

**PROYECTO “REMESAS Y AHORROS: VEHÍCULOS PARA
CONTRIBUIR EN LA REDUCCIÓN DE LA POBREZA”
ATN/ME 14509 –HO y ATN/AS 14510-HO**



**“TÉRMINOS DE REFERENCIA PARA PRODUCCIÓN y DESARROLLO DE
CAMPAÑA DE PROMOCIÓN Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE
PRODUCTOS DE AHORRO EN INSTITUCIONES DE MICROFINANZAS”**

**Contratante: KATALYSIS RED MICROFINANCIERA DE
CENTROAMERICA (RED KATALYSIS)**

Tegucigalpa, Honduras 24 de mayo de 2017

Contenido

1.	PRESENTACIÓN.....	3
2.	ANTECEDENTES GENERALES	3
3.	CARÁCTERÍSTICAS DEL SECTOR MICROFINANCIERO:	4
4.	JUSTIFICACIÓN:	5
5.	OBJETIVOS:	5
6.	ALCANCE DE LA CONSULTORÍA.....	5
7.	PRODUCTOS ESPERADOS o ENTREGABLES	6
8.	ACTIVIDADES O TAREAS A REALIZAR:	7
9.	INFORMACIÓN DISPONIBLE.....	8
10.	CARACTERÍSTICAS DE LA CONSULTORÍA	8
11.	REQUERIMIENTOS PARA LAS FIRMAS CONSULTORS INTERESADAS	9
12.	CRITERIOS DE SELECCIÓN	10
13.	PROPIEDAD INTELECTUAL.....	13
14.	CONFIDENCIALIDAD	13
15.	FRAUDE Y CORRUPCIÓN	13
16.	ANEXOS.....	14

PROYECTO REMESAS Y AHORROS: VEHÍCULOS PARA CONTRIBUIR A LA REDUCCIÓN DE LA POBREZA

TÉRMINOS DE REFERENCIA:

“PRODUCCIÓN Y DESARROLLO DE CAMPAÑA DE PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN DE PRODUCTOS DE AHORRO EN LAS INSTITUCIONES DE MICROFINANZAS”

1. PRESENTACIÓN

- 1.1. **KATALYSIS Red Microfinanciera de Centroamérica (RED KATALYSIS)** es una asociación civil sin fines de lucro, constituida el 26 de Abril del 2002, con personalidad jurídica emitida mediante la Resolución No. 465-2002 de la Secretaría de Gobernación y Justicia, como una red regional especializada en Microfinanzas, integrada por 23 IMFs de la región Centroamericana y con una trayectoria de más de catorce años, con reconocimiento internacional.
- 1.2. **RED KATALYSIS**, suscribió el Convenio de Cooperación Técnica No Reembolsable No. ATN/ME 14509-HO Y ATN/AS 14510-HO con el **BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO (BID)**, como administrador del **Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN)**; como unidad ejecutora del **“Proyecto Remesas y Ahorros: Vehículos para contribuir a la reducción de la pobreza**, cuyo propósito es contribuir a la reducción de la vulnerabilidad de los clientes de remesas (en especial los jóvenes, quienes formarán por lo menos 20% de los beneficiarios del proyecto) en Honduras y mejorar sus medios de subsistencia a través del ahorro continuo en una institución financiera. El objetivo de resultado del Proyecto es aumentar el acceso y uso del ahorro de los clientes de remesas hondureñas mediante la provisión de productos y servicios financieros adaptados a dicha población.
- 1.3. Este proyecto, se ejecuta a través de ocho (8) instituciones financieras: Asociación PILARH OPDF, Banco Popular, Credisol OPDF, Familia y Medio Ambiente OPDF, Financiera Finsol S.A., Hermandad de Honduras OPDF, ODEF Financiera S.A., y Funed VisionFund OPDF; con cobertura en 17 departamentos de Honduras,

