiente del PNUD emita el certificado de aceptación del trabajo con la supervisión directa del Contratista. El pago se efectuará por medio de transferencia bancaria en la moneda del contrato.
<b>45. Reclamación de los proveedores</b>	45.1 El procedimiento de reclamación que establece el PNUD para sus proveedores ofrece una oportunidad de apelación a aquellas personas o empresas a las que no se haya adjudicado un contrato a través de un proceso de adjudicación competitivo. En caso de que un Proponente considere que no ha sido tratado de manera justa, el siguiente enlace le dará más detalles sobre el procedimiento de reclamación de los proveedores del PNUD: <a href="http://www.undp.org/content/undp/en/home/procurement/business/protect-and-sanctions.html">http://www.undp.org/content/undp/en/home/procurement/business/protect-and-sanctions.html</a>
<b>46. Otras disposiciones</b>	46.1 En el caso de que el Proponente ofrezca un precio más bajo al Gobierno anfitrión (p. ej., Administración de Servicios Generales [GSA] del Gobierno Federal de los Estados Unidos) por servicios similares, el PNUD tendrá derecho al mismo valor más bajo. Prevalecerán los Términos y Condiciones Generales del PNUD. 46.2 El PNUD tendrá derecho a recibir los mismos precios que los que ofrece el mismo Contratista en contratos con las Naciones Unidas y/o sus Agencias. Prevalecerán los Términos y Condiciones Generales del PNUD. 46.3 Las Naciones Unidas han establecido restricciones en el empleo de exfuncionarios de la ONU que haya participado en el proceso de adquisición, según el boletín ST/SGB/2006/15; <a href="http://www.un.org/en/ga/search/view_doc.asp?symbol=ST/SGB/2006/15&amp;referer">http://www.un.org/en/ga/search/view_doc.asp?symbol=ST/SGB/2006/15&amp;referer</a>

### Sección 3. Hoja de Datos de la Propuesta

Los siguientes datos de los servicios que se adquieran complementarán, completarán o enmendarán las disposiciones de la Solicitud de Propuestas. En caso de conflicto entre las Instrucciones para los Proponentes, la Hoja de Datos y otros anexos o referencias adjuntos a la Hoja de Datos, prevalecerán las disposiciones de la Hoja de Datos.

Hde D n.º	Ref. a la Sección 2	Datos	Instrucciones/requisitos específicos
1	7	Idioma (de la Propuesta)	Español
2		Presentación de Propuestas para partes o subpartes de los TdR (propuestas parciales)	No permitidas
3	20	Propuestas alternativas	No se considerarán
4	21	Reunión previa a la presentación de propuestas	<p>Se realizará  <b>Hora:</b> 11:00 a.m. (hora oficial República de Honduras GMT-6)  <b>Fecha:</b> martes 24 de noviembre de 2020  <b>Lugar:</b> Plataforma Zoom (Webinar)</p> <p>Los proveedores interesados en asistir deberán enviar una notificación por escrito al siguiente correo electrónico: <a href="mailto:adquisicionespnudhn@undp.org">adquisicionespnudhn@undp.org</a>; a más tardar hasta las 9:00 a.m. (hora oficial República de Honduras GMT-6) del <u>24 de noviembre de 2020 para confirmar su participación</u>, indicando nombre, cargo en la empresa y correo electrónico de cada uno de los asistentes. Se admitirá como máximo a dos (2) representantes de cada empresa.</p> <p>Una vez registrado, el proponente recibirá el link o vínculo a la Reunión de ZOOM y una contraseña para el ingreso en la fecha y hora agendada.</p> <p>Cuando ingrese al Link, la Plataforma ZOOM le solicitará que se registre, por lo cual, cada participante deberá indicar su nombre y apellido y el nombre de la compañía que representa. Si pierde la conexión, simplemente puede repetir el proceso anterior. De requerir asistencia envíenos un correo electrónico a la siguiente dirección: <a href="mailto:adquisicionespnudhn@undp.org">adquisicionespnudhn@undp.org</a>;</p> <p>La conferencia tendrá una duración de una hora aproximadamente. Cada proponente deberá contar con la infraestructura necesaria para garantizar su participación. El PNUD no será responsable por pérdida de</p>



Al servicio  
de las personas  
y las naciones

			<p>señal o problemas de conectividad durante la realización de la videoconferencia.</p> <p>La asistencia no es obligatoria, sin embargo, es altamente recomendable.</p>
5	16	Período de Validez de la Propuesta	90 días
6	12	Garantía de Mantenimiento de la Propuesta	No requerida.
7	2	Pago anticipado al momento de la firma del contrato	<p>Se permite hasta un porcentaje máximo del <b>20%</b> del valor del contrato.</p> <p>A solicitud de la empresa seleccionada para la adjudicación, el Contratante podrá considerar el pago de un anticipo, por un porcentaje máximo de hasta el 20 %, debiendo la Empresa presentar una Garantía Bancaria de Pago por Adelantado por el mismo monto que el pago por adelantado, utilizando para ello la plantilla y el contenido del documento que se halla en la Sección 6. Formulario I: Formulario de Garantía de Pago por Adelantado, emitida a favor del Programa de las Naciones para el Desarrollo (PNUD), y estará vigente hasta quedar totalmente pagado o amortizado en su totalidad el anticipo.</p> <p>La Garantía de pago adelantado será devuelta por el PNUD previa verificación de la mencionada amortización total.</p> <p>Los pagos estarán sujetos a deducción de 20% (veinte por ciento) de manera prorata en cada uno de los <b>6</b> pagos a realizar hasta que las deducciones efectuadas, iguale el importe del pago por adelantado.</p> <p>Dicha garantía deberá ser emitida por una entidad legalmente establecida en Honduras, bajo supervisión de la Comisión Nacional de Bancos y Seguros de Honduras (CNBS).</p> <p>En el caso de garantías emitidas por bancos en el exterior, éstas deberán ser confirmadas por un banco corresponsal legalmente establecido en Honduras, bajo supervisión de la Comisión Nacional de Bancos y Seguros de Honduras (CNBS).</p>
8	43	Liquidación por daños y perjuicios	<p>Se impondrán como sigue:</p> <p>Cada etapa con sus productos definidos indica el tiempo que se requiere la entrega. Cada día de retraso después de este tiempo será contabilizado como un día, salvo que se llegue a un acuerdo por escrito entre el contratista, el Proyecto y el PNUD, por retrasos/causas no imputables al proveedor.</p>



Al servicio  
de las personas  
y las naciones

			<p>Los porcentajes por cada día de retraso no justificado será del 0.33% del monto de la Etapa en la cual se haya enmarcado el retraso.</p> <p>La cantidad total de días de retraso durante el desarrollo del contrato es de 30 días. Después de la cual el PNUD podría determinar cancelar el contrato.</p>
9	41	Garantía de Ejecución/ Cumplimiento	<p><b>Obligatoria para contratos mayores a USD500,000.00</b> (o su equivalente en Lempiras)</p> <p><b>Monto: 10% del valor del contrato</b></p> <p>Véase plantilla en la <b>Sección 6. Formulario H: Formulario de Garantía de Ejecución</b></p> <p>El Contratista deberá presentar una Garantía Bancaria o cheque certificado, emitida a favor del Programa de las Naciones para el Desarrollo (PNUD).</p> <p>Dicha garantía deberá ser emitida por una entidad legalmente establecida en Honduras, bajo supervisión de la Comisión Nacional de Bancos y Seguros de Honduras (CNBS).</p> <p>En el caso de garantías emitidas por bancos en el exterior, éstas deberán ser confirmadas por un banco corresponsal legalmente establecido en Honduras, bajo supervisión de la Comisión Nacional de Bancos y Seguros de Honduras (CNBS).</p> <p>Esta garantía será válida hasta 30 días después de la fecha de finalización del Contrato.</p>
10	13	Moneda de la Propuesta	<p><b>Lempiras HNL</b></p> <p>Para facilitar la evaluación y comparación de las Propuestas que se encuentren en diferentes monedas, los precios ofertados serán convertidos a dólares estadounidenses, utilizando el tipo de cambio operativo oficial de la ONU vigente a la fecha de presentación de propuestas.</p> <p>Se permitirá la presentación de propuestas en Dólares EEUU a proponentes domiciliados en el Extranjero.</p>
11	18	Plazo para la presentación de solicitudes de aclaración	<p>La presentación de demandas/preguntas aclaratorias <b>serán recibidas únicamente por escrito</b>, y deberán enviarse hasta el <b>26 de noviembre de 2020 a las 9:00 a.m.</b> a la siguiente dirección de correo electrónico: <a href="mailto:adquisicionespnudhn@undp.org">adquisicionespnudhn@undp.org</a>. Las consultas deberán ser remitidas</p>



			<p>haciendo referencia al proceso: <b>SDP/00118949/159/2020 Campaña Comunicacional del Proyecto Identificate.</b></p> <p>Las respuestas serán publicadas en el sitio web <b>e.tendering.</b></p> <p>Cualquier retraso en la respuesta del PNUD, no podrá ser utilizado como motivo para ampliar el plazo de presentación, a menos que el PNUD decida que considera necesaria dicha extensión y comunique un nuevo plazo límite a los solicitantes.</p>
12	18	<p>Detalles de contacto para la presentación de solicitudes de aclaración y preguntas</p>	<p>Punto focal en el PNUD: Unidad de Adquisiciones</p> <p>Correo electrónico: <a href="mailto:adquisicionespnudhn@undp.org">adquisicionespnudhn@undp.org</a></p> <p>Esta dirección de contacto es la designada por el PNUD oficialmente. En caso de efectuar consultas ante otras personas o direcciones, aun cuando sean del PNUD, el PNUD no estará obligado a responderlas ni a confirmar haberlas recibido oficialmente.</p> <p>Las consultas deberán ser remitidas haciendo referencia al proceso <b>SDP/00118949/159/2020: Campaña Comunicacional del Proyecto Identificate.</b></p> <p>Las respuestas serán publicadas en el sitio web <b>eTendering.</b></p> <p>Cualquier retraso en la respuesta del PNUD, no podrá ser utilizado como motivo para ampliar el plazo de presentación, a menos que el PNUD decida que considera necesaria dicha extensión y comunique un nuevo plazo límite a los solicitantes.</p>
13	18, 19 y 21	<p>Medio de transmisión de la Información Complementaria para la SDP, y respuestas y aclaraciones de las consultas</p>	<p><b>Publicada directamente en e.tendering</b></p> <p>Es responsabilidad de cada proponente revisar el sitio web y estar al pendiente de estas comunicaciones. El PNUD no asume ninguna responsabilidad, por la falta de conectividad, que impida al proponente acceder o conocer dicha información.</p>
14	23	<p>Fecha límite para la presentación de la Propuesta</p>	<p><b>3 de diciembre de 2020 hasta las 4:00 p.m. EDT (Nueva York)</b> <u>Tenga en cuenta que para la presentación de propuestas mediante <b>eTendering</b> la zona horaria del sistema es EDT (Nueva York).</u> No se aceptarán propuestas tardías sin tolerancia.</p> <p>Las propuestas serán recibidas únicamente a través del sistema de <b>eTendering</b> del PNUD, para lo cual los proponentes deben encontrarse previamente registrados en el mencionado sistema.</p>

15	22	Modo permitido para presentar propuestas	<p><input checked="" type="checkbox"/> <b>eTendering</b></p> <p>Sitio web público del PNUD con recursos de <b>eTendering</b> para proponentes:  <a href="http://www.undp.org/content/undp/en/home/operations/procurement/business/procurement-notice/resources/">http://www.undp.org/content/undp/en/home/operations/procurement/business/procurement-notice/resources/</a></p> <p>Esta página web está disponible para personas o empresas que deseen participar en una solicitud de propuesta convocada desde eTendering. Entre los recursos disponibles figura un manual o guía de eTendering para proponente. Además, los proponentes pueden ver videos instructivos sobre cómo registrar su perfil de proponente en eTendering y presentar propuestas a través de eTendering.</p> <p>Si es la primera vez que utiliza el sistema, podrá registrarse a través del siguiente link, siguiendo las instrucciones de la guía de usuario:  <a href="https://etendering.partneragencies.org">https://etendering.partneragencies.org</a>  <b>Usuario:</b> event.guest  <b>Contraseña:</b> why2change</p> <p>En caso de que ya se encuentre registrado, deberá ingresar a través del siguiente link:  <a href="https://etendering.partneragencies.org">https://etendering.partneragencies.org</a></p> <p>Favor considerar que para descargar los documentos del proceso necesita utilizar el navegador Internet Explorer.</p>
16	22	Dirección para la presentación de la propuesta	<p>El Proponente deberá presentar su Propuesta por medio del sitio web del PNUD <b>eTendering</b></p> <p>El Proponente deberá ingresar al sitio web a través del siguiente enlace e introducir la información de ID del evento:  <a href="https://etendering.partneragencies.org">https://etendering.partneragencies.org</a></p> <p>Código de Business Unit (BU): <b>HND10</b>          Número de ID del Evento: <b>20-159 –SDP</b></p>
17	22	Requisitos de la presentación electrónica (correo electrónico o eTendering)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Formato: archivos PDF únicamente, debidamente firmados.</li> <li>▪ Los nombres de archivo deben tener un máximo de 60 caracteres y no deben contener ninguna letra o carácter especial que no sea del alfabeto/teclado latino (por ejemplo: \$, %, &amp;, /, (, (, etc).</li> </ul>



Al servicio  
de las personas  
y las naciones

		<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Los archivos serán revisados por malware. Todos los archivos deben estar libres de virus y no deben estar dañados. En caso de que se encontrara algún virus, la Propuesta será rechazada.</li><li>▪ Los Proponentes son los únicos responsables de que los archivos o carpetas ZIP adjuntas en el eTendering, sean legibles y se puedan leer, estén libres de cualquier tipo de virus, así como de cualquier otro inconveniente que surja con el archivo o carpeta.</li><li>▪ Orden de los documentos: Los documentos presentados en eTendering deberán estar nombrados en forma clara, a fin de facilitar su identificación, con las páginas numeradas o foliadas según el índice emitido en su propuesta.</li><li>▪ Firma de los documentos: El ofertante deberá asegurarse que la Propuesta incluya los formularios de presentación obligatoria debidamente firmados cuando sea requerido.</li><li>▪ Si sube un gran número de archivos (como 15 o más), comprima los archivos en una carpeta ZIP y suba la carpeta en lugar de cada uno de los archivos individualmente. Puede subir diversas carpetas ZIP, pero, si lo hace, tenga en cuenta que el tamaño total de cada carpeta ZIP subida no puede superar los 45 MB. El tamaño de cada archivo individual no puede superar los 45 MB.</li><li>▪ Los Proponentes deben presentar su Propuesta únicamente a través del Sistema eTendering. No se aceptarán propuestas presenciales o enviadas a través de servicio postal, mensajería o correo electrónico.</li><li>▪ Tome nota que es <b>OBLIGATORIO</b> indicar en el etendering que el precio de su Propuesta es por <b>UN LEMPIRA (L 1.00)</b> esto debido a que este proceso es en dos etapas, la primera etapa de evaluación preliminar y técnica, y <b>UNICAMENTE</b> las Propuestas Financieras de aquellos Proponentes que cumplan con todos los requisitos solicitados y obtengan la puntuación técnica mínima requerida (es decir, que alcancen el 70% del puntaje total, esto es, un mínimo de 49 puntos de los 70 disponibles) podrán ser evaluadas económicamente, es decir es un proceso en lo que anteriormente se le conocía como de "dos sobres", además el archivo en <b>PDF</b> que contenga su propuesta financiera <b>DEBE</b> de estar protegido con una <b>CONTRASEÑA</b>, únicamente a las empresas que obtengan la puntuación técnica mínima requerida se les solicitará dicha contraseña mediante correo electrónico (favor ver numeral 22.6 "Presentación por eTendering" pag. 12).</li><li>▪ Se recomienda encarecidamente a los Proponentes, que anoten la contraseña de su Propuesta Financiera y la guarden en un lugar seguro. Es responsabilidad del Proponente proporcionar al PNUD la contraseña en la fecha y hora requerida, que la contraseña sea la correcta y que el archivo se pueda abrir sin ningún inconveniente. Si el PNUD no fuera capaz de abrir el archivo porque no se ha proporcionado la contraseña en la fecha y hora requerida, porque la contraseña es incorrecta o porque el archivo está defectuoso o con virus, la propuesta será descalificada/rechazada.</li></ul>
--	--	---



			<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Las Propuestas en eTendering se consideran <b>presentadas y válidas solo si están en estado "Publicado" ("Posted")</b>. Las ofertas en "Guardado para más adelante" ("<b>Saved for later</b>") <b>no son aceptadas por el sistema como ofertas enviadas</b>. Consulte por favor la Guía para Licitadores de eTendering para obtener más detalles sobre cómo publicar (post) una oferta.</li> <li>▪ Una vez publicada su Propuesta, recibirá un <b>correo electrónico de confirmación</b> en la cuenta registrada. Dicho correo electrónico incluye un archivo PDF generado por el sistema, donde figura un resumen de su oferta con el listado de archivos adjuntos a la misma.</li> <li>▪ Evite publicar su oferta demasiado cerca de la fecha y hora límite de presentación. Si enfrenta inconvenientes con el sistema en el último momento, no habrá posibilidad de brindarle soporte técnico. <b>No se aceptarán presentaciones tardías.</b></li> </ul>
18	27 36	Método de evaluación para la Adjudicación de un contrato	<p>Oferta Financiera más baja entre las Propuestas que cumplen los requerimientos de calificación y se habilitan técnicamente.</p> <p>El puntaje técnico mínimo requerido para pasar a la siguiente fase es obtener al menos el 70% del puntaje total, <b>es decir, un mínimo de 49 puntos de los 70 puntos disponibles.</b></p>
19		Fecha prevista para el inicio del Contrato	Enero 2021
20		Duración máxima prevista del Contrato	3 meses
21	35	El PNUD adjudicará el Contrato a:	Un solo Proponente
22	39	Tipo de contrato	<p><b>Contrato de bienes/servicios del PNUD</b></p> <p><a href="http://www.undp.org/content/undp/en/home/procurement/business/how-we-buy.html">http://www.undp.org/content/undp/en/home/procurement/business/how-we-buy.html</a> (ver numeral 24)</p> <p><b>No se firmará ningún otro modelo de contrato</b></p>
23	39	Términos y Condiciones del Contrato del PNUD que aplicarán	<p>Términos y Condiciones Generales del PNUD para Contratos de Servicios Profesionales</p> <p><a href="http://www.undp.org/content/undp/en/home/procurement/business/how-we-buy.html">http://www.undp.org/content/undp/en/home/procurement/business/how-we-buy.html</a> (ver numeral 21)</p> <p><b>Estos términos y condiciones generales son los que regirán el contrato suscrito.</b></p>