2. ANTECEDENTES GENERALES

2.1 Las remesas constituyen el 18% del PIB y son una de las principales fuentes de divisas para el país según datos del Banco Central de Honduras. A Diciembre del 2016, las remesas totalizaron 3,950.3 millones de dólares, mayor en un 5.9% al mismo período del año anterior, lo cual significó un aumento de 220 millones de dólares. De igual forma el BCH realizó una proyección de crecimiento para el 2017 de 5% proyectando un ingreso de 4,154.3 millones de dólares

- 2.2 Los bancos son los principales agentes pagadores de remesas, sólo el 38% de los receptores tienen una cuenta de ahorro, 28% de ellos, tienen la cuenta donde reciben remesas, mostrando una oportunidad para las IMF que deseen promover cuentas de ahorro para receptores en sus respectivos nichos.
- 2.3 Con el proyecto “Remesas y Ahorros: Vehículos para contribuir en la reducción de la pobreza”, se pretende aumentar el acceso de los clientes de remesas hondureños a cuentas de ahorro y fomentar su uso continuo, mediante el diseño e implementación de productos y servicios diseñados para la población que es atendida por las instituciones de microfinanzas que participan en el proyecto.
- 2.4 Para lograr el objetivo antes planteado, RED KATALYSIS, coordinará una campaña publicitaria para los nuevos productos, para promover que las instituciones microfinancieras que participan en este proyecto, expandan su cuota de participación en el mercado de remesas, incrementen la captación de ahorros de parte de los receptores de remesas, y se logre el resultado de impacto de este proyecto.

3. CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR MICROFINANCIERO:

- 3.1 Las instituciones o entidades de microfinanzas (IMF) incluyendo las Organizaciones Privadas de Desarrollo Financieras (OPDF), se han caracterizado por otorgar microcrédito, pero también proveen otros productos y servicios como ahorros y recepción de remesas, su mercado son microempresarios, de poblaciones en áreas rurales y urbano marginales, muchos de los cuales son receptores de remesas con ingresos adicionales a las remesas.
- 3.2 Las IMF no son instituciones donde típicamente los clientes suelen recoger sus remesas, 87% cobra las remesas en bancos y el 2% en las IMF.
- 3.3 Los receptores de remesas, para cobrar su remesa valoran como importante la cercanía, la rapidez y el horario que ofrece la entidad financiera. Las IMF que participan en este proyecto operan con Western Union quien posee el 42% del mercado de remesas.
- 3.4 Los clientes de las IMF que participan en este proyecto tienen celular y usan: SMS, Whatsapps, Facebook, entre otros para comunicarse entre el emisor y receptor respecto al envío y recepción de la remesa.
- 3.5 Al menos la mitad de los receptores ahorran entre 15% al 20% de su remesa, los receptores que no ahorran de las remesas es porque las remesas ya tienen destino de gasto o porque están endeudados.

4. JUSTIFICACIÓN:

- 4.1 Las Instituciones microfinancieras han sido catalogadas como entidades que ofrecen crédito a la población vulnerable, y son poco conocidas como entidades que ofrecen otro tipo de servicios financieros, tales como cuentas de ahorro y pago de remesas.
- 4.2 Con esta consultoría se pretende crear una campaña publicitaria que posicione las entidades microfinancieras que participan en este proyecto, como entes que ofrecen servicios financieros varios como ahorro y pago de remesas, incrementando así la demanda por estos servicios.
- 4.3 También se pretende atraer a los clientes de las entidades que reciben remesas, para que abran cuentas de ahorro que han sido diseñadas en el marco de este proyecto, específicamente: i) ahorro programado, ii) ahorro juvenil y iii) ahorro líquido.
- 4.4 Posicionar la RED KATALYSIS, como entidad de apoyo en la coordinación de la campaña de comunicación y promoción para las entidades de microfinanzas.

5. OBJETIVOS:

5.1 **El objetivo general** de esta consultoría es la producción y desarrollo e una campaña de promoción y comunicación que posicione los productos de ahorro diseñados en el marco del proyecto de remesas y ahorros a través de las entidades microfinancieras participantes en el Proyecto.

5.2 Objetivos Específicos:

- a. Diseñar y producir una campaña que promueva los tres productos de ahorro diseñados: AHORRO LÍQUIDO, AHORRO JUVENIL Y AHORRO PROGRAMADO, creando la demanda de éstos, atrayendo a los clientes receptores de remesas en las IMF participantes del proyecto.
- b. Diseñar una estrategia de comunicación de los productos de ahorro referidos anteriormente, para que sea implementada por las IMF.

6. ALCANCE DE LA CONSULTORÍA

6.1 Como se indica en la sección anterior, esta consultoría implica: i) producción, ii) desarrollo e iii) plan de implementación de una campaña de promoción y comunicación para atraer a los receptores de remesas para la apertura de cuentas de ahorro a través de las IMF.

6.2 Luego de su producción, se estima en dos etapas: **Etapas Informativas** que posicione los

productos de ahorro a través de las IMF, para lo cual se requerirá organizar e implementar una estrategia de comunicación a través de una gira de medios que sea coordinada por **RED KATALYSIS** e integre IMF que forman parte de este proyecto.

6.3 **Etapa de Sostenibilidad** que incluya el posicionamiento de los productos de ahorro a través de las IMF participantes del proyecto, y el lanzamiento de la campaña promocional de los tres (3) productos de ahorro diseñados en el marco del proyecto con el enfoque a sus diferentes tipos de clientes: hombres y mujeres, adultos receptores de remesas para los productos de ahorro líquido y ahorro programado y jóvenes entre 15 y 24 años receptores de remesas para el producto de ahorro juvenil.

6.4 Este lanzamiento de campaña, requerirá de: i) producción de los materiales promocionales con diseños atractivos que se deben plasmar en videos cortos, mensajes mercadológicos que incrementen la demanda de productos de ahorros de los clientes con las características antes mencionadas, y que deben comunicarse a través de los medios de comunicación convencionales identificados, adecuados para sus clientes incluyendo las redes sociales, ii) una estrategia de comunicación y promoción de los productos de ahorros que sea factible de ejecutar por las entidades financieras que integran el proyecto Remesas y Ahorros. Los entregables a través de los productos esperados deben ser tangibles, y estar desarrollados en forma ordenada y coherente

7. PRODUCTOS ESPERADOS o ENTREGABLES

7.1 **Una estrategia de relacionamiento público** para las IMF que deberá incluir: i) el plan de medios, ii) lista medios y persona contacto en cada medio y iii) citas confirmadas (gira de medios) en los programas de los medios de comunicación de mayor incidencia para la naturaleza del sector atendido por las IMF participantes del proyecto indicados en la sección 1.3 de estos Términos de Referencia. Tomar en consideración que la mayoría de las IMF tienen su incidencia en las zonas rurales.

7.2 **Una estrategia y plan de comunicación** que permita disponer de espacios en los medios de comunicación convencionales, en las zonas de influencia de las IMF participantes del proyecto, además de la estrategia digital que deberá implementarse a través de las redes sociales: Facebook, Tweeter u otra que el consultor estime conveniente, para promocionar los productos de ahorros diseñados en el marco del proyecto, con su correspondiente plan de implementación de la campaña publicitaria.

7.3 Un **“set” de al menos tres tipos de mensajes genéricos para** cada uno de **los tres productos de ahorros diseñados** en el marco del proyecto indicados en la sección 5.2, inciso b) de estos términos de referencia; mismos que se puedan manejar a través de las redes sociales, y/o a través de medios convencionales, con su **diseño creativo** que incluya un **video corto para cada producto**, que deberán ser usados en la etapa de gira de medios. Esto productos serán parte integral de la campaña de promoción.