Al servicio  
de las personas  
y las naciones

24		Otra información relacionada con la SDP	<ul style="list-style-type: none"><li>• La parte inicial del desarrollo de la campaña comunicacional del Proyecto Identificate corresponde a la Fase de Enrolamiento que está siendo implementada por la Agencia de Comunicaciones PHOENIX DESIGN AID, contratada por PNUD a solicitud del RNP. En ese sentido, PHOENIX ha estado a cargo desde julio a diciembre 2020 del desarrollo del concepto creativo de la Fase 1 de Enrolamiento, así como de la producción de una variedad de servicios y productos de comunicación incluidos como parte de la implementación de la campaña. Este proceso de Solicitud de Propuesta (SdP) corresponde a la implementación de la estrategia comunicacional para la Fase 2 de Entrega del Documento Nacional de Identificación (DNI).</li></ul> <p>El PNUD se reserva la facultad de:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Verificar la exactitud, veracidad y autenticidad de la información proporcionada por el proponente en los documentos legales, técnicos y financieros presentados;</li><li>• Investigación y verificación de referencias ante las entidades gubernamentales o con otros clientes anteriores sobre la calidad del cumplimiento de los contratos en curso o anteriores terminados.</li><li>• Solicitar un Certificado de Reporte Crediticio o Calificación crediticia del Oferente(s) Recomendado(s); con una antigüedad no mayor a 30 días calendario a la fecha de presentación de ofertas, expedida por una entidad especializada.</li></ul>
----	--	---	---

### Sección 4. Criterios de evaluación

#### Criterios del examen preliminar

Se examinarán las Propuestas para determinar si están completas y han sido presentadas según los requisitos de la SDP, de acuerdo con la respuesta Cumple/No Cumple de los siguientes criterios:

- Firmas correspondientes
- Presentación de documentos mínimos
- Presentación de Propuesta Técnica y Propuesta Financiera (por separado y documento con contraseña)
- Validez de la propuesta
- No inclusión del Proponente en los listados de proveedores inelegibles.

#### Criterios mínimos de Elegibilidad y Calificaciones

La Elegibilidad y las Calificaciones se evaluarán con Cumple/No Cumple.

Si la Propuesta se presenta como Asociación en Participación/Consortio/Asociación, cada miembro deberá cumplir con criterios mínimos, salvo que se especifique otra cosa.

Asunto	Criterios	Requisito para la presentación del documento
<b>ELEGIBILIDAD</b>		
<b>Condición jurídica</b>	El proponente es una entidad registrada legalmente.	<p>Formulario B: Formulario de Información del Proponente</p> <p>Copia de la Escritura de Constitución de la empresa debidamente inscrita en los registros públicos correspondientes.</p> <p>Copia del Poder Legal vigente otorgado mediante escritura pública al Representante Legal del proponente, identificado en el Formulario de Presentación de la Propuesta, con las facultades para firmar la propuesta y el Contrato.</p> <p>Documento de Identificación del Representante Legal del proponente identificado en el Formulario de Presentación de la Propuesta, para firmar la propuesta.</p> <p>Relación de miembros de la Junta Directiva y sus cargos, con la debida certificación del secretario de la empresa, o un documento equivalente si el proponente no es una corporación.</p> <p>Relación de accionistas y otras entidades interesadas desde el punto de vista financiero en la empresa, que posean un 5% o más de las acciones u otros intereses, o su equivalente si el Proponente no es una corporación.</p>



Al servicio  
de las personas  
y las naciones

<p><b>Asociación en participación, Consorcio o Asociación</b></p>	<p>Las empresas extranjeras deberán de contar con un socio nacional, quien cuente con la experiencia en el contexto hondureño, cuyo objetivo es la representación legal y técnica.</p> <p>Las firmas que se presenten como Asociación en participación, Consorcio o Asociación, además de acompañar el <b>Formulario B</b>: Formulario de Información del proponente de cada una de ellas, acompañarán el <b>Formulario C</b>: Formulario de Información de la Asociación en Participación, el Consorcio o la Asociación y el <b>Contrato</b> asociativo pertinente o el compromiso de constitución en caso de resultar adjudicatario, de acuerdo a las siguientes condiciones.</p> <p>El compromiso de constitución podrá otorgarse en instrumento privado con firmas certificadas, mientras que el contrato constitutivo del mismo deberá otorgarse por instrumento público y, además de lo requerido por sus regímenes particulares, contener expresamente:</p> <p>a. La determinación de su objeto que deberá coincidir con el de la presente invitación, indicando concretamente las actividades y medios para su realización.</p> <p>b. El compromiso expreso de cada uno de sus integrantes de asumir la responsabilidad principal, solidaria e ilimitada por todas y cada una de las obligaciones emergentes de la presente invitación; de la adjudicación y cualquier obligación contractual por el plazo de duración del contrato.</p> <p>c. El compromiso de mantener la vigencia del contrato asociativo por un plazo igual o superior al fijado para el cumplimiento de todas las obligaciones emergentes de esta invitación.</p> <p>d. El compromiso de no introducir modificaciones en los estatutos de las empresas integrantes que importen una alteración de la responsabilidad, sin la aprobación previa y expresa de PNUD.</p> <p>e. El compromiso de actuar exclusivamente bajo la representación unificada establecida en sus respectivos contratos constitutivos.</p> <p>f. El nombre, razón social o denominación, el domicilio y los datos de la inscripción registral del contrato o estatuto de la matriculación o individualización, en su caso que corresponda a cada uno de los miembros. En caso de sociedades, la relación de la resolución del órgano social que aprobó la celebración del contrato asociativo, así como su fecha y número de acta.</p> <p>g. La constitución de un domicilio especial para todos los efectos que deriven del contrato asociativo, tanto entre las partes como respecto de terceros.</p>	<p>Formulario B: Formulario de Información del Proponente.</p> <p>Formulario C: Formulario de Información de la Asociación en Participación, el Consorcio o la Asociación (si aplica)</p> <p>Contrato Asociativo debidamente registrado o Compromiso de Constitución con firmas certificadas</p>
---	---	--



	<p>h. Las contribuciones debidas al fondo común operativo y los modos de financiar o sufragar las actividades comunes en su caso.</p> <p>i. El nombre y domicilio del representante. El representante tendrá los poderes suficientes de todos y de cada uno de los miembros para ejercer los derechos y contraer las obligaciones que hicieren a la ejecución de todas las obligaciones emergentes de la presente invitación.</p> <p>j. La proporción o método para determinar la participación de las empresas en la distribución de los resultados o, en su caso, los ingresos y gastos de la unión.</p> <p>k. Las normas para confección de estados de situación, a cuyo efecto los administradores, llevarán, con las formalidades establecidas por la legislación aplicable a dicha asociación, los libros habilitados a nombre del consorcio o asociación en participación que requieran la naturaleza e importancia de la actividad común.</p> <p>l. Las sanciones por incumplimiento de obligaciones. En el caso que el Proponente adjudicatario haya presentado un compromiso de constitución, deberá acompañar el Contrato Constitutivo definitivo y la inscripción en el registro público de comercio como requisito previo al perfeccionamiento del contrato.</p>	
<b>Elegibilidad</b>	El Proponente no está suspendido, ni excluido, ni de otro modo identificado como inadmisibles por ninguna Organización de las Naciones Unidas, el Grupo del Banco Mundial ni ninguna otra Organización internacional de acuerdo con la cláusula 3 de la SDP.	Formulario A: Formulario de Presentación de Propuesta Técnica
<b>Conflicto de intereses</b>	De acuerdo con la cláusula 4 de la SDP, no debe haber conflictos de intereses.	Formulario A: Formulario de Presentación de Propuesta Técnica
<b>Quiebra</b>	El Proponente no ha sido declarado en quiebra ni está involucrado en alguna quiebra o procedimiento de administración judicial y no tiene sentencia judicial o acción legal pendiente que pudiera poner en peligro sus operaciones en el futuro previsible.	Formulario A: Formulario de Presentación de Propuesta Técnica
<b>Certificados y Licencias</b>	Carta oficial de Nombramiento como representante local, si el Proponente presenta una Propuesta en nombre de una entidad ubicada fuera del país <b>(Si aplica)</b> ;	<p>Carta oficial de Nombramiento como representante local, si el Proponente presenta una Propuesta en nombre de una entidad ubicada fuera del país <b>(Solo si aplica)</b>;</p> <p>Perfil de la Empresa, que no debe superar las quince (15) páginas, que deberá incluir, la información sobre la identidad y los antecedentes</p>



Al servicio  
de las personas  
y las naciones

		<p>institucionales de la empresa, localización de oficinas, páginas web disponibles, equipos y tecnologías disponibles del Proponente, etc.</p> <p>Presentar Registro Tributario Nacional (RTN) o documento que haga sus veces, en el caso de empresas extranjeras.</p> <p>Certificado de registro/pago fiscal emitido por la Autoridad de Ingresos Internos que demuestre que el Proponente está al día con sus obligaciones de pago de impuestos, o certificado de desgravación fiscal, si es que el Proponente goza de dicho privilegio.</p> <p>Constancia bancaria a nombre del Proponente con los datos necesarios para la realización de transferencia bancaria.</p> <p>Formulario J: Solicitud de Ingreso / Modificación de Vendor.</p>
<b>CALIFICACION</b>	Para demostrar el cumplimiento de los requisitos, los proponentes deberán de <u>incluir todos los documentos</u> que se enumeran en el Formulario B: Formulario de Información del Proponente	Formulario B: Formulario de Información del Proponente.
<b>Historial de contratos incumplidos<sup>1</sup></b>	El incumplimiento de un contrato que no sea resultado del incumplimiento del contratista durante los últimos 3 años.	Formulario D: Formulario de Calificación
<b>Historial de litigios</b>	Historial no consistente de fallos judiciales/arbitrajes contra el Proponente durante los últimos 5 años.	Formulario D: Formulario de Calificación

<sup>1</sup> El incumplimiento, según lo decidido por el PNUD, incluirá todos los contratos en los que: (a) el contratista no haya denunciado el incumplimiento, incluso mediante la remisión al mecanismo de resolución de disputas conforme al respectivo contrato, y (b) los contratos hayan sido denunciados y totalmente resueltos. El incumplimiento no incluirá los contratos en los que el mecanismo de resolución de disputas haya invalidado la decisión de los Empleadores. El incumplimiento debe basarse en toda la información sobre disputas o litigios totalmente resueltos, por ejemplo, una disputa o un litigio que se haya resuelto de conformidad con el mecanismo de resolución de disputas según el contrato en cuestión y donde se hayan agotado todas las instancias de apelación disponibles para el Proponente.



<p><b>Experiencia previa</b></p>	<p>La empresa deberá de contar con un mínimo de 10 años de experiencia en el sector de publicidad, marketing o comunicaciones.</p> <p>Se requiere como mínimo de tres (3) contratos de campañas masivas de comunicación de valor <b>(en conjunto no menor a USD 700,000.00)</b>, naturaleza (por lo menos uno de los contratos debe ser de temáticas sociales, ambientales, en derechos humanos o gobernabilidad) y complejidad (que en por lo menos dos contratos se hayan requerido servicios multidisciplinarios, por ejemplo: equipo creativo, equipo de diseño, equipo de gestión de prensa, equipo de redes sociales, etc.), en los últimos 5 años (finalizados o con más del 80% del contrato ejecutado).</p> <p><i>(En caso de Asociación en Participación/Consortio/Asociación, los criterios se considerarán de manera acumulativa).</i></p>	<p>Formulario D: Formulario de Calificación</p> <p>La experiencia será acreditada mediante la presentación de copia de contratos o certificación/constancia de clientes con la siguiente información: fecha de inicio y finalización del contrato (si aún no ha finalizado deberá de indicar el porcentaje que a la fecha se ha ejecutado), duración del contrato, valor expresado en cifras, nivel de satisfacción (malo, bueno, muy bueno, excelente), naturaleza del servicio, complejidad del servicio, entre otros. Indicar nombre, número de teléfono y correo electrónico de la persona contacto.</p> <p>Presentar el organigrama de la empresa con indicación de puestos.</p>
<p><b>Posición financiera</b></p>	<p><b>Facturación anual promedio mínimo de USD1,050,000.00 durante los últimos 3 años</b> (de acuerdo con la Tasa ONU vigente a partir del 01 de noviembre de 2020: US\$1.00 = L.24.25)</p> <p><i>(Para Asociación en Participación/Consortio/Asociación, el criterio se considerará de manera acumulativa de las empresas asociadas).</i></p> <p>Balances Generales auditados correspondientes a los tres últimos ejercicios contables cerrados (2017, 2018 y 2019 o 2018, 2019 o 2020).</p> <p>Los índices financieros de liquidez y endeudamiento mínimos requeridos son los siguientes:  <b>Índice de Liquidez: Activo Corriente/Pasivo Corriente: Mayor que 1.0</b>  <b>Índice de Endeudamiento: Pasivo Total/Activo Total: Menor que 1.0</b>  <i>(Para Asociación en Participación/Consortio/Asociación, el criterio se considerará para de manera acumulativa de las empresas asociadas).</i></p>	<p>Formulario D: Formulario de Calificación</p> <p>Formulario D: Formulario de Calificación</p> <p>Balances Generales auditados correspondiente a los tres últimos ejercicios contables cerrados (2017, 2018 y 2019 o 2018, 2019 y 2020).</p>



Al servicio  
de las personas  
y las naciones

<p><b>Evaluación Técnica</b></p>	<p>Las propuestas técnicas se evaluarán según el criterio de evaluación indicados más adelante.</p>	<p>Formulario E: Formulario Propuesta Técnica</p> <p>Presentación de un portafolio o dossier (virtual) de la empresa, con énfasis en los trabajos de campañas sociales más relevantes realizadas en los últimos cinco años; por cada trabajo incluido en el dossier deberá describir:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Nombre de la campaña</li> <li>b) Año de la campaña</li> <li>c) Duración de la campaña (del mes/día al mes/día)</li> <li>d) Cliente (nombre de la organización, nombre y correo electrónico de la persona contacto)</li> <li>e) Naturaleza/Descripción de la campaña</li> <li>f) Público meta</li> <li>g) Impactos y logros de la campaña</li> <li>h) Monto de la campaña</li> </ul> <p>Listado de Clientes Corporativos</p> <p>Copia de los premios en el sector publicidad/ medios/ marketing/ recibidos (si tuviese)</p> <p>Copia de certificación ISO 14001 o ISO 14064 o equivalente relacionada a la Gestión Ambiental (si tuviese)</p> <p>Copia sucinta de documentos internos de políticas de campaña sobre el empoderamiento de las mujeres, las energías renovables, afiliación a instituciones comerciales que promueven estos temas, etc. que demuestren el compromiso</p>
----------------------------------	---	---



Al servicio  
de las personas  
y las naciones

		de la organización con la sostenibilidad (si tuviese)
<p><b>Personal Clave</b></p>	<p>Calificación del personal clave propuesto (cumple/no cumple)</p> <p><b>Ejecutivo de cuentas:</b> _Profesional con título universitario en ciencias de la comunicación, comunicación corporativa, comunicación social, marketing o afines.</p> <p>-Con un mínimo de 10 años de experiencia laboral con manejo de clientes corporativos/sector público/organizaciones internacionales.</p> <p>-Experiencia específica, en el desarrollo de campañas sociales masivas o para la movilización ciudadana mínimo 5 años.</p> <p><b>Creativo/a senior:</b> - Profesional con título universitario en grado de ciencias de la comunicación, comunicación corporativa, comunicación social, marketing o afines,</p> <p>-Con un mínimo de 8 años de experiencia en temas de conceptualización, creación de marca y campañas BTL.</p> <p>- Experiencia específica relevante en temas de proyectos sobre temas sociales, ambientales, de derechos humanos, movilización social, mínimo 2 proyectos.</p> <p><b>Diseñador/a gráfico:</b> - Profesional con título universitario en grado de diseño gráfico o afines,</p> <p>-Con un mínimo de 8 años de experiencia en el diseño de diferentes piezas gráficas tanto en formato impreso como digitales.</p> <p>- Experiencia específica relevante en el desarrollo de piezas gráficas para campañas en temas sociales, ambientales, de derechos humanos, movilización social, entre otros mínimos 2 proyectos.</p> <p><b>Relacionista público:</b> - Profesional con título universitario en periodismo, relaciones públicas o afines,</p>	<p>Hoja de vida utilizando el Formato del currículum del personal clave propuesto</p> <p>Hoja de vida utilizando el Formato del currículum del personal clave propuesto</p> <p>Hoja de vida utilizando el Formato del currículum del personal clave propuesto</p> <p>Hoja de vida utilizando el Formato del currículum del personal clave propuesto</p>

# Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo

## SOLICITUD DE PROPUESTA (SdP)



Al servicio  
de las personas  
y las naciones

	<p>-Con un mínimo de 8 años de experiencia gestionando las relaciones públicas de empresas, institucionales u organismos internacionales.</p> <p>- Experiencia específica relevante en la gestión de comunicación externa, gestión de relación con medios con una amplia red de contactos de prensa mínimos 2 proyectos</p> <p><b>Planner de medios tradicionales y digitales:</b></p> <p>- Profesional con título universitario en ciencias de la comunicación, comunicación corporativa, comunicación social, marketing o afines,</p> <p>-Con un mínimo de 5 años de experiencia en el desarrollo y gestión planes de medios para campañas y de estrategias de marketing digital.</p> <p>-Experiencia específica en el desarrollo de campañas digitales, en las plataformas de pauta paga: Facebook, Google, Youtube, Twitter, entre otros.</p>	<p>Hoja de vida utilizando el Formato del currículum del personal clave propuesto</p>
<p><b>Evaluación Financiera</b></p>	<p>Se refiere a el método de puntuación combinada que estará basado en la combinación del puntaje técnico y el puntaje financiero. Con una ponderación de 70% - 30%</p>	<p>Formulario F: Formulario de Presentación de Propuesta Financiera</p> <p>Formulario G: Formulario de Propuesta Financiera que deberá incluir el desarrollo del <b>Ejercicio de Simulación de Plan de Medios</b> completo, es decir, con las Tarifas Unitarias y el Precio Total ofertado por cada Medio, incluyendo el Cuadro Resumen Consolidado - Tabla 1).</p>



### Criterios de la evaluación técnica

Resumen de los formularios de evaluación de la Propuesta Técnica		Puntos obtenibles
1.	Calificación, capacidad y experiencia del Proponente	15
2.	Metodología, enfoque y plan de aplicación propuestos	40
3.	Estructura de gestión y personal clave	15
<b>Total</b>		<b>70</b>

Sección 1. Calificación, capacidad y experiencia del Proponente		Puntos obtenibles
1.1	<p><u>Calificación:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencia en el sector de publicidad, marketing o comunicaciones: Mínimo 10 años (cumple/no cumple) Más de 10 a 15 años: 1 punto Más de 15 años: 2 puntos</li> </ul>	2
1.2	<p><u>Experiencia:</u></p> <p>Realización de Campañas Sociales: 1 campaña: cumple/no cumple 2 campañas: 1 punto Mas de 2 campañas: 2 puntos</p> <p><u>Experiencia específica:</u></p> <p>Cliente ha sido una institución pública: 1 punto</p> <p>Cliente ha sido una agencia de cooperación, organismo no gubernamental u organismo internacional: 1 punto</p> <p>Experiencia internacional (fuera del domicilio del proponente): 1 punto</p> <p>En Honduras a nivel nacional trabajando con minorías étnicas remotas (Miskita, Garífuna, Tolupán, Tawakha u otras): 1 punto</p>	6
1.3	<p><u>Capacidad:</u></p> <p>El portafolio o dossier (virtual) describe: Los servicios provistos a un cliente anterior incluido en el portafolio o dossier contienen el detalle de por lo menos tres diferentes servicios (concepto creativo, gestión de prensa, producción audiovisual, marketing digital y redes sociales): 1 punto por cada servicio detallado hasta llegar a un máximo de 3 puntos.</p>	6



	Al menos un listado de clientes corporativos = 0.5 punto por cada cliente corporativo hasta un máximo de 2 puntos. Premios recibidos en el sector publicidad/medios/marketing = 0.5 puntos por cada premio hasta un máximo de 1 punto	
1.4	<u>Compromiso organizacional con la sostenibilidad:</u> - La organización cumple con ISO 14001 o ISO 14064 o equivalente relacionada a Gestión Ambiental – 0.25 puntos - La organización es miembro del Pacto Mundial de la – 0.25 puntos - La organización demuestra un compromiso significativo con la sostenibilidad a través de otros medios: 0.25 punto por cada ejemplo demostrado mediante documentación de respaldo hasta un máximo de 0.5 punto, por ejemplo, documentos internos de políticas de la compañía sobre el empoderamiento de las mujeres, las energías renovables o la afiliación a instituciones comerciales que promueven estos temas.	1
<b>Total Sección 1</b>		<b>15</b>
<b>Sección 2. Propuesta Metodológica y Creativa</b>		<b>Puntos obtenibles</b>
2.1	¿Se describe de manera clara y a profundidad la propuesta creativa para la Fase 2 para lograr los productos definidos en los TDRs?  Incluye descripción detallada de la propuesta creativa de manera comprensible y clara, incluyendo una justificación del concepto, un slogan y mensajes fuerza para la campaña. (3 puntos) La propuesta creativa es coherente con los objetivos de la campaña y los productos esperados. (3 puntos) La propuesta creativa es original, innovadora y acorde a la realidad e idiosincrasia de la población hondureña. (2 puntos) La propuesta creativa refleja una investigación preparatoria. (2 puntos)	10
2.2	¿Se describe de manera clara y a profundidad la propuesta metodológica establecida para lograr los productos definidos en los TDRs (Fase 2)?  Incluye descripción detallada del enfoque metodológico de manera comprensible y clara (2 puntos). El enfoque metodológico es coherente con los objetivos de la campaña y los productos esperados, además, demuestra experiencia y brinda un valor agregado a la realización de la campaña (4 puntos).  El enfoque metodológico incluye estrategias diferenciadas de acuerdo con los distintos públicos objetivos, así como un enfoque de género e interculturalidad (4 puntos).	10



2.3	<p><u>¿La pieza gráfica para la Fase 2 presentada es fácilmente entendible y adaptable para canales y diferentes públicos?:</u></p> <p>La pieza gráfica comunica de manera clara y sencilla el concepto y mensaje clave de la propuesta creativa (4 puntos).</p> <p>La pieza gráfica presenta la información de manera creativa y original (2 puntos)</p> <p>La pieza gráfica está alineada con el concepto creativo y línea gráfica de la primera fase de la campaña "Campaña de Enrolamiento" (2 puntos).</p> <p>La pieza gráfica integra los mensajes vinculados a informar los protocolos y medidas de bioseguridad implementados para reducir el riesgo de contagio por COVID19 e incentivar a las personas a acudir para recibir su nuevo DNI (2 puntos).</p>	10
2.4	<p><u>¿El texto para una cuña radial para la Fase 2 presentado es creativo, claro y acorde a los objetivos de la campaña de comunicación?:</u></p> <p>El texto para una cuña radial es coherente y responde a los objetivos de la campaña. (1.5 puntos)</p> <p>El texto para una cuña radial comunica de manera clara y sencilla el concepto y mensaje clave de la campaña. (1.5 puntos)</p> <p>El texto para una cuña radial es original, innovador y acorde a la realidad e idiosincrasia de la población hondureña. (2 puntos)</p>	5
2.5	<p><u>¿El plan de trabajo presentado incluye de manera clara las actividades, responsables y plazos conforme a lo expresado en los términos de referencia?:</u></p> <p>Incluye un plan de trabajo detallado de las actividades, servicios y productos a realizar conforme a los TDRs (2 puntos).</p> <p>La secuencia de actividades y la planificación es lógica y responde a lo solicitado en los TDRs. (1 punto)</p> <p>Incluye un cronograma detallado de las actividades a realizar conforme a los TDRs (2 puntos).</p>	5
<b>Total Sección 2</b>		<b>40</b>

<b>Sección 3. Estructura de gestión y personal clave<sup>2</sup></b>			<b>Puntos obtenibles</b>
3.1	Calificación del personal clave propuesto		
3.1 a.	<b>Ejecutivo de la cuenta</b>		5
	- Título universitario en comunicación corporativa, comunicación social, marketing o afines	Cumple/ no cumple	
	- Se valorará título de postgrado o maestría preferiblemente	1	

<sup>2</sup> El personal clave podrá ser sustituido por razones internas o a requerimiento del PNUD, sustituyéndolo por una persona con las mismas o mayores calificaciones



	- Experiencia general con el manejo de clientes corporativos/sector público/organizaciones internacionales Mínimo 10 años de experiencia: cumple/no cumple Más de 10 años de experiencia: 2 puntos	2	
	- Experiencia específica en el desarrollo de campañas sociales masivas o para la movilización ciudadana (indicar en la hoja de vida cuál es su experiencia específica) Mínimo 5 años de experiencia: cumple/no cumple Más de 5 años de experiencia: 2 puntos	2	
3.1 b	<b>Creativo/a senior</b>		4
	- Título universitario en ciencias de la comunicación, comunicación corporativa, comunicación social, marketing o afines	Cumple/ no cumple	
	- Se valorará título de postgrado o maestría.	1	
	- Experiencia general en temas de conceptualización, creación de marca y campañas BTL. Mínimo 8 años de experiencia: cumple/no cumple Más de 8 años de experiencia: 1 punto	1	
	- Experiencia específica relevante en al menos 2 proyectos en temas sociales, ambientales, de derechos humanos, movilización social entre otros. (indicar en la hoja de vida cuál es su experiencia específica) Mínimo 2 proyectos de experiencia: cumple/no cumple Más de 2 proyectos de experiencia: 2 puntos	2	
3.1 c	<b>Diseñador/a gráfico</b>		2
	- Título universitario en grado de diseño gráfico o afines	Cumple/ no cumple	
	- Se valorará título de postgrado o maestría	0.25	
	- Experiencia general en el diseño de diferentes piezas gráficas tanto para formatos impresos como digitales Mínimo 8 años de experiencia: cumple/no cumple Más de 8 años de experiencia: 0.75 punto	0.75	
	- Experiencia específica relevante en el desarrollo de piezas gráficas para temas sociales, ambientales de derechos humanos, movilización social entre otros. (indicar en la hoja de vida cuál es su experiencia específica) Mínimo 2 proyectos de experiencia: cumple/no cumple Más de 2 proyectos de experiencia: 1.00 puntos	1.00	



3.1 d	<b>Relacionista público</b>		2
	- Título universitario en grado de periodismo, relaciones públicas o afines	Cumple/ no cumple	
	- Se valorará título de postgrado o maestría	0.25	
	- Experiencia general gestionando las relaciones públicas de empresas, instituciones u organismos internacionales. Mínimo 8 años de experiencia: cumple/no cumple Más de 8 años de experiencia: 0.75 punto	0.75	
	- Experiencia específica relevante en la gestión de comunicación externa, gestión de relación con medios, con amplia red de contactos en prensa. Mínimo 2 proyectos de experiencia: cumple/no cumple Más de 2 proyectos de experiencia: 1.00 puntos	1.00	
3.1 e	<b>Planner de medios tradicionales y digitales</b>		2
	- Título universitario en grado de ciencias de la comunicación, comunicación corporativa, comunicación social, marketing o afines	Cumple/ no cumple	
	- Se valorará título de postgrado o maestría	0.25	
	- Experiencia general en el desarrollo de planes de medios y estrategias de marketing digital o afines Mínimo 5 años de experiencia: cumple/no cumple Más de 5 años de experiencia: 0.75 punto	0.75	
	- Experiencia específica en el desarrollo de campañas digitales, en las plataformas de pauta paga: Facebook, Google, Youtube, Twitter, entre otros. Mínimo 2 proyectos de experiencia: cumple/no cumple Más de 2 proyectos de experiencia: 1.00 puntos	1.00	
<b>Total, Sección 3</b>			<b>15</b>

### Sección 5. Términos de Referencia (TdR)

#### **CONTRATACIÓN DE AGENCIA/EMPRESA DE COMUNICACIONES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE CAMPAÑA COMUNICACIONAL DE ENTREGA DEL DOCUMENTO NACIONAL DE IDENTIFICACIÓN (DNI)**

##### **1. ANTECEDENTES**

El Registro Nacional de las Personas es una Institución autónoma, de seguridad nacional, técnica estratégica, con personalidad jurídica, con independencia técnica, presupuestaria y financiera y es administrada por una Comisión Permanente.

La calidad del registro electoral en las últimas elecciones de noviembre del año 2017 creó una situación de conflictividad, por lo que el proyecto contribuirá a reducir algunos riesgos importantes de conflictividad electoral para las próximas elecciones al contar con un nuevo Censo Nacional Electoral (CNE) que sea considerado de mayor calidad como resultado de la transparencia y las disposiciones técnicas que sean adoptadas durante el proceso de enrolamiento biométrico digital que el Registro Nacional de las Personas (RNP) llevará a cabo en todo el país.

Con este proceso se espera registrar a más de 5.5 millones de personas que estarán en edad de votar para las próximas elecciones generales y se utilizarán procesos y tecnología biométrica de última generación para garantizar la emisión de documentos nacionales de identificación únicos y con altos niveles de confiabilidad.

A solicitud del Gobierno de Honduras, el PNUD apoyará al RNP a mejorar la eficiencia y transparencia del proceso de enrolamiento de personas en Honduras, que incluye la adquisición a gran escala, de equipos, materiales y servicios conexos para que el RNP pueda llevar a cabo el proceso masivo de enrolamiento digital biométrico de los hondureños y hondureñas presentes en el territorio nacional y que estarán en edad de votar para el proceso electoral 2020-2021.

La información se recolectará movilizándolo equipos técnicos de registradores debidamente seleccionados y entrenados, que contarán con apoyo logístico, tecnológico y administrativo adecuado a nivel nacional y acompañados de campañas de comunicación previas y durante el desarrollo de la etapa de enrolamiento.

Ciudadanos y ciudadanas en edad de votar para el proceso electoral de 2021: El principal grupo objetivo serán los hondureños y hondureñas que tendrán edad de votar para el proceso electoral de 2021. Esto implica que se enrolará a las personas que tengan 17 años en adelante y que cumplan con los requisitos que establece la ley.

Se estima que este grupo objetivo alcanza los 5.5 millones de personas, con una representación de mujeres del 51% y de hombres del 49%. Gracias a la estrategia del RNP de llevar a cabo el enrolamiento a nivel nacional, se contarán con un estimado de 6 centros de enrolamiento y 850 unidades móviles que se desplegarán en todo el país. Este despliegue logístico en combinación con una campaña de

# Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo



*Al servicio  
de las personas  
y las naciones*

información y motivación amplia y efectiva permitirá que todos los grupos de la población sean enrolados, incluyendo los pueblos indígenas y afro-hondureños.

Durante el enrolamiento y la distribución del DNI, el RNP desarrollará alianzas estratégicas y se apoyará en instancias gubernamentales, grupos de sociedad civil y universidades, entre otros sectores, para facilitar la logística, asegurar el recurso humano necesario y para informar y movilizar oportunamente a la población. El RNP también promoverá la participación de sociedad civil y de los partidos políticos para acompañar todo el proceso, de modo que pueda construirse confianza en torno a este proceso tan relevante para el futuro del país.

Un aspecto esencial para el éxito del enrolamiento será la motivación de la población para que se acerque a los multicentros y centros de enrolamiento y a las unidades móviles. En consecuencia, una campaña de información y sensibilización amplia, oportuna, diversa y constante será la piedra angular para lograr ese propósito.

Uno de los grandes retos será la motivación y movilización de la población objetivo para que se acerquen a los lugares en donde se llevará a cabo el enrolamiento digital biométrico y, posteriormente, a los lugares para recoger su nuevo DNI. En ese sentido, el RNP implementará una estrategia de comunicación que incluirá dos grandes etapas; la primera denominada "Campaña de enrolamiento" (Fase 1) y una segunda campaña, denominada "Campaña de entrega de DNI" (Fase 2).

La Campaña de Enrolamiento (Fase 1) busca sensibilizar e informar a los ciudadanos acerca de la importancia de este proceso y los beneficios de contar con un nuevo documento de identidad. Asimismo, durante esta etapa se informará a la población en qué fechas el RNP acercará los servicios a sus localidades y los requerimientos necesarios para registrarse. Esta etapa comprende seis meses de julio a diciembre de 2020.

La campaña de enrolamiento está siendo implementada por la agencia de comunicaciones, Phoenix Design AID, contratada por el PNUD. En ese sentido, Phoenix ha estado a cargo del desarrollo del concepto creativo de esta primera fase, así como de la producción de una variedad de servicios y productos de comunicación incluidos como parte de la implementación de la campaña (Para ver el concepto creativo y piezas gráficas desarrolladas revisar el Anexo 3 CAMPAÑA FASE 1 ENROLAMIENTO).

Para efectos de este contrato se está solicitando servicios y productos para la implementación de la campaña denominada "Campaña de Entrega del DNI" (Fase 2). La campaña para la fase 2 tiene como objetivo informar a los ciudadanos sobre el inicio del proceso de entrega, fechas y lugares de recojo del Documento Nacional de Identificación, conocidos como "centros de entrega de DNI (CEDNI).

## CONTEXTO COVID-19

Durante la segunda semana de marzo de 2020, se registra el primer caso de Covid-19 en Honduras, a partir de lo cual se implementaron una serie de medidas giradas por el Gobierno de cumplimiento obligatorio.

Estas medidas ocasionaron que el proyecto IDENTIFICATE tuviera que parar operaciones a nivel nacional. Es por ello, que a partir del día 11 de abril, se implementó la plataforma del SIN RNP para que los



ciudadanos puedan realizar su Pre-Registro en línea. Con esta iniciativa y a la fecha se han logrado un poco más de 840 mil personas pre registradas a nivel nacional.