7.4 **La producción de 3 videos** para cada uno de los productos de ahorro: i) ahorro programado, ii) ahorro juvenil y ahorro líquido, conforme a la estrategia diseñada para cada producto con enfoque a receptores de remesas.

8. ACTIVIDADES O TAREAS A REALIZAR:

- 8.1 Presenta una propuesta metodológica, un plan y cronograma de trabajo a la firma del contrato.
- 8.2 Dos informes de avances y un informe final, con las recomendaciones para su continuidad en el tiempo.
- 8.3 Realizar una revisión de la documentación relacionada disponible como resultado del proyecto.
- 8.4 Realizar entrevista con el personal clave de cada IMF participante del proyecto a través de la coordinación en RED KATALYSIS.
- 8.5 Producir los materiales promocionales y de comunicación necesarios para las campañas de comunicación para posicionamiento institucional y para productos de ahorro.
- 8.6 Preparar un plan de medios, que indique el objetivo y resultados esperados.
- 8.7 Gestionar y confirmar las citas en los medios (espacio en programas radiales y/o televisivos) y presentar el cronograma a la coordinación con al menos una semana de anticipación para coordinar con las IMF participantes en las entrevistas, haciendo uso de *"Publicity"*
- 8.8 Gestionar entrevistas en los programas radiales y/o televisivos nacionales, locales e internacionales haciendo uso de *"Publicity"* como herramienta, creando los contenidos de calidad adecuados.
- 8.9. Desarrollar una guía de entrevista para los voceros participantes de las IMF y de RED KATALYSIS, en los programas de difusión, haciendo uso de los contenidos creados para tal fin.
- 8.10 Preparar el guion de las pautas publicitarias que se realizarán junto con los videos para los productos de ahorro.
- 8.11 Recopilar información para preparar los diferentes mensajes que se utilizarán en las campañas de promoción para posicionamiento institucional, para promoción de los productos de ahorro y para la estrategia de comunicación a través de medios convencionales y para la estrategia de comunicación digital.
- 8.12 Recopilar información para producir los videos que se utilizarán para la desarrollar la campaña de promoción de ahorros, para la estrategia de posicionamiento institucional incluyendo a la RED KATALYSIS.
- 8.13 Preparar el programa de implementación de las campañas desarrolladas en el marco de esta consultoría, que indique el canal adecuado conforme al área geográfica de influencia de las IMF incluyendo un presupuesto estimado para la sostenibilidad en los próximos 12 meses.

9. INFORMACIÓN DISPONIBLE

9.1 Para el desarrollo y la implementación de los entregables que conlleva esta consultoría, para las IMF participantes del proyecto, la firma consultora contratada, deberá seguir los lineamientos del plan de mercadeo, que preparó la firma consultora que desarrolló los productos de ahorro, los resultados del estudio de mercado de remesas, así como la información adicional que el consultor(a) considera oportuno recabar del sector y de las IMF. El consultor(a) deberá realizar reuniones con la coordinación del proyecto en la unidad ejecutora **RED KATALYSIS**, así como, con personal clave de las entidades de microfinanzas, para implementar la campaña.