En el contexto actual de crisis sanitaria generado por la expansión del COVID 19, el proyecto identificate ha desarrollado un Protocolo de Bioseguridad, que establece una serie de medidas para frenar el brote de COVID-19 y prevenir al máximo el riesgo de infección durante el desarrollo del proceso de enrolamiento y entrega del nuevo DNI. En ese sentido, es fundamental que los productos y acciones de comunicación integren mensajes y lineamientos sobre este protocolo que busca prevenir y salvaguardar la salud de los ciudadanos que se acerquen a registrarse. Es por eso que, las acciones de comunicación que se desarrollen deberán contribuir a informar sobre las medidas de seguridad que se están estableciendo y a generar la percepción de un proceso seguro a nivel sanitario.

## 2. OBJETIVO GENERAL

Desarrollar e implementar una campaña de sensibilización e información para la entrega del Documento Nacional de Identificación (DNI) (Fase 2).

## 3. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Diseñar y ejecutar una campaña de sensibilización e información para la entrega del Documento Nacional de Identificación (DNI).
- Promover la movilización y participación ciudadana en el proceso de entrega de DNI, a través de la difusión de una campaña con enfoque de género e interculturalidad, que facilite el acceso de la información a todos los grupos de interés del proyecto.
- Desarrollar productos comunicacionales para poblaciones indígenas de diferentes procedencias culturales en el país, por ejemplo; Miskita, comunidades garífunas o afrodescendientes, y otras ubicada geográficamente en el interior del país, tomando en consideración sus lenguas y sus costumbres.
- Desarrollar las piezas, productos y acciones de comunicación (afiches, spots, cuñas radiales, conferencias de prensa, monitoreo de medios, etc.) de acuerdo con los públicos objetivo.
- Gestionar, contratar, reportar y monitorear el impacto de la publicidad por diferentes medios/plataformas.
- Contribuir a la formación y sustento de un clima favorable de opinión pública sobre RNP/Identificate para la "Campaña de entrega de DNI".
- Contribuir a mejorar la imagen institucional del RNP y la credibilidad de parte de la ciudadanía en general y de grupos de interés en particular.

## 4. ACTIVIDADES

- Revisar la estrategia de comunicación de la Fase 1 "Campaña de enrolamiento" para el desarrollo de un concepto creativo para la Fase 2 "Entrega de DNI". La propuesta creativa para la segunda fase tendrá como base el concepto de la Campaña de Enrolamiento, y deberá ser una evolución

## SOLICITUD DE PROPUESTA (SdP)

de esa primera etapa, de manera que la población puede percibir claramente que es parte de un mismo proceso.

- La campaña de la fase 2 "Entrega de DNI" deberá conceptualizarse sobre la base del briefing adjunto en el **Anexo 1 ENROLAMIENTO/EMISIÓN DNI y Anexo 3 CAMPAÑA FASE 1 ENROLAMIENTO**.
- Creación de artes y piezas gráficas y audiovisuales para la campaña.
- Desarrollo de cuñas radiales, spots de tv y jingle.
- Gestión, contratación, reporte y monitoreo de la publicidad en plataformas virtuales y en medios tradicionales de cobertura nacional y regional.
- Desarrollo de un Plan de Marketing Digital que incluya una (1) campaña digital segmentada por grupos objetivos para redes sociales.
- Organización y moderación de 03 conferencias de prensa.
- Desarrollo de un manual de gestión de crisis reputacional con la finalidad de asegurar una respuesta rápida y planificada ante cualquier incidente que pudiera comprometer el éxito del proceso de registro. Así como, seguimiento para poder identificar de manera temprana posibles crisis y la asesoría para implementar el plan de contingencia en caso sea necesario.

### 5. PRODUCTOS

- **PRODUCTO 1:** Desarrollo de un concepto creativo, slogan y mensajes de la campaña multi-target para la Fase 2: "Entrega DNI", utilizando de base la línea gráfica de la Fase 1 de la campaña de "Enrolamiento", que incluya una descripción detallada del concepto para campaña multimedia y multicanal. Este producto será revisado y aprobado por el RNP y el PNUD, una vez aprobado la empresa/proveedor validará el concepto de la campaña, sus mensajes y piezas gráficas principales con el público objetivo antes de iniciar el proceso de difusión. Ver Anexo 2 DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS REQUERIDOS.
- **PRODUCTO 2:** Piezas gráficas diseñadas e impresiones:  
Diseño: 04 artes de prensa que serán publicadas en un lapso de tres meses, Diseño de 01 afiche en español, Diseño de 01 afiche "madre" para pueblos indígenas con sus cuatro (4) adaptaciones/versiones en las lenguas Miskito, Garífuna, inglés y Tolupán. Impresión de 10,000 ejemplares de un brochure informativo, el brochure diseñado será proporcionado por el RNP. Impresión de 37,000 afiches. La impresión de los 37,000 afiches se repartirá entre 5 modelos diferentes. Ver características, medidas y cantidades en Anexo 2 DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS REQUERIDOS.
- **PRODUCTO 3:** Edición, post producción, musicalización, (incluye compra de derechos de temas) de 5 cuñas multi target radiales de 30 segundos para la "Campaña Entrega del DNI" (Fase 2). Será 1 cuña "madre" en español con sus respectivas versiones en: Miskito, Garífuna, inglés y Tolupán, y un jingle de campaña de 60 segundos en español. Asimismo, se requiere la conceptualización, edición, post producción, musicalización (incluye compra de derechos de temas) de 03 spots para TV de 30 segundos. Ver características y detalles de los mismos en Anexo 2 DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS REQUERIDOS.



## SOLICITUD DE PROPUESTA (SdP)

- **PRODUCTO 4:** Gestión de Plan de medios y contratación de pauta publicitaria para para el desarrollo de la "Campaña entrega de DNI", para prensa escrita, radio y tv. Se requiere un reporte mensual de la pauta contratada con respaldos de televisión, radio y prensa (número de emisiones, días, horarios, segmentos), así como informes mensuales de pago a los medios, incluyendo las facturas canceladas. Asimismo, se requiere un informe final de los resultados obtenidos, el alcance e impactos del Plan (alcance por cada medio). Todas las acciones relacionadas al proceso de compra de pauta publicitaria en medios de comunicación serán realizadas por la empresa, previa aprobación por parte del RNP. Véase Anexo 2 DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS REQUERIDOS.
  - **PRODUCTO 5:** Desarrollo de Plan de Marketing Digital para la Fase 2 "Campaña entrega de DNI", que incluya un plan de publicaciones, desarrollo de contenidos/posts basados en los distintos públicos objetivos y para las diferentes redes (Facebook, Instagram, Twitter). Asimismo, la creación de 3 piezas gráficas cada semana siendo en total 12 piezas al mes en formatos para Facebook, Twitter, Instagram, un (1) video al mes de 15 seg. en formatos para Tik Tok, Instagram y Facebook, así como la gestión y la contratación de la pauta publicitaria para web y redes. Ver Anexo 2 DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS REQUERIDOS.
  - **PRODUCTO 6:** Coordinar e implementar tres (3) conferencias de prensa para la fase 2 "campaña entrega de DNI", así como gestionar presencia de al menos 10 principales medios en cada conferencia. Los medios a invitar serán proporcionados por el RNP e incluirán tv, radio, prensa y medios digitales. Asimismo, se deberá incluir informe post-conferencia que incluya una descripción del desarrollo del evento, número de medios que asistieron y cobertura de prensa (cuántas notas se publicaron post-evento). Ver Anexo 2 DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS REQUERIDOS.
  - **PRODUCTO 7:** Servicio de monitoreo diario de medios de comunicación (tradicional y digital) y redes sociales de personalidades por tres meses para la Fase 2 "campaña entrega de DNI". Se proporcionará una lista de personalidades y temas. Además, se requiere un informe semanal de monitoreo de todos los medios que deberá incluir posición, bloque, sección, hora de publicación, periodista y programa donde tuvo presencia la nota de la institución y la salida de la pauta contratada que deberá ser enviada de manera diaria por correo electrónico. En el caso del monitoreo digital se requiere de alertas en tiempo real, cuando sean temas que puedan tener un impacto reputacional o en el desarrollo del proceso de entrega del DNI.
- PRODUCTO 8:** Desarrollar un Plan de gestión de crisis reputacional e implementar el plan de contingencia. Se solicitará un seguimiento diario del contexto político - social vinculado al proyecto para identificar posibles crisis y propuestas de acciones de contingencia en caso sea necesario. Ver Anexo 2 DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS REQUERIDOS.
- **PRODUCTO 9:** Reuniones semanales y reporte mensual de las acciones realizadas, incluyendo el impacto de estas acciones y recomendaciones o ajustes a la campaña. Así como reporte final de toda la campaña de comunicación con los resultados alcanzados y lecciones aprendidas. El reporte se realizará de acuerdo a un formato propuesto por la agencia y aprobado por el RNP.



### 6. CALENDARIO ESTIMADO DE ENTREGA DE PRODUCTOS<sup>3</sup>

ETAPAS	FECHA DE ENTREGA
<b>ETAPA 1</b>	<b>Primera Semana de enero</b>
<p><b>PRODUCTO 1:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollo de un concepto creativo, slogan y mensajes de la campaña multi-target para la campaña “Entrega DNI” (Fase 2) y validación de concepto.</li> </ul> <p><b>PRODUCTO 4:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Revisión y Gestión del Plan de Medios entregado por RNP.</li> </ul> <p><b>PRODUCTO 5:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plan de Marketing Digital</li> </ul> <p><b>PRODUCTO 7:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Monitoreo diario de medios y redes. Debe iniciarse desde el primer día.</li> </ul> <p><b>PRODUCTO 8:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plan de Gestión de Crisis Reputacional.</li> </ul>	
<b>ETAPA 2</b>	<b>Segunda semana de enero</b>
<p><b>PRODUCTO 2:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseño de dos (2) artes de prensa.</li> <li>- Diseño de un (1) afiche en español.</li> <li>- Diseño de un (1) afiche “madre” para pueblos indígenas con sus cuatro (4) adaptaciones/versiones en las lenguas Miskito, Garífuna, inglés y Tolupán.</li> </ul> <p><b>PRODUCTO 3:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Creación de cinco (5) cuñas multitarget, que comprende una (1) cuña “madre” en español con sus cuatro (4) adaptaciones/versiones en idioma Miskito, Garífuna, inglés y Tolupán.</li> <li>- Creación y producción de un (1) jingle en español</li> <li>- Creación de (1) spot para TV de 30 segundos campaña Entrega de DNI.</li> </ul> <p><b>PRODUCTO 6:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar una (1) conferencia de prensa e informe del desarrollo de la conferencia.</li> </ul>	

<sup>3</sup> Las fechas de entrega pueden verse modificadas de acuerdo al desarrollo del proceso de identificación y campaña comunicacional.



Al servicio  
de las personas  
y las naciones

ETAPA 3	Tercera semana de enero														
<p><b>PRODUCTO 2:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La impresión de 37,000 unidades de afiches de la fase de entrega de DNI, con la siguiente distribución:</li> </ul> <table border="1" data-bbox="501 651 901 990"> <thead> <tr> <th>Idioma</th> <th>Cantidad/. Impresiones</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Inglés</td> <td>3,000</td> </tr> <tr> <td>Tolupán</td> <td>1,500</td> </tr> <tr> <td>Garífuna</td> <td>5,500</td> </tr> <tr> <td>Miskito</td> <td>10,000</td> </tr> <tr> <td>Español</td> <td>17,000</td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td><b>37,000</b></td> </tr> </tbody> </table> <p><b>PRODUCTO 3:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Creación de (1) spot para TV de 30 segundos campaña Entrega de DNI.</li> </ul>	Idioma	Cantidad/. Impresiones	Inglés	3,000	Tolupán	1,500	Garífuna	5,500	Miskito	10,000	Español	17,000	<b>Total</b>	<b>37,000</b>	
Idioma	Cantidad/. Impresiones														
Inglés	3,000														
Tolupán	1,500														
Garífuna	5,500														
Miskito	10,000														
Español	17,000														
<b>Total</b>	<b>37,000</b>														
ETAPA 4	Última semana de Enero														
<p><b>PRODUCTO 2:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseño de dos (2) artes de prensa.</li> </ul> <p><b>PRODUCTO 4:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Optimización de plan de medios para el siguiente mes e informe mensual de la pauta contratada con respaldos de televisión, radio y prensa (número de emisiones, días, horarios, segmentos), así como informe de pago a los medios, incluyendo las facturas canceladas.</li> </ul> <p><b>PRODUCTO 5:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informe de pauta publicitaria contratada en el primer mes y cronograma de publicación para el siguiente mes.</li> <li>- Diseño de 12 piezas al mes en formatos para Facebook, Twitter, Instagram. Se deberán desarrollar 03 piezas a la semana a partir de la aprobación del concepto creativo para esta campaña.</li> <li>- Creación de un (1) video al mes de 15 seg. en formatos para Tik Tok, Instagram y Facebook.</li> </ul> <p><b>PRODUCTO 7:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informe de servicio de monitoreo diario de medios de comunicación (tradicional y digital) y redes sociales de personalidades del primer mes.</li> </ul>															

# Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo

## SOLICITUD DE PROPUESTA (SdP)



Al servicio  
de las personas  
y las naciones

<p><b>PRODUCTO 8:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Informe de Gestión de Crisis Reputacional y las acciones implementadas en el primer mes, de ser el caso.</li></ul> <p><b>PRODUCTO 9:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Reporte mensual de las acciones de comunicación y recomendaciones de ajustes.</li></ul>	
<b>ETAPA 5</b>	<b>Última semana de febrero</b>
<p><b>PRODUCTO 3:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Creación de un (1) spot para televisión para la campaña “Entrega del DNI”.</li></ul> <p><b>PRODUCTO 4:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Optimización de plan de medios para el siguiente mes e informe mensual de la pauta contratada con respaldos de televisión, radio y prensa (número de emisiones, días, horarios, segmentos), así como informe de pago a los medios, incluyendo las facturas canceladas.</li></ul> <p><b>PRODUCTO 5:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Informe de pauta publicitaria digital contratada en el segundo mes y cronograma de publicación para el siguiente mes.</li><li>- Creación y diseño de 12 piezas gráficas al mes en formatos para Facebook, Twitter, Instagram.</li><li>- Creación de un (1) video al mes de 15 seg. en formatos para Tik Tok, Instagram y Facebook.</li></ul> <p><b>PRODUCTO 6:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Realizar una (1) conferencia de prensa e informe del desarrollo de la conferencia.</li></ul> <p><b>PRODUCTO 7:</b></p> <p>Informe mensual de monitoreo de medios de comunicación y de redes sociales de personalidades.</p> <p><b>PRODUCTO 8:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Informe de la gestión de crisis y las acciones implementadas en el segundo mes.</li></ul> <p><b>PRODUCTO 9:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Informe de las acciones de comunicaciones e impactos del mes y recomendaciones de ajustes.</li></ul>	



<b>ETAPA 6</b>	<b>Última semana de marzo</b>
<p><b>PRODUCTO 2:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Impresión de 10, 000 ejemplares de un brochure informativo sobre el proceso de entrega del DNI. El brochure diseñado será proporcionado por el RNP.</li> </ul> <p><b>PRODUCTO 4:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informe mensual de la pauta contratada con respaldos de televisión, radio y prensa (número de emisiones, días, horarios, segmentos), así como informe de pago a los medios, incluyendo las facturas canceladas.</li> <li>- Informe final de toda la pauta publicitaria contratada en medios tradicionales, alcances e impacto.</li> </ul> <p><b>PRODUCTO 5:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informe de pauta publicitaria contratada en el tercer mes.</li> <li>- Diseño de 12 piezas en formatos para Facebook, Twitter, Instagram.</li> <li>- Creación de un (1) video al mes de 15 seg. en formatos para Tik Tok, Instagram y Facebook.</li> <li>- Informe final de toda la pauta publicitaria contratada en redes, alcances e impacto.</li> </ul> <p><b>PRODUCTO 6:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar una (1) conferencia de prensa e informe del desarrollo de la conferencia.</li> </ul> <p><b>PRODUCTO 7:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informe de monitoreo de medios de comunicación y de redes sociales de personalidades. Informe final de los tres meses de monitoreo.</li> </ul> <p><b>PRODUCTO 8:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informe de gestión de crisis y las acciones implementadas en el tercer mes, de ser el caso. Informe final del manejo de la gestión de crisis de los tres meses.</li> </ul> <p><b>PRODUCTO 9:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informe de las acciones de comunicaciones e impactos del mes y presentar informe consolidado desde la fecha de la adjudicación hasta el cierre de la campaña</li> </ul>	



### **7. COORDINACIÓN Y SUPERVISIÓN**

El prestador de servicios estará bajo la supervisión directa del RNP y el PNUD.

### **8. CONFORMIDAD DEL SERVICIO**

La aprobación de los productos estará a cargo del PNUD y el RNP.

### **9. MONEDA DE LA PROPUESTA**

La moneda para utilizar en las propuestas deberá ser en Lempiras.

### **10. ASPECTOS LEGALES, CONFIDENCIALIDAD Y USO DE INFORMACIÓN**

La agencia contratada deberá guardar confidencialidad sobre todo el material que le sea entregado para la presentación de esta propuesta y que sea de propiedad del Proyecto Identificate/RNP. De igual forma, no podrá dar dicho material otro uso que no sirva al cumplimiento de objetivos de la presente contratación, salvo con la autorización explícita del proyecto. Favor ver las condiciones Generales de Contratación ([file:///E:/Downloads/3.%20UNDP%20GTCs%20for%20Contracts%20\(Goods%20and-or%20Services\)%20-%20Sept%202017%20%20ES%20Clean%20260618%20\(5\).pdf](file:///E:/Downloads/3.%20UNDP%20GTCs%20for%20Contracts%20(Goods%20and-or%20Services)%20-%20Sept%202017%20%20ES%20Clean%20260618%20(5).pdf))

### **11. PERÍODO DE LA CONTRATACIÓN**

La duración de la ejecución de la campaña es por un periodo estimado de 3 meses (enero a marzo 2021), con vigencia a partir de la firma de la fecha del contrato. La consultoría se realizará en la República de Honduras.

### **12. PAGOS**

Los pagos se realizarán en cada una de las 6 etapas. Conforme los servicios que han sido ejecutados y la pauta que haya sido contratada y emitida / validada en cada uno de sus informes más la comisión por gestión de pauta ofertada y adjudicada. El PNUD se encuentra exento de impuestos sobre la venta (ISV), no así los pagos que deberá de realizar la empresa que se contrate, por lo que estos impuestos deberán de ser considerados.

### **13. ANEXOS**

- ANEXO 1: BRIEF ENROLAMIENTO/EMISIÓN DNI
- ANEXO 2: DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS REQUERIDOS
- ANEXO 3: CAMPAÑA FASE 1 ENROLAMIENTO
- ANEXO 4: LINEAMIENTOS GRÁFICOS CAMPAÑA COMUNICACIONAL
- ANEXO 5: LOGOS DEL PROYECTO IDENTIFÍCATE



### **ANEXO 1** **BRIEF ENROLAMIENTO/EMISIÓN DNI**

El 1 de julio comenzó el proceso de Enrolamiento con 100 KITS disponibles en municipios piloto, que fueron distribuidos en los municipios con bajo reporte de COVID-19. En el mes de agosto se distribuyeron 1400 kits restantes para continuar realizando el proceso de enrolamiento a nivel nacional hasta diciembre 2020. A la fecha se han enrolado a más de 3.5 millones de personas.

A partir de enero de 2021 se realizará la campaña de entrega del nuevo documento de identificación nacional (DNI).

#### **Lo que busca la campaña:**

- Informar sobre las características del proceso de entrega del DNI, fechas, etapas, lugares y requisitos.
- Informar y sensibilizar a la población sobre la importancia de este proceso y los beneficios de contar con un nuevo documento de identidad.

#### **Perfil de la población:**

Está orientada a todos los perfiles de la población en los diferentes medios de comunicación masiva, digital y comunitarios.

Por lo tanto, el mercado objetivo incluye a toda la población de hombres y mujeres a partir de los 17 años en adelante (5.5 millones), residente en todo el territorio de Honduras, incluyendo las áreas rurales y urbanas, sin exclusión de género, raza, religión, profesión, participación política y grado educativo.

Habrán campañas dirigidas para:

- Jóvenes estudiantes universitarios (alrededor 200,000 de acuerdo con estudio de la UNAH<sup>2</sup>)
- Juventud hasta los 34 años
- Adultos
- Poblaciones indígenas y Afro hondureños
- Políticos y ciudadanos militantes
- Personas viviendo con discapacidad
- Adultos mayores
- LGBTI
- Mujeres
- Comunidades remotas

---

<sup>2</sup> Véase: <https://des.unah.edu.hn/dmsdocument/5996-la-educacion-superior-de-honduras-y-sus-lineas-estrategicas-de-desarrollo-pdf>

**SOLICITUD DE PROPUESTA (SdP)**

TEMAS	CONTENIDO EN COMUNICACIONES
<p>1. Motivar a la población para recoger su nuevo DNI</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La identidad legal es un derecho fundamental de todos los ciudadanos.</li> <li>• Proceso amigable y fácil.</li> <li>• Proceso seguro contra contagio por COVID 19.</li> <li>• Llega al ciudadano, por medio de las unidades móviles y las mochilas itinerantes.</li> <li>• Obligatoriedad tener un nuevo DNI.</li> <li>• Derecho a participar de los procesos electorales y elegir a tus representantes.</li> <li>• Necesario para realizar todas las gestiones personales (Bancarias, otros documentos, antecedentes penales, transacciones en línea).</li> <li>• Necesario para acceder a servicios y programas del Estado</li> </ul>
<p>2. Remarcar la importancia de la participación ciudadana para contar con un nuevo censo, con información actualizada y veraz que asegure procesos electorales transparentes y confiables. Y beneficios para el ciudadano de contar con el nuevo DNI.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Este nuevo proceso marcará un hito en el desarrollo del país.</li> <li>• La participación de todos es esencial para lograr un registro y proceso electoral exitoso.</li> <li>• El nuevo censo y documento de identidad contribuirá a fortalecer la democracia en el país.</li> <li>• El nuevo DNI permitirá el ejercicio pleno de los derechos ciudadanos.</li> <li>• El trámite es totalmente gratuito.</li> <li>• El equipo del RNP / Identifícate está preparado para llegar a todos los rincones del país.</li> </ul>
<p>3. Es un proceso moderno, inclusivo, transparente, que cuenta con tecnología de última generación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El RNP lidera un proceso moderno, eficiente, inclusivo y transparente.</li> <li>• El proceso seguirá un calendario preciso y claro con etapas y fechas establecida previamente para cada localidad.</li> <li>• El nuevo documento de identidad se producirá con tecnología biométrica de última generación y contará con avanzadas medidas de seguridad, dificultando su alteración y falsificación.</li> </ul>

**ANEXO 2**

**DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS REQUERIDOS**

**Producto 1: Desarrollo de concepto creativo de campaña “Entrega de DNI” (Fase 2)**

La propuesta creativa para la segunda fase deber ser elaborada sobre la base del concepto creativo de la Campaña de Enrolamiento (el RNP entregará a la empresa adjudicada un reporte de la primera campaña), se espera que este concepto sea una evolución de esa primera etapa, de manera que la población pueda percibir claramente que es parte de un mismo proceso. El concepto creativo debe incluir:

- Justificación del concepto: La empresa deberá sustentar la idea o concepto elegido, su pertinencia para este proceso y el resultado esperado.
- Se debe incluir el texto del mensaje principal, que visibiliza el concepto y que será comunicado y posicionado a través de la campaña, el slogan y los mensajes principales.
- Los mensajes deberán ser desarrollados bajo los valores del proyecto: cívico, moderno, inclusivo, empático en salud, y transparente.

Se deberá presentar solo una propuesta creativa la fase 2.

El objetivo de la campaña de la Fase 2 es promover la movilización de los y las ciudadanas hondureños hacia los centros de entrega del nuevo Documento de Identificación Nacional (DNI). Teniendo en cuenta que desde el inicio del proceso de enrolamiento (registro) del DNI hasta su recojo pasarán varios meses, es importante realizar una campaña que permita informar a la gente el inicio de la entrega, así como proveer la información sobre dónde, cuándo y en qué horarios recogerlo.

En ese sentido, se espera que la campaña pueda convocar y motivar a la población a cumplir con este proceso registral, apelando los beneficios de contar con el nuevo DNI, los valores del proyecto, y recalcando la importancia de este proceso para el fortalecimiento de la democracia en el país.

El tono comunicacional debe ser de cercanía, positivo, informal, utilizando un lenguaje coloquial cercano a la población y de fácil comprensión, que apele a lo emocional, resaltando el orgullo de la identidad hondureña y al mismo tiempo, claro, sencillo, e informativo, que genere credibilidad y confianza en la población.

Los mensajes deben apuntar a cuatro aspectos:

- a) Informar sobre el proceso de entrega del DNI, los horarios y lugares para el recojo del nuevo documento.
- b) Destacar la importancia de este proceso para el desarrollo del país, el fortalecimiento del Sistema de Identificación Nacional, y de la democracia de cara a las próximas elecciones.

## SOLICITUD DE PROPUESTA (SdP)

- c) Informar sobre las características del nuevo DNI (innovación, tecnología de última generación, seguridad, confiabilidad) y sobre los beneficios que traerá a los ciudadanos contar con este nuevo documento de identificación.
- d) Posicionamiento en la ciudadanía del nuevo nombre de la tarjeta: Documento Nacional de Identificación (DNI).

Una vez finalizada y aprobada la propuesta creativa para la campaña de Entrega del DNI (Fase 2) por RNP y PNUD, se requiere la realización de una validación del concepto de la campaña, sus mensajes y principales piezas gráficas con el público objetivo antes de iniciar el proceso de difusión. Los costos de esta validación deben ser cubiertos por la empresa e incluidos en su oferta.

### **PRODUCTO 2: Desarrollo de piezas gráficas e impresiones**

En el caso que se utilicen fotografías, éstas deberán ser proporcionadas por la empresa y previamente aprobadas por el RNP.

La empresa deberá contar con todos los derechos de uso de la imagen o imágenes durante todo el tiempo de duración de la campaña. RNP no se hará responsable por el uso indebido de una imagen en cualquiera de las piezas de la campaña.

#### **Prensa escrita**

Diseñar 4 avisos publicitarios tamaño página completa para prensa escrita de acuerdo a las fechas indicadas en las etapas. Los contenidos bases serán propuestos por la empresa y revisados y aprobados por el RNP. Los contenidos de estos avisos serán solo en español.

#### **Publicidad exterior para recintos**

##### Diseñar

Un modelo de afiche tamaño 11 x 17 pulgadas para fase de entrega del DNI. Será el diseño de un afiche en español y otro diseño de afiche "madre" para Pueblos Indígenas que deberá tener sus adaptaciones /versiones en los idiomas Miskito, Garífuna, inglés y Tolupán.

##### Imprimir

- Imprimir 10,000 unidades de brochures, tamaño carta, 6 caras, full color, impreso en satinado. El brochure diseñado será proporcionado por el RNP.
- Imprimir 37,000 unidades de afiches, tamaño 11x 17 pulgadas, papel cuché de 200grs. Impresión de una cara, barnizado. Se imprimirán 37,000 unidades debe ser repartidas en 5 modelos de afiches: Un afiche en español y un afiche para pueblos indígenas en 4 versiones en los idiomas: Miskito, Garífuna, inglés y Tolupán.

## SOLICITUD DE PROPUESTA (SdP)

La empresa deberá encargarse de realizar las traducciones del texto del afiche, del español a las lenguas miskito, garífuna, Tolupán e Inglés de las Islas.

La impresión deberá realizarse de acuerdo al siguiente cuadro:

Tabla 2  
Fase 2- Entrega de DNI

<b>Idioma</b>	<b>Cantidad / Impresiones</b>
Inglés	3,000
Tolupán	1,500
Garífuna	5,500
Miskito	10,000
Español	17,000
<b>TOTAL</b>	<b>37,000</b>

Todos los materiales se entregarán en las oficinas del RNP en la Ciudad de Tegucigalpa. El RNP se encargará de su distribución a nivel nacional.

### **PRODUCTO 3: Desarrollar cuñas, spots y jingles publicitarios**

#### Radio

- Se requiere la conceptualización (redacción de los guiones) edición, producción, musicalización y postproducción de 1 cuña madre de 30 segundos para la Campaña de "Entrega de DNI" en español, con sus respectivas versiones en: Miskito, Garífuna, inglés y Tolupán (5 cuñas multi target en total).
- La empresa deberá encargarse de encontrar los locutores en las lenguas nativas.
- Incluye compra de derechos de temas.

#### Jingles

- Se requiere la conceptualización (redacción de los guiones) edición, producción, musicalización y postproducción de 1 jingle de 60 segundos en español
- Incluye compra de derechos de temas.

#### Spots de TV

Se requiere la conceptualización, edición, producción, musicalización y postproducción de 03 spots para TV en idioma español de 30 segundos para la campaña de entrega del DNI. Personalizado (filmado de cero). No se realizarán versiones a otros idiomas.

## SOLICITUD DE PROPUESTA (SdP)

Cada spot debe incluir:

### **Preproducción:**

- Desarrollo de concepto creativo y guion
- Pre-producción de material
- Identificar e incluir las locaciones propuestas para la grabación (especificar cuántas y dónde)

### **Producción:**

- Elaboración de Plan de Producción
- Casting y contratación de actores
- Equipo profesional de filmación (drones, cámara, luces, trípodes, monitores, micrófono, gripería, lentes, grabadora de sonido, etc.)
- Incluir el número de días de filmación que se están considerando

### **Postproducción:**

- conversión de material
- visualización
- edición
- animaciones 2D
- musicalización (incluye compra de derechos de temas)
- locución final
- mezcla de audio
- colonización
- cortinas
- finalización
- Resolución Full HD 1080'

## **PRODUCTO 4: Gestión del Plan de medios y contratación de pauta publicitaria (Fase 2)**

RNP entregará un plan de medios a la empresa, el cual deberá ser gestionado para la difusión y contratación de pauta de los spots de tv y cuñas radiales a nivel nacional y con señal abierta o cable y regional y departamental, para la Campaña de "Entrega de DNI (Fase 2). Así como la prensa escrita a nivel nacional.

El servicio de gestión contemplará la contratación de la difusión por medio de canales de TV en los 18 departamentos del país (incluyendo Gracias a Dios). Radios (cobertura nacional, regional y departamental) en los 18 departamentos del país por un período de tres meses. Este servicio debe incluir todos los costos asociados a la referida labor, coordinar con medios, dar seguimiento y verificar que se haya implementado la pauta, y cualquier cambio para la eficiencia del servicio y contratación de pauta publicitaria.

De igual manera, se requiere la contratación de 4 medios de prensa escrita con alcance nacional para la publicación de avisos publicitarios de página completa o media página en un periodo de tres meses.

## SOLICITUD DE PROPUESTA (SdP)

El plan de medios seguirá los siguientes criterios:

- Medios de comunicaciones que representen la diversidad de públicos, tendencias y sectores de la ciudadanía del país, considerando las diferentes regiones/ departamentos.
- Medios de comunicación de alcance nacional propuestos deben contar con presencia reconocida en la métrica de Publisearch.
- Medios de comunicación y/o programación en distintas franjas horarias de acuerdo con el target de difusión.

Se requiere un reporte mensual de la pauta contratada con respaldos de televisión, radio y prensa (número de emisiones, días, horarios, segmentos), así como informes mensuales de pago a los medios, incluyendo las facturas canceladas. Asimismo, se requiere un informe mensual de efectividad de la pauta con grp, alcanzados y los deseados según la inversión, para hacer los ajustes necesarios al siguiente mes y el informe final de los resultados obtenidos y el alcance e impactos del Plan (alcance por cada medio).

El valor total de la inversión en medios deberá considerar el impuesto sobre venta. La empresa deberá indicar el porcentaje de comisión por la gestión del plan de medios, cuyo valor será asumido por RNP y no deberá ser cobrado al medio de comunicación.

### **PRODUCTO 5: Plan de Marketing Digital**

Desarrollo de Plan de Marketing Digital para la Campaña de "Entrega de DNI" por un periodo de tres meses, que incluya un plan de publicaciones, desarrollo de contenidos/posts basados en los distintos públicos objetivos y para las diferentes redes (Facebook, Instagram, Twitter). El Plan de Marketing Digital deberá contemplar un plan de inversión de pauta publicitaria en redes sociales y web, así como la gestión y contratación de la pauta.

Asimismo, la creación de 3 piezas gráficas cada semana siendo en total 12 piezas al mes en formatos para Facebook, Twitter, Instagram y 1 video animado al mes de 15 seg. para formatos Tik Tok, Instagram y Facebook. Estas piezas deberán ser parte del Plan de Publicación de contenidos.

El idioma de las piezas será en español. Las 12 piezas gráficas son el mínimo de contenidos que debe entregar la empresa como parte de su propuesta de cronograma de publicaciones para las redes.

La agencia tendrá acceso a las cuentas del RNP para poder realizar la contratación de los posts promocionales y el RNP se encargará de subir los Post orgánicos y responder a todas las consultas de los usuarios.

Las piezas gráficas semanales deberán incluir gráficas dinámicas (tipo GIF) y también estáticas.

Las fotografías que se utilicen en las gráficas deberán ser buscadas por la empresa, y de ser el caso, pagadas por la empresa. La empresa deberá contar con todos los derechos de uso de la imagen o imágenes que se utilicen durante todo el tiempo de duración de la campaña. RNP no se hará responsable por el uso indebido de una imagen en cualquiera de las piezas de la campaña.

## SOLICITUD DE PROPUESTA (SdP)

Se podrán incluir también ilustraciones como parte del diseño.

### **Publicidad para Web**

-Se requerirá el desarrollo de un plan de difusión para el sitio web del proyecto. La estrategia debe incluir la recomendación de otros sitios web donde se pueda colocar pauta para promocionar el proceso de entrega del DNI.

### **PRODUCTO 6: Organización y montaje de (3) conferencias de prensa**

Se requiere que la empresa se encargue de la organización y montajes de cuatro (3) conferencias de prensa en Tegucigalpa.

#### **A. Una conferencia de prensa (cierre del Proyecto) que deberán incluir las siguientes actividades y requerimientos técnicos:**

- Asegurar la asistencia de mínimo 10 medios de comunicación, de cobertura nacional la lista de medios será proporcionada por el RNP.
- Ser responsable de la coordinación, contratación e instalación de los siguientes detalles logísticos y tecnológicos para los eventos:
  - Contratación e instalación de requerimientos técnicos:
    - o Pantalla LED de 6x3 metros con estructura truss
    - o Video procesador de cuatro salidas y video controlado NOVA Star
    - o Audio profesional microfonía shure serie Beta
    - o Amplificación
    - o Monitor de referencia
    - o Monitoreo amplificado para la prensa
    - o iluminación para televisión a 3200 Kelvin
    - o Estructura truss para colgar iluminación a una altura de 10 metros
    - o 2 centros de carga de 12 espacios cada uno con cometida eléctrica de 40 y 50 metros para irrigar de energía los equipos.
    - o cables extensiones eléctricas y conexiones para todos los equipos
    - o Consola de luces de 6 universos con 512 canales
    - o Splitter hdmi para conexión de las tres pantallas, Circuito cerrado de televisión con switcher marca sony
    - o 2 capturadoras de video
    - o Cableado SDI
    - o 1 cámara profesionales 4k con trípode y camarógrafo profesional
    - o Monitor de piso de video de 50 pulgadas para referencia de mesa principal
    - o Consola digital de audio de 24 canales con medusa digital de 24 canales
    - o Equipo multimedia con software de video mapping para pantalla digital
    - o Equipo de streaming con operador para transmisión en vivo

## SOLICITUD DE PROPUESTA (SdP)

- Coffee break empacado de 4 boquitas 3 saladas y una dulce con sodas variadas, jugo natural y con café para 100 personas y servicio de mesero.

-Merchandising para ser entregado a los asistentes al evento, 100 personas, lápices con los logos, y USB donde se grabe una carpeta con la información del proyecto.

-La agencia de publicidad local contratada deberá entregar luego de cada conferencia, un informe que incluya una descripción del desarrollo del evento, el número de medios asistentes, así como la cobertura de prensa post evento (notas en medios sobre el evento) y la entrega del informe de ad value.

### **B. Dos conferencias de prensa deberán incluir las siguientes características**

- Asegurar la asistencia de un mínimo 10 medios de comunicación de cobertura nacional, la lista de medios será proporcionada por el RNP.

-Las conferencias se realizarán en un local del RNP y no se requerirá de coffee break. Pero si de botellas de agua para entregar a los asistentes, mínimo de 30.

- Ser responsable de la coordinación y contratación de los siguientes detalles logísticos y tecnológicos para los eventos:

- Alquiler e instalación 03 pantallas LED de 50 pulgadas, soportada en truss de aluminio
- Alquiler e instalación 04 micrófonos de cono inalámbrico
- Alquiler e instalación 10 lámparas blinder a 3200 K o 5600 K
- Alquiler e instalación 01 consola de audio con 12 canales
- Alquiler e instalación 04 bocinas amplificadas, que incluya tres retornos para periodistas

-La agencia de publicidad local contratada deberá entregar, luego de cada conferencia, un informe que incluya una descripción del desarrollo del evento, el número de medios asistentes, así como la cobertura de prensa post evento (notas en medios sobre el evento) y la entrega del informe de ad value.

### **PRODUCTO 8: Plan de gestión de crisis reputacional**

Se requiere desarrollar un manual de gestión de riesgos, con la finalidad de gestionar la imagen del Proyecto Identificate y asegurar respuesta ante cualquier incidente que pudiera poner en riesgo el éxito del proceso, tanto desde el punto de vista logístico como político. Así como, la asesoría para implementar el plan de contingencia durante el desarrollo de la campaña en caso de que fuera necesario.

La gestión adecuada y la respuesta rápida ante posibles complicaciones internas que pudieran suceder durante el proceso son clave. Para ello, el manual de manejo de crisis deberá plantear posibles riesgos reputacionales del proyecto de manera coordinada con el RNP y PNUD, y elaborar respuestas a los mismos. El Manual deberá incluir una serie de plantillas de respuestas/comunicados y la lista de acciones de contingencia.

## Formulario A: Formulario de Presentación de Propuesta Técnica

**NOTA PARA EL PROPONENTE.** Se requiere que el formulario se presente en papelería / con el membrete de la empresa

Nombre del Proponente:	[Insertar nombre del Proponente]	Fecha:	Seleccionar fecha
Referencia de laSDP:	[Insertar número de referencia de SDP]		

Los abajo firmantes ofrecemos proveer los servicios para [Insertar título de los servicios] con arreglo a su Solicitud de Propuestas No. [Insertar número de referencia de SDP] y nuestra Propuesta. Presentamos nuestra Propuesta por medio de este documento, que incluye esta Propuesta Técnica y nuestra Propuesta Financiera en un sobre cerrado separado<sup>4</sup>.

Por la presente declaramos que nuestra firma, sus filiales o subsidiarias o empleados, incluidos los miembros de una Asociación en Participación/Consortio/Asociación o subcontratistas o proveedores para cualquier parte del contrato:

- a) no están sujetos a la prohibición de adquisiciones por parte de las Naciones Unidas, incluidas, entre otras, las prohibiciones derivadas del Compendio de Listas de Sanciones del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas;
- b) no han sido suspendidos ni sancionados, no se les ha negado el acceso, ni han sido considerados inadmisibles por ninguna organización de la ONU, el Banco Mundial o cualquier otra organización internacional;
- c) no tienen conflicto de intereses de acuerdo con la cláusula 4 de la SDP;
- d) no emplean ni tienen previsto emplear a ninguna persona que sea o haya sido miembro del personal de la ONU en el último año, si dicho miembro del personal de la ONU tiene o tuvo relaciones profesionales previas con nuestra firma en calidad de miembro del personal de la ONU en los últimos tres años de servicio con la ONU (de acuerdo con las restricciones post-empleo de la ONU publicadas en ST/SGB/2006/15);
- e) no se han declarado en quiebra ni están involucrados en alguna quiebra o procedimiento de administración judicial, y no tienen sentencia judicial o acción legal pendiente que pudiera poner en peligro sus operaciones en el futuro previsible;
- f) no están involucrados en prácticas prohibidas, incluidas, entre otras, corrupción, fraude, coacción, colusión, obstrucción o cualquier otra práctica no ética, con la ONU o cualquier otra parte, ni realizan negocios de manera tal que puedan ocasionar riesgos financieros u operativos, en la reputación o de otra índole para la ONU; y aceptan los principios del Código de Conducta de Proveedores de las Naciones Unidas y adhieren a los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.
- g) aceptan los Términos y Condiciones Generales aplicables al Contrato del PNUD, en caso de adjudicación.

Declaramos que toda la información y las afirmaciones realizadas en esta Propuesta son verdaderas y aceptamos que cualquier interpretación o representación errónea contenida en ella pueda conducir a nuestra descalificación o sanción por parte del PNUD.

<sup>4</sup> O en formato electrónico con acceso protegido por contraseña

Ofrecemos prestar servicios de conformidad con los documentos de Propuesta, incluidas las Condiciones Generales del Contrato del PNUD, y de conformidad con los Términos de Referencia.

Nuestra Propuesta será válida y seguirá siendo vinculante para nosotros durante el período de tiempo especificado en la Hoja de Datos de la propuesta.

Entendemos y reconocemos que no existe obligación por su parte de aceptar ninguna Propuesta que reciba.

Yo, el abajo firmante, certifico que estoy debidamente autorizado por [Insertar nombre del Proponente] para firmar esta Propuesta y estar sujeto a ella si el PNUD la acepta.

Nombre: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_

*[Colocar el sello oficial del Proponente]*

## Formulario B: Formulario de Información del Proponente

<b>Nombre legal del Proponente</b>	[Completar]
<b>Domicilio legal</b>	[Completar]
<b>Año de registro</b>	[Completar]
<b>Información sobre el Representante Autorizado del Proponente</b>	Nombre y cargo: [Completar] Números de teléfono: [Completar] Correo electrónico: [Completar]
<b>¿Es usted un proveedor registrado en el UNGM?</b>	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No Si la respuesta es Sí, [Insertar número de proveedor de UNGM]
<b>¿Es usted un proveedor del PNUD?</b>	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No Si la respuesta es Sí, [Insertar número de proveedor de PNUD]
<b>Países donde opera</b>	[Completar]
<b>N.º de empleados de tiempo completo</b>	[Completar]
<b>Certificado de garantía de calidad (p. ej., ISO 9000 o equivalente) (Si la respuesta es afirmativa, proporcione una copia del certificado válido):</b>	[Completar]
<b>¿La Compañía en la que trabaja tiene una acreditación tal como ISO 14001 relacionada con el medioambiente? (En caso afirmativo, proporcione una copia del certificado válido):</b>	[Completar]
<b>¿La Compañía en la que trabaja tiene una Declaración escrita de su Política Medioambiental? (En caso afirmativo, proporcione una copia)</b>	[Completar]
<b>Persona de contacto: el PNUD puede ponerse en contacto con esta persona para solicitar aclaraciones durante la evaluación de la Propuesta</b>	Nombre y cargo: [Completar] Números de teléfono: [Completar] Correo electrónico: [Completar]
<b>Adjunte los siguientes documentos:</b>	Formulario A: Formulario de Presentación de Propuesta Técnica.  Formulario B: Formulario de Información del Proponente.

Formulario C: Formulario de Información de la Asociación en Participación, el Consorcio o la Asociación (únicamente si aplica).

En el caso de participar como Consorcio o Asociación, presentar Contrato Asociativo debidamente registrado o Compromiso de Constitución con firmas certificadas (únicamente si aplica).

Formulario D: Formulario de Calificaciones.

Formulario E: Formulario de Propuesta Técnica.

Formulario F: Formulario de Presentación de Propuesta Financiera.

Formulario G: Formulario de Propuesta Financiera que deberá incluir el desarrollo del Ejercicio de Simulación de Plan de Medios completo, es decir, con las Tarifas Unitarias y el Precio Total ofertado por cada Medio, incluyendo el Cuadro Resumen Consolidado - Tabla 1).

Formulario J: Formulario Solicitud de Ingreso/Modificación de Vendor.

Copia de la Escritura de Constitución de la empresa debidamente inscrita en los registros públicos correspondientes.

Copia del Poder Legal vigente otorgado mediante escritura pública al Representante Legal del proponente, identificado en el Formulario de Presentación de la Propuesta, con las facultades para firmar la propuesta y el Contrato.

Documento de Identificación del Representante Legal del proponente identificado en el Formulario de Presentación de la Propuesta, para firmar la propuesta.

Relación de miembros de la Junta Directiva y sus cargos, con la debida certificación del secretario de la empresa, o un documento equivalente si el proponente no es una corporación.

Relación de accionistas y otras entidades interesadas desde el punto de vista financiero en la empresa, que posean un 5% o más de las acciones u otros intereses, o su equivalente si el Proponente no es una corporación.

Carta oficial de Nombramiento como representante local, si el Proponente presenta una Propuesta en nombre de una entidad ubicada fuera del país (únicamente si aplica).

Perfil de la Empresa, que no debe superar las quince (15) páginas, que deberá incluir, la información sobre la identidad y los antecedentes institucionales de la empresa, localización de oficinas, páginas web disponibles, equipos y tecnologías disponibles del Proponente, etc.

Presentar Registro Tributario Nacional (RTN) o documento que haga sus veces, en el caso de empresas extranjeras.

Certificado de registro/pago fiscal emitido por la Autoridad de Ingresos Internos que demuestre que el Proponente está al día con sus obligaciones de pago de impuestos, o certificado de desgravación fiscal, si es que el Proponente goza de dicho privilegio.

Constancia bancaria a nombre del Proponente con los datos necesarios para la realización de transferencia bancaria.

Presentación de mínimo 3 contratos o certificaciones/constancias de clientes con la siguiente información: fecha de inicio y finalización del contrato (si aún no ha finalizado deberá de indicar el porcentaje que a la fecha se ha ejecutado), duración del contrato, valor expresado en cifras, nivel de satisfacción (malo, bueno, muy bueno, excelente), naturaleza del servicio, complejidad del servicio, entre otros. Indicar nombre, número de teléfono y correo electrónico de la persona contacto.

Balances Generales auditados correspondientes a los tres últimos ejercicios contables cerrados (2017, 2018 y 2019 o 2018, 2019 o 2020).

Presentación de un portafolio o dossier (virtual) de la empresa, con énfasis en los trabajos de campañas sociales más relevantes realizadas en los últimos cinco años; por cada trabajo incluido en el dossier deberá describir:

- i) Nombre de la campaña
- j) Año de la campaña
- k) Duración de la campaña (del mes/día al mes/día)
- l) Cliente (nombre de la organización, nombre y correo electrónico de la persona contacto)
- m) Naturaleza/Descripción de la campaña
- n) Público meta
- o) Impactos y logros de la campaña
- p) Monto de la campaña

Listado de Clientes Corporativos

Copia de los premios en el sector publicidad/medios/marketing recibidos (si tuviese)

Copia de certificación ISO 14001 o ISO 14064 o equivalente relacionada a la Gestión Ambiental (si tuviese)

Copia sucinta de documentos internos de políticas de campaña sobre el empoderamiento de las mujeres, las energías renovables, afiliación a instituciones comerciales que promueven estos temas, etc. que demuestren el compromiso de la organización con la sostenibilidad (si tuviese)

Presentar el organigrama de la empresa con indicación de puestos.

Hojas de vida del personal clave utilizando el formulario denominado "Formato del currículum del personal clave propuesto" incluido en las bases de la SdP:

- Ejecutivo de cuentas
- Creativo/a senior
- Diseñador/a gráfico
- Relacionista público
- Planner de medios tradicionales y digitales

## Formulario C: Formulario de Información de la Asociación en Participación/el Consorcio/la Asociación

Nombre del Proponente:	[Insertar nombre del Proponente]	Fecha:	Seleccionar fecha
Referencia de SDP:	[Insertar número de referencia de SDP]		

Debe completarse y entregarse con su Propuesta si se presenta como Asociación en Participación/Consorcio/Asociación.

N.º	Nombre del Asociado e información de contacto <i>(domicilio, números de teléfono, números de fax, dirección de correo electrónico)</i>	Proporción propuesta de responsabilidades (en %) y tipo de servicios que se realizarán
1	[Completar]	[Completar]
2	[Completar]	[Completar]
3	[Completar]	[Completar]

<p><b>Nombre del asociado principal</b></p> <p>(con autoridad para vincular a la Asociación en Participación, el Consorcio o la Asociación durante el proceso de la SDP y, en caso de que se adjudique un Contrato, durante la ejecución del contrato)</p>	[Completar]
--	-------------

Adjuntamos una copia del documento a continuación firmado por cada asociado que detalla la estructura legal probable y la confirmación de responsabilidad individual y colectiva de los miembros de dicha Asociación en Participación:

- Carta de intención para la creación de una Asociación en Participación
- un acuerdo de Asociación en Participación/Consorcio/Asociación

Por la presente confirmamos que, si se adjudica el contrato, todas las partes de la Asociación en Participación/el Consorcio/la Asociación serán responsables de manera individual y colectiva ante el PNUD por el cumplimiento de las disposiciones del Contrato.

Nombre del asociado:

\_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

## Formulario D: Formulario de Calificación

Nombre del Proponente:	[Insertar nombre del Proponente]	Fecha:	Seleccionar fecha
Referencia de SDP:	[Insertar número de referencia de la SDP]		

Si es Asociación en Participación, Consorcio o Asociación, debe ser completado por cada asociado.

### Incumplimiento de Contrato Histórico

No se produjo incumplimiento de contratos durante los últimos 3 años

Contratos incumplidos durante los últimos 3 años

Año	Porción de incumplimiento del contrato	Identificación de contrato	Monto total del contrato (valor actual en USD)
		Nombre del Cliente: Dirección del Cliente: Motivos de incumplimiento:	

### Historial de litigios (incluidos litigios pendientes)

Sin historial de litigios durante los últimos 3 años

Historial de litigios como se indica a continuación

Año de disputa	Monto en disputa (en USD)	Identificación de contrato	Monto total del contrato (valor actual en USD)
		Nombre del Cliente: Dirección del Cliente: Asunto en disputa: Parte que inició la disputa: Estado de la disputa: Parte adjudicada, en caso de resolución:	

## Experiencia relevante previa

Enumere sólo contratos similares anteriores completadas correctamente en los últimos 3 años.

Enumere sólo aquellos contratos para las cuales el Proponente fue legalmente contratado o subcontratado por el Cliente como empresa o como uno de los asociados del Consorcio o de la Asociación en Participación. Las actividades y tareas completadas por los expertos individuales independientes del Proponente o a través de otras empresas no pueden ser presentadas como experiencia relevante del Proponente ni de los asociados o sub-consultores del Proponente, pero pueden ser reivindicadas por los Expertos mismos en sus currículums. El Proponente debe estar preparado para fundamentar la experiencia reivindicada presentando copias de los documentos y referencias relevantes, si así lo solicita el PNUD.

Nombre del proyecto y país de asignación	Detalles de contacto del cliente y referencia	Valor del contrato	Período de actividad y estado	Tipos de actividades realizadas

Los Proponentes también pueden adjuntar sus propias Hojas de Datos del Proyecto con más detalles sobre las asignaciones mencionadas anteriormente.

Se adjunta la declaración de desempeño satisfactorio de los 3 (tres) Clientes principales o más.

## Posición financiera

<b>Facturación anual durante los últimos 3 años</b>	Año	USD
	Año	USD
	Año	USD
<b>Última calificación crediticia (si corresponde); indique la fuente</b>		

Información financiera (en equivalente a USD)	Información histórica de los últimos 3 años		
	Año 1	Año 2	Año 3
	<i>Información del balance</i>		
Activos totales (AT)			
Pasivos totales (PT)			
Activos circulantes (AC)			
Pasivos circulantes (PC)			
	<i>Información del estado de ingresos</i>		
Ingresos totales/brutos			

Ganancias antes de impuestos			
Utilidad neta			
Índice de Solvencia			

Se adjuntan copias de los estados financieros auditados (balances, incluidas todas las notas relacionadas y estados de ingresos) durante los años requeridos anteriormente que cumplen con las siguientes condiciones:

- a) Deben reflejar la situación financiera del Proponente o la parte hacia una Asociación en Participación, y no empresas asociadas o matrices.
- b) Los estados financieros históricos deben estar auditados por un contador público certificado.
- c) Los estados financieros históricos deben corresponder a períodos contables ya completados y auditados. No se aceptarán estados por períodos parciales.

## Formulario E: Formato de Propuesta Técnica

Nombre del Proponente:	[Insertar nombre del Proponente]	Fecha:	Seleccione Fecha
Referencia de SDP:	[Insertar número de referencia de SDP]		

La propuesta del Proponente debe organizarse de manera que siga este formato de Propuesta Técnica. Cuando se le presente al proponente un requisito o se le solicite que use un enfoque específico, el proponente no sólo debe declarar su aceptación, sino también describir cómo pretende cumplir con los requisitos. Cuando se solicite una respuesta descriptiva, si esta no se proporciona, se considerará que no cumple con todos los requisitos solicitados.

### SECCIÓN 1: Calificación, capacidad y experiencia del Proponente

- 1.1 Breve descripción de años de experiencia como Agencia/Empresa de publicidad
- 1.2 Descripción de la experiencia en campañas sociales ya sea nacional o internacionalmente, su experiencia con diferentes instituciones públicas, agencias de cooperación, organismos no gubernamentales u organismos internacionales; además de su experiencia trabajando con minorías étnicas remotas (Miskita, Garífuna y/o Tawakha)
- 1.3 Incluir un Portafolio o dossier (virtual) de la empresa, con énfasis en los trabajos de campañas sociales más relevantes realizadas en los últimos cinco años:

No.	Nombre de Campaña	Año	Duración (mes/año)	Cliente	Descripción de la Campaña	Publico meta	Impactos y logros de la Campaña	Monto de la Campaña	Detalle de los servicios incluidos en esta campaña

- 1.4 Incluir listado de clientes corporativos (nombre de la empresa, razón social, nombre del enlace y correo electrónico).
- 1.5 Incluir listado de premios recibidos en el sector publicidad/medios/marketing
- 1.6 Incluir certificaciones ISO relacionadas a la Gestión Ambiental, evidencia que forman parte del Pacto Mundial y documentación que demuestre su compromiso con la sostenibilidad, por ejemplo, documentos internos de políticas de la compañía sobre el empoderamiento de las mujeres, las energías renovables o la afiliación a instituciones comerciales que promueven estos temas.

### SECCIÓN 2: Metodología, enfoque y plan de ejecución propuestos

En esta sección el proponente deberá presentar la metodología que empleará para la ejecución del Servicio, el mismo que deberá incluir de manera obligatoria lo siguiente:

- 2.1 Detalle en su propuesta técnica el concepto creativo para la Fase 2, su justificación, incluir una propuesta de slogan y mensajes fuerza, la cual deberá de ser coherente con los objetivos de la campaña y los productos esperados, así como original, innovadora y acorde con la realidad e idiosincrasia de la población hondureña.
- 2.2 Detalle en su propuesta técnica la metodología para lograr los objetivos de la campaña y los productos esperados para la Fase 2, que incluya estrategias diferenciadas de acuerdo a los distintos públicos objetivos, así como un enfoque de género e interculturalidad.
- 2.3 Presente una pieza gráfica para la campaña de la Fase 2 de Entrega del DNI en un formato de jpg o pdf con un volumen máximo de 45MB.
- 2.4 Presente un texto para una cuña radial para la campaña de la Fase 2 de Entrega del DNI.
- 2.5 Presente un plan de trabajo detallado con actividades, servicios, productos, etc., con su cronograma para el desarrollo de la campaña

### **SECCIÓN 3: Estructura de gestión y personal clave**

- 3.1 Describa el enfoque de gestión global en relación con la planificación y la ejecución del proyecto. Incluya un organigrama de la gestión del proyecto que describa la relación de los puestos y las designaciones clave. Proporcione una hoja de cálculo que muestre las actividades de cada miembro del personal y el horario asignado para su participación. **Se solicita se presente la participación de cada miembro del personal en base a horas de trabajo invertidos en el Proyecto.**
- 3.2 Calificaciones del personal clave: Proporcione los currículos del personal clave del que dispone para la ejecución de este proyecto. Los currículos deben demostrar las calificaciones en ámbitos significativos para el alcance de los servicios.
- 3.3 Para cada persona propuesta se debe presentar lo siguiente:  
Cargo del personal propuesto: Nombre del Profesional propuesto; Profesión; Años de Experiencia General; Años de experiencia específica. Por favor utilice el “Formato del currículum del personal clave propuesto” que se presenta a continuación.
- 3.4 No se aceptará la sustitución de personal una vez que el contrato haya sido adjudicado, excepto en circunstancias extremas y con la aprobación por escrito del PNUD. Si la sustitución es inevitable, lo será por una persona que, en opinión del PNUD/RNP, sea al menos tan experimentada como la persona que reemplaza, y estará en todo caso sujeta a la aprobación del PNUD/RNP. No podrá derivarse ningún aumento de costos como resultado de una sustitución.

## Formato del currículum del personal clave propuesto

<b>Nombre del personal</b>	[Insertar]
<b>Asignación para esta consultoría</b>	[Insertar]
<b>Nacionalidad</b>	[Insertar]
<b>Dominio del idioma</b>	[Insertar]
<b>Educación/Calificación</b>	<i>[Resumir la educación superior/universitaria y especializada del miembro del personal, indicando los nombres de las instituciones, las fechas de asistencia y los títulos y Calificación obtenidas].</i>
	[Insertar]
<b>Certificaciones profesionales</b>	<i>[Proporcionar detalles de las certificaciones profesionales relevantes para el alcance de los servicios].</i>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nombre de la institución: [Insertar]</li> <li>▪ Fecha de certificación: [Insertar]</li> </ul>
<b>Registro/experiencia laboral</b>	<i>[Enumerar todos los cargos ocupados por el personal (comenzando con la posición actual, enumerar en orden inverso), indicando fechas, nombres de las organizaciones empleadoras, título del puesto ocupado y ubicación del empleo. Para la experiencia en los últimos cinco años, detalle el tipo de actividades realizadas, el grado de responsabilidades, la ubicación de las asignaciones y cualquier otra información o experiencia profesional que se considere pertinente para esta asignación].</i>
	[Insertar]
<b>Referencias</b>	<i>[Proporcionar nombres, direcciones, teléfono, e información de contacto de correo electrónico para dos (2) referencias]</i>
	Referencia 1: [Insertar]  Referencia 2: [Insertar]

Yo, el abajo firmante, certifico, según mi leal saber y entender, que estos datos describen correctamente mi Calificación, experiencia y otra información relevante sobre mi persona.

\_\_\_\_\_  
Firma del personal

\_\_\_\_\_  
Fecha (Día/Mes/Año)

## Formulario F: Formulario de Presentación de Propuesta Financiera

Nombre del Proponente:	[Insertar nombre del Proponente]	Fecha:	Seleccionar fecha
Referencia de SDP:	[Insertar número de referencia de la SDP]		

Los abajo firmantes ofrecemos proveer los servicios para [Insertar título de los servicios] con arreglo a su Solicitud de Propuestas No. [Insertar número de referencia de SDP] y nuestra Propuesta. Presentamos nuestra Propuesta por medio de este documento, que incluye esta Propuesta Técnica y nuestra Propuesta Financiera<sup>5</sup>.

**La propuesta financiera corresponde a la suma de la Tabla No. 1 (Ejercicio de Simulación) más la Tabla No. 2 (Servicios Solicitados).** Por lo tanto, la Propuesta Financiera adjunta es por la suma de [Insertar el monto en palabras y cifras]. Lo cual corresponde al precio fijo.

Nuestra Propuesta será válida y seguirá siendo vinculante para nosotros durante el período de tiempo especificado en la Hoja de Datos de la propuesta.

Entendemos que no existe obligación por su parte de aceptar ninguna Propuesta que reciba.

Nombre: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_

[Colocar el sello oficial del Proponente]

---

<sup>5</sup> Tome nota que es OBLIGATORIO indicar en el etendering que el precio de su oferta es por UN LEMPIRA (L 1.00) esto debido a que este proceso es en dos etapas, la primera etapa de evaluación preliminar y técnica, y UNICAMENTE las empresas que cumplan con los requerimientos y obtengan un mínimo de 70% podrán ser evaluadas económicamente, es decir es un proceso en lo que anteriormente se le conocía como de "dos sobres", además el archivo que contenga su propuesta financiera DEBE de estar protegido con una contraseña, únicamente a las empresas que obtuvieron más de 70% se le solicitará dicha contraseña mediante correo electrónico (ver numeral 22.6 "Presentación por eTendering" pág. 12)

## Formulario G: Formulario de Propuesta Financiera

Nombre del Proponente:	[Insertar nombre del Proponente]	Fecha:	Seleccionar Fecha
Referencia de SDP:	[Insertar número de referencia de SDP]		

El Proponente debe preparar la Propuesta Financiera siguiendo el formato a continuación y enviarla en un archivo por separado de la Propuesta Técnica, este archivo por separado debe de contar con contraseña de, como se indica en las Instrucciones para los Proponentes<sup>6</sup>. Cualquier información financiera proporcionada en la Propuesta Técnica conducirá a la descalificación del Proponente. La Propuesta Financiera debe estar alineada con los requisitos en los Términos de Referencia y la Propuesta Técnica del Proponente.

### Moneda de la propuesta: Lempiras HNL (Sumatoria de Tabla No. 1 + Tabla No. 2)<sup>7</sup>

El Proponente deberá preparar su Propuesta Financiera tomando en consideración los requisitos de la SDP. Todos los requisitos que estén descritos en la Propuesta Técnica pero cuya oferta no figure en el Formulario de Propuesta Financiera se considerarán incluidos en los precios de otras actividades o productos, así como en el precio final total.

La propuesta financiera se divide en dos partes<sup>8</sup>:

**1ra. Parte: Ejercicio de Simulación de Pauta a ser contratada** (se aclara que ésta solamente es una simulación y se han tomado al azar algunos medios de comunicación, esto no significa que serán los medios a ser contratados o por otro lado que serán los únicos medios a contratar durante la campaña). El porcentaje de comisión (en general o para cada uno de los medios indicados en la tabla resumen: medios tradicionales y medios digitales) es la comisión que será permitida durante la vigencia del contrato - Tabla No. 1.

Forma parte de la **Propuesta Financiera**, el Ejercicio de Simulación de Plan de Medios completo desarrollado por el Proponente, es decir, con las Tarifas Unitarias y el Precio Total ofertado por cada Medio indicado en el Plan (TV Nacional, Radio Nacional, TV Regional, Radio Regional y Prensa Escrita) que sirven como base para obtener los valores indicados en la **Tabla No. 1 – Resumen Ejercicio de Simulación Plan de Medios**, por lo cual es obligatoria su presentación.

### 2da. Parte: Servicios solicitados conforme Productos – Tabla No. 2

<sup>6</sup> Tome nota que es OBLIGATORIO indicar en el etendering que el precio de su oferta es por UN LEMPIRA (L 1.00) esto debido a que este proceso es en dos etapas, la primera etapa de evaluación preliminar y técnica, y UNICAMENTE las empresas que cumplan con los requerimientos y obtengan un mínimo de 70% podrán ser evaluadas económicamente, es decir es un proceso en lo que anteriormente se le conocía como de “dos sobres”, además el archivo que contenga su propuesta financiera DEBE de estar protegido con una contraseña, únicamente a las empresas que obtuvieron más de 70% se le solicitará dicha contraseña mediante correo electrónico (ver numeral 22.6 “Presentación por eTendering” pág. 12)

<sup>7</sup> Este monto será tomado en cuenta para efectos de evaluación y determinar la oferta evaluada con menor precio.

<sup>8</sup> El PNUD se encuentra exento del pago del ISV por lo que exonerará los pagos que se realicen directamente a la empresa contratada, no así los servicios que directamente contrate la empresa, es decir que estos servicios que contrate la empresa deberán de incluir el ISV.

**Tabla No. 1 – Resumen Ejercicio de Simulación Plan de Medios**  
**(Ver Ejercicio de Simulación adjunto a la SdP también en formato Excel para facilitar el llenado)<sup>9</sup>**

<b>PAUTA EN MEDIOS TRADICIONALES</b>	<b>TOTAL POR MEDIO en Lempiras</b>
TV NACIONAL	
RADIO NACIONAL	
TV REGIONAL	
RADIO REGIONAL	
PRENSA ESCRITA	
<b>SUB TOTAL PAUTA EN MEDIOS TRADICIONALES:</b>	
Comisión por Gestión y Contratación de Pauta Publicitaria en Medios Tradicionales <b>(indicar %)*</b>	
Comisión por Gestión y Contratación de Pauta Publicitaria en Medios Tradicionales <b>en Lempiras (L)</b> (=subtotal por medios tradicionales x % de comisión de gestión de pauta)	
<b>SUB-TOTAL SIMULACIÓN PAUTA EN MEDIOS TRADICIONALES:</b>	
<b>PAUTA EN MEDIOS DIGITALES</b>	
INVERSIÓN EN PAUTA PUBLICITARIA PARA MEDIOS DIGITALES PARA 3 MESES (Facebook, Twitter, Instagram, Web)** 10	242,500.00
<b>SUB TOTAL SIMULACIÓN PAUTA EN MEDIOS DIGITALES</b>	<b>242,500.00</b>
Comisión por Gestión y Contratación de Pauta Publicitaria en Medios Digitales (indicar %) <sup>11</sup>	
Comisión por Gestión y Contratación de Pauta Publicitaria en Medios Digitales en Lempiras (L) (=subtotal por medios tradicionales x % de comisión de gestión de pauta)	
<b>SUB-TOTAL SIMULACIÓN MEDIOS DIGITALES</b>	
<b>TOTAL SIMULACIÓN MEDIOS TRADICIONALES + MEDIOS DIGITALES:</b>	

<sup>9</sup> El valor total de la inversión en medios deberá considerar el impuesto sobre venta. La empresa deberá indicar el porcentaje de comisión por la gestión del plan de medios, cuyo valor será asumido por RNP y no deberá ser cobrado al medio de comunicación. Los precios por pauta incluidos en la Tabla No. 1 – Ejercicio de Simulación no podrán aumentar en el transcurso de la vigencia del contrato, salvo por causas justificadas.

<sup>10</sup> Monto simulado para el Ejercicio de la Pauta en Medios Digitales, equivale a \$10,000.00 a la Tasa ONU vigente en el mes de noviembre 2020 US\$1.00 = L.24.25

<sup>11</sup> Aunque éste sea un ejercicio de simulación, el porcentaje de la pauta acá incluido y ofertado será el porcentaje que se permitirá cargar como comisión a la pauta gestionada durante la vigencia del contrato.

**EJERCICIO DE SIMULACIÓN - TELEVISIÓN CON COBERTURA NACIONAL**

		SEMANA 1							SEMANA 2							SEMANA 3							SEMANA 4								
MES																															
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
S	D	L	M	Mi	J	V	S	D	L	M	Mi	J	V	S	D	L	M	Mi	J	V	S	D	L	M	Mi	J	V	S	D	L	

Medio	Programa	Formato																													Total Spot	Total Tarifa Unitaria	Total Tarifa			
C3	Hoy mismo Estelar	Spot			1			1		1			1			1			1			1			1			1			1	13		L. -		
	Al banquillo	Spot				1			1			1				1			1				1			1						10		L. -		
QHUBOTV	Noticieros	Spot			1	1	1	1	1			1	1	1	1	1			1	1	1	1	1			1	1	1	1	1			21		L. -	
	Los periodistas	Spot			1	1	1	1	1			1	1	1	1	1			1	1	1	1	1			1	1	1	1	1			21		L. -	
LTV	24 AM	Spot			2	2	2	2	2			2	2	2	2	2			2	2	2	2	2			2	2	2	2	2			42		L. -	
	24 M	Spot			1	1	1	1	1			1	1	1	1	1			1	1	1	1	1			1	1	1	1	1			21		L. -	
																																		<b>Sub - Total</b>		L. -
																																		<b>ISV 15%</b>		L. -
																																		<b>GRAN TOTAL</b>		L. -

Spot de 30 segundos

**EJERCICIO DE SIMULACIÓN PLAN DE MEDIOS - RADIO NACIONAL**

			SEMANA 1							SEMANA 2							SEMANA 3							SEMANA 4															
			MES																																				
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	Total Spot	Total Tarifa unitaria	Total Tarifa			
			S	D	L	M	Mi	J	V	S	D	L	M	Mi	J	V	S	D	L	M	Mi	J	V	S	D	L	M	Mi	J	V	S	D	L						
<b>Radio América</b>	Noticiero El Minuto	Spots			2	2	2	2	2			2	2	2	2	2			2	2	2	2	2			2	2	2	2	2			2	42		L. -			
<b>Radio HCH</b>	Rotativo	Spots			1	1	1	1	1			1	1	1	1	1			1	1	1	1	1			1	1	1	1	1				20		L. -			
<b>HRN</b>	Diario Matutino	Spots			2	2	2	2	2			2	2	2	2	2			2	2	2	2	2			2	2	2	2	2			2	42		L. -			
<b>SPOTS DE 30 SEGUNDOS</b>																																							
																																					<b>Sub - Total</b>	<b>L.</b>	<b>-</b>
																																					<b>ISV 15%</b>	<b>L.</b>	<b>-</b>
																																					<b>GRAN TOTAL</b>	<b>L.</b>	<b>-</b>

**EJERCICIO DE SIMULACIÓN PLAN DE MEDIOS - TELEVISIÓN REGIONAL**

		SEMANA 1							SEMANA 2							SEMANA 3							SEMANA 4								
MES																															
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
S	D	L	M	Mi	J	V	S	D	L	M	Mi	J	V	S	D	L	M	Mi	J	V	S	D	L	M	Mi	J	V	S	D	L	

Departamento	Canal	Formato																																Total Spot Contratados	Total Tarifa unitaria	Total Tarifa	
Colon	Nor -TV Canal 38	spots			2	2	2	2	2			2	2	2	2	2			2	2	2	2	2			2	2	2	2	2			2	42		L.	-
	Liber Vision	Spot			2	2	2	2	2			2	2	2	2	2			2	2	2	2	2			2	2	2	2	2			2	42		L.	-
Comayagua	Fenix Tv	Spot			2	2	2	2	2			2	2	2	2	2			2	2	2	2	2			2	2	2	2	2			2	42		L.	-
Yoro	Teleprogreso	Spot			3	3	3	3	3			3	3	3	3	3			3	3	3	3	3			3	3	3	3	3			5	65		L.	-
						<b>Sub - Total</b>		L.	-																												
						<b>ISV 15%</b>		L.	-																												
						<b>GRAN TOTAL</b>		L.	-																												

Spots de 30 segundos

**EJERCICIO DE SIMULACIÓN PLAN DE MEDIOS - RADIO REGIONAL**

		SEMANA 1							SEMANA 2							SEMANA 3							SEMANA 4													
		MES																																		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	Total Spot	Total Tarifa unitaria	Total Tarifa	
		S	D	L	M	Mi	J	V	S	D	L	M	Mi	J	V	S	D	L	M	Mi	J	V	S	D	L	M	Mi	J	V	S	D	L				
Medio	Programa	Formato																															Total Spot	Total Tarifa unitaria	Total Tarifa	
Olancho	Radio Palestina	Spot			2	2	2	2	2			2	2	2	2	2			2	2	2	2	2			2	2	2	2	2			2	42		L. -
	Radio Católica	Spot			2	2	2	2	2			2	2	2	2	2			2	2	2	2	2			2	2	2	2	2			2	42		L. -
El Paraíso	Radio Danlí	Spot			1	1	1	1	1			1	1	1	1	1			1	1	1	1	1			1	1	1	1	1			1	21		L. -
																																		<b>Sub - Total</b>	L. -	
																																		<b>ISV 15%</b>	L. -	
																																		<b>GRAN TOTAL</b>	L. -	

**SPOTS DE 30 SEGUNDOS**

**EJERCICIO DE SIMULACIÓN PLAN DE MEDIOS - PRENSA ESCRITA**

				SEMANA 1							SEMANA 2							SEMANA 3							SEMANA 4															
				MES																																				
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31						
				S	D	L	M	Mi	J	V	S	D	L	M	Mi	J	V	S	D	L	M	Mi	J	V	S	D	L	M	Mi	J	V	S	D	L						
<b>Medio</b>	<b>Formato</b>	<b>Sección</b>																																<b>Total Avisos</b>	<b>Total Tarifa Unitaria</b>	<b>Total Tarifa</b>				
El País	Página Completa	Rotativa			1		1		1				1		1					1		1					1		1						1	13		L. -		
	1/2 media página					1		1					1		1						1		1					1		1							8		L. -	
El Libertador	Página Completa				1		1		1				1		1					1		1					1		1							1	13		L. -	
							<b>Sub - Total</b>																																<b>L.</b>	
							<b>ISV 15%</b>																														<b>L.</b>			
							<b>GRAN TOTAL</b>																														<b>L.</b>			
																																					<b>-</b>			

AVISOS FULL COLOR

**Tabla No. 2 – Servicios Solicitados<sup>12</sup>**

Nota: Los costos indicados en la siguiente tabla deberá de incluir todos los costos aplicables por parte del proponente.

No.	Descripción	Cantidad	Producto No.	Etapas No.	Precio Unitario HNL	Subtotal (precio unitario * cantidad)
1	Desarrollo de un concepto creativo, slogan y mensajes de la campaña multi-target para la campaña "Entrega DNI" (Fase 2) y validación de concepto.	1	1	1		
2	Plan de Marketing Digital	1	5	1		
3	Plan de Gestión de Crisis Reputacional	1	8	1		
4	Diseño de dos (2) artes de prensa.	2	2	2		
5	Diseño de un (1) afiche en español	1	2	2		
6	Diseño de un (1) afiche "madre" para pueblos indígenas con sus respectivas adaptaciones / versiones en las lenguas Miskito, Garífuna, Inglés y Tolupán.	1	2	2		
7	Edición, post producción, musicalización, (incluye compra de derechos de temas) de una (1) cuña "madre" en <b>español</b> .	1	3	2		
8	Edición, post producción, musicalización, (incluye compra de derechos de temas) de una (1) cuña a partir de la cuña "madre" en español, con su respectiva versión en lengua <b>Miskito</b> .	1	3	2		
9	Edición, post producción, musicalización, (incluye compra de derechos de temas) de una (1) cuña a partir de la cuña "madre" en español, con su respectiva versión en lengua <b>Garífuna</b> .	1	3	2		
10	Edición, post producción, musicalización, (incluye compra de derechos de temas) de una	1	3	2		

<sup>12</sup> Todos los productos tangibles serán entregados en la ciudad de Tegucigalpa (por ejemplo: afiches, banners, y las conferencias de prensa)

No.	Descripción	Cantidad	Producto No.	Etapas No.	Precio Unitario HNL	Subtotal (precio unitario * cantidad)
	(1) cuña a partir de la cuña "madre" en español, con su respectiva versión en idioma inglés.					
11	Edición, post producción, musicalización, (incluye compra de derechos de temas) de una (1) cuña a partir de la cuña "madre" en español, con su respectiva versión en lengua Tolupán.	1	3	2		
12	Creación y producción de un (1) jingle en español campaña Entrega de DNI	1	3	2		
13	Creación de (1) spot para TV de 30 segundos campaña Entrega de DNI	1	3	2		
14	Realizar una (1) conferencia de prensa e informe del desarrollo de la conferencia.	1	6	2		
15	Impresión de 37,000 unidades de afiches de la fase de entrega de DNI en los idiomas inglés, Tolupán, Garífuna, Miskito y Español	37,000	2	3		
16	Creación de (1) spot para TV de 30 segundos campaña Entrega de DNI.	1	3	3		
17	Diseño de dos (2) artes de prensa.	2	2	4		
18	Creación/Diseño de doce (12) piezas gráficas al mes en formatos para Facebook, Twitter, Instagram. Se deberán desarrollar tres (3) piezas gráficas cada semana a partir de la aprobación del concepto creativo para esta campaña.	12	5	4		
19	Creación de un (1) video al mes de 15 seg. en formatos para Tik Tok, Instagram y Facebook.	1	7	4		
20	Informe de servicio de monitoreo diario de medios de comunicación (tradicional y	1	7	4		

No.	Descripción	Cantidad	Producto No.	Etapas No.	Precio Unitario HNL	Subtotal (precio unitario * cantidad)
	digital) y redes sociales de personalidades del primer mes.					
21	Informe de Gestión de Crisis Reputacional y las acciones implementadas en el primer mes, de ser el caso.	1	8	4		
22	Creación de (1) spot para TV de 30 segundos campaña Entrega de DNI.	1	3	5		
23	Creación/Diseño de doce (12) piezas gráficas al mes en formatos para Facebook, Twitter, Instagram. Se deberán desarrollar tres (3) piezas gráficas cada semana a partir de la aprobación del concepto creativo para esta campaña.	12	5	5		
24	Creación de un (1) video al mes de 15 seg. en formatos para Tik Tok, Instagram y Facebook.	1	7	5		
25	Realizar una (1) conferencia de prensa e informe del desarrollo de la conferencia.	1	6	5		
26	Informe de servicio de monitoreo diario de medios de comunicación (tradicional y digital) y redes sociales de personalidades del segundo mes.	1	7	5		
27	Informe de Gestión de Crisis Reputacional y las acciones implementadas en el segundo mes, de ser el caso.	1	8	5		
28	Impresión de 10,000 ejemplares de un brochure informativo sobre el proceso de entrega del DNI. El brochure diseñado será proporcionado por el RNP.	10,000	2	6		
29	Creación/Diseño de doce (12) piezas gráficas al mes en formatos para Facebook, Twitter, Instagram. Se deberán desarrollar tres (3) piezas gráficas cada semana a partir de	12	5	6		

No.	Descripción	Cantidad	Producto No.	Etapas No.	Precio Unitario HNL	Subtotal (precio unitario * cantidad)
	la aprobación del concepto creativo para esta campaña.					
30	Creación de un (1) video al mes de 15 seg. en formatos para Tik Tok, Instagram y Facebook.	1	7	6		
31	Realizar una (1) conferencia de prensa e informe del desarrollo de la conferencia.	1	6	6		
32	Informe de servicio de monitoreo diario de medios de comunicación (tradicional y digital) y redes sociales de personalidades del tercer mes. Incluye Informe final de los tres meses de monitoreo.	1	7	6		
33	Informe de Gestión de Crisis Reputacional y las acciones implementadas en el tercer mes, de ser el caso. Incluye Informe final del manejo de la gestión de crisis de los tres meses.	1	8	6		
	<b>Total – Servicios Tabla No. 2</b>					

Nombre: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_

**[Colocar el sello oficial del Proponente]**

*No podrá realizarse ninguna supresión o modificación en este formulario. Toda supresión o modificación puede conducir al rechazo de la propuesta*

## Formulario H: Formulario de Garantía de EJECUCIÓN/CUMPLIMIENTO

**(Este documento se finalizará utilizando el encabezamiento oficial del banco emisor. Excepto en los campos indicados, no podrán introducirse cambios a este formulario)**

---

A: PNUD

*[indicar la información de contacto que figura en la Hoja de Datos]*

POR CUANTO *[nombre y dirección del Contratista]* (en lo sucesivo denominado "el Contratista") ha aceptado, en cumplimiento del Contrato n° ... de fecha ..., ejecutar los servicios ... (en adelante "el Contrato");

Y POR CUANTO ha sido estipulado por ustedes en dicho Contrato que el Contratista proveerá una garantía bancaria de un banco reconocido por la suma especificada en él como garantía del cumplimiento de sus obligaciones con arreglo al Contrato;

Y POR CUANTO hemos acordado conceder al Contratista dicha Garantía Bancaria;

POR LO TANTO afirmamos por la presente que somos Garantes y responsables ante ustedes, en nombre del contratista, hasta un total de *[monto de la garantía]* *[en letras y cifras]*, que constituye la suma pagadera, en los tipos y proporciones de monedas en que se pague el precio del Contrato, y que nos comprometemos a pagar contra su primera solicitud por escrito y sin argumentaciones ni objeciones cualquier suma o sumas dentro de los límites de *[monto de la garantía arriba indicado]* sin necesidad de que se prueben o acrediten los motivos o las razones de su demanda, en la suma especificada en la misma.

Esta garantía será válida hasta una fecha a 30 días desde la fecha de expedición por el PNUD de un certificado de desempeño satisfactorio y la finalización completa de servicios por el Contratista.

### **FIRMA Y SELLO DEL BANCO PROVEEDOR DE LA GARANTÍA**

Fecha .....

Nombre del Banco .....

Dirección .....

## Formulario I: Formulario de Garantía de pago por Adelantado

### **INSERTAR MEMBRETE DEL BANCO**

\_\_\_\_\_ [Nombre del banco y dirección de la sucursal u oficina emisora]

**Beneficiario:** \_\_\_\_\_ [Nombre y dirección del PNUD]

**Fecha:** \_\_\_\_\_

**GARANTÍA DE PAGO POR ADELANTADO NO.:** \_\_\_\_\_

Se nos ha informado que [nombre de la Empresa] (el "Contratista") ha celebrado el Contrato No. [número de referencia del contrato], de fecha [indíquese la fecha], con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (el "Beneficiario") para el suministro de [insertar breve descripción del Contrato] (el "Contrato").

Asimismo, entendemos que, de acuerdo con los términos del Contrato, el Beneficiario realizará un pago adelantado por la suma de [monto en letras] ([monto en cifras]) al Contratista contra una garantía de pago a primer requerimiento. El Contratista ha solicitado que emitamos dicha garantía.

En virtud de lo anterior, nosotros [nombre del Banco], por la presente, nos comprometemos con carácter irrevocable a pagarle a Usted, el Beneficiario o su representante acreditado, cualquier suma o sumas que no excedan en total la cantidad de ([monto de la garantía] [en letras y cifras])<sup>13</sup> (la "Garantía") a la recepción por nuestra parte de su primer requerimiento, por escrito, acompañado de una declaración escrita que indique que el Contratista ha incumplido su obligación bajo el Contrato de devolver la cantidad de la Garantía dado que el Contratista ha utilizado el pago adelantado para fines distintos de los previstos en el Contrato. Dicha declaración será evidencia irrefutable de su derecho al pago del monto exigido, hasta el monto de esta Garantía.

Asimismo, acordamos que ningún cambio o adición u otra modificación a los términos del Contrato o de cualquiera de los documentos del Contrato que el Beneficiario y el Contratista pudieren efectuar nos liberará en modo alguno de ninguna de nuestras obligaciones bajo esta Garantía, y nosotros por la presente, renunciamos a la notificación de dichos cambios, adiciones o modificaciones.

Esta Garantía será válida y estará en vigencia a partir de la fecha del pago anticipado conforme al Contrato hasta que el Beneficiario reciba el reembolso total del anticipo del Contratista.

Sujeto al párrafo siguiente, esta Garantía se rige por las Reglas Uniformes relativas a las Garantías a Primer Requerimiento (en inglés, *Uniform Rules for Demand Guarantees*) de la CCI, Publicación CCI nº 758. Se excluye la declaración del Artículo 15 (a) de las mismas.

Nada de lo contenido en este documento o relacionado con este se considerará una renuncia expresa o implícita de los privilegios e inmunidades de las Naciones Unidas, incluidos sus órganos subsidiarios, ni se interpretará ni aplicará de manera incompatible con dichos privilegios e inmunidades.

\_\_\_\_\_  
[firma(s)]

<sup>13</sup> El banco que extienda la Garantía deberá insertar una cantidad que represente el monto total del pago por adelantado, denominada la moneda especificada en el Contrato.

## Formulario J: SOLICITUD DE INGRESO/MODIFICACIÓN DE VENDOR

SECCIÓN 1. INFORMACIÓN DEL SOLICITANTE							
Nombre/Apellido				Proyecto/Unidad PNUD			
Teléfono/Extensión		Fecha		Cargo			
Acción solicitada		<input type="checkbox"/> Crear nuevo		<input type="checkbox"/> Modificar No.			
		<input type="checkbox"/> Cambiar Location		<input type="checkbox"/> Activar No.			
Tipo de vendor solicitado							
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Contrato de Servicios		<input type="checkbox"/>	SSA		<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Voluntario		<input type="checkbox"/>	ONG		<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		ALD		<input type="checkbox"/>		Conferencista
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		Proveedor		<input type="checkbox"/>		Otro _____
Firma del solicitante							
SECCION 2 – PERSONAS NATURALES (Para consultores individuales únicamente)							
Apellidos <sup>14</sup>				Nombres			
Nacionalidad		N° de identidad / N° de Pasaporte		Sexo			
				<input type="checkbox"/> Masculino		<input type="checkbox"/> Femenino	
Dirección:							
Ciudad		Municipio/Estado/Provincia		Apartado Postal		País	
Número de Teléfono		Número de Fax		Dirección de e-mail			
SECCION 3 – INFORMACION DEL PROVEEDOR/CONTRATISTA (Para empresas únicamente)							
Nombre de la empresa <sup>15</sup>				Nombre completo de la Casa Matriz, según escritura (si aplica)			
No. de RTN				Página Web URL (si aplica)			
Dirección							
Ciudad		Municipio/Estado/Provincia		Apartado Postal		País	
Persona de contacto (Dirección Principal)			Número de Teléfono		Número de Fax		Dirección de e-mail
Nombre Cargo/Título							
SECCION 4 – INFORMACIÓN DEL BANCO							
Nombre del Banco							

<sup>14</sup> Adjuntar copia de la tarjeta de identidad/pasaporte

<sup>15</sup> Según escritura de constitución

Código ABA	Código SWIFT	IBAN	
Dirección del banco			
Ciudad	Municipio/Estado/Provincia	Apartado Postal	País
<b>SECCION 5 – INFORMACIÓN DE CUENTA BANCARIA (TITULAR DE LA CUENTA)</b>			
Nombre de la cuenta <sup>16</sup>		Moneda de la Cuenta <input type="checkbox"/> L <input type="checkbox"/> USD <input type="checkbox"/> € <input type="checkbox"/> Otro _____	
No. de la Cuenta de Banco <sup>17</sup>		Tipo de Cuenta <input type="checkbox"/> Cheques <input type="checkbox"/> Ahorros	
Código de Tránsito <sup>18</sup>	Código Sort <sup>19</sup>	Código BSB <sup>20</sup>	
<p>_____ <sup>21</sup>, en su condición de titular de la cuenta, por este medio autoriza al PNUD a realizar pagos directos por concepto de bienes y/o servicios a la cuenta anterior.</p>			
Firma			
<b>PARA USO INTERNO DE LA OFICINA DEL PNUD/HONDURAS</b>			
No. de vendor Creado y/o Modificado			
Nombre/Firma de quien ingresa/modifica			Fecha
Nombre/Firma del aprobador			Fecha

<sup>16</sup> Tal como está registrada en el banco

<sup>17</sup> Ingresar sin puntuación sin puntos, guiones o espacios

<sup>18</sup> (Transit Code - 5 dígitos) Bancos Canadienses

<sup>19</sup> (Sort Code - 6 dígitos) Bancos del Reino Unido (UK)

<sup>20</sup> (6 dígitos) Bancos Australianos

<sup>21</sup> Nombre del titular de cuenta