10. CARACTERÍSTICAS DE LA CONSULTORÍA

- 10.1 **Fecha de inicio y duración:** los servicios contratados tendrán una duración de 120 días hábiles contados a partir de la firma del contrato y presentación del plan y cronograma de trabajo.
- 10.2 **Lugar de trabajo:** la sede del trabajo es en Tegucigalpa, no obstante si fuese necesario podría movilizarse a las zonas de Occidente: Santa Rosa de Copán y San Marcos de Ocotepeque, San Pedro Sula, La Ceiba, y Juticalpa, ciudades donde se encuentran ubicadas la oficinas principales de las entidades financieras participantes en el proyecto.
- 10.3 **Condiciones de contratación** esta consultoría es de corto plazo, cuya duración estará establecida en el contrato. Su pago estará bajo el sistema de suma alzada, que incluye honorarios profesionales, gastos de movilización, impuestos y otros gastos en que pueda incurrir la firma consultora, para cumplir con el desarrollo de todas las actividades establecidas en estos TDR. De igual forma deberá aceptar las políticas del BID en todo lo relacionado a su contratación y desempeño.
- 10.4 Para este servicio será pagado con fondos del BID_FOMIN y contraparte, mismos que serán ***pagados en su equivalente en moneda nacional según la tasa de cambio de compra en la fecha que se efectúen los pagos, debiendo deducir el 12.5% de impuestos sobre honorarios profesionales, que exige la ley.***
- 10.5 **Forma de pago:** se establece la forma siguiente: 30% a la firma del contrato y entrega de la metodología, plan y cronograma de trabajo aceptado por la coordinación del proyecto, 40% a la entrega de los productos indicados en la sección 7.2, 7.3 y 7.4 de estos términos de referencia revisado y aceptado por la coordinación del proyecto y la entrega de un avance del producto indicado en la sección 7.1); 30% después de la implementación del plan de medios, campaña publicitaria y entrega del informe final aceptado por la unidad ejecutora.
- 10.6 La firma consultora deberá estar suscrito al sistema de facturación que establece el

Servicios de Administración de Rentas (SAR) y debiendo presentar las facturas y/o recibos correspondientes conforme a la ejecución de los pagos.

- 10.7 **Relaciones:** La firma consultora contratada, asignará la persona responsable de mantener las comunicaciones con la coordinación del Proyecto en la unidad ejecutora Red KATALYSIS, y estará bajo la supervisión directa de la Coordinadora del Proyecto quien coordinará sus acciones con las diferentes áreas que la consultoría amerite.
- 10.8 **Responsabilidades de la Contraparte:** RED KATALYSIS se compromete a coordinar el trabajo para el apoyo en la ejecución esta consultoría durante el tiempo que dure la completa ejecución de la misma y ofrece espacio físico si fuese requerido por el consultor (a) en la sede de RED KATALYSIS en Tegucigalpa.
- 10.9 La firma consultora deberá disponer del recurso humano capacitado para realizar todas las actividades y tareas requeridas en estos TDR, mismo que deberá como mínimo integrar: un Gerente estratégico responsable de la consultoría, un diseñador gráfico, un productor campañas de promoción y otro personal que considere conveniente, también deberá disponer de los recursos y equipo técnico que le permita cumplir con los productos indicados en la sección 7.0 de estos TDR y deberá contar con su propio medio de transporte para las movilizaciones que se pudiesen requerir en el transcurso de la duración del contrato.

11. REQUERIMIENTOS PARA LAS FIRMAS CONSULTORS INTERESADAS

- 11.1 Las firmas consultoras interesadas deberán proporcionar la información siguiente:
- Evidencia de ser una firma consultora legalmente constituida con un mínimo de **10** años en operación.
 - Experiencia mínima de 5 años en relacionamiento público y estrategias de comunicación.
 - Experiencia específica de al menos 5 años en diseño e implementación de campañas promocionales de productos financieros.
 - Portafolio de los contratos de consultorías similares realizadas en los últimos 3 años, que tengan relación con el objeto de la propuesta.
 - Contar con una plataforma de profesionales multidisciplinaria integrada, al menos, por:
 - Jefe de Equipo, profesional con **experiencia en coordinación de equipos multidisciplinarios para lanzar campañas promocionales, estrategias de comunicación y relacionamiento público.** Experiencia mínima de 15 años.

- 1 Profesional especialista en relacionamiento público y estrategias de comunicación Experiencia mínima de 10 años
 - 1 Profesional especialista experiencia en diseño y producción de campañas promocionales para productos financieros. Experiencia mínima de 10 años
 - 1 técnico en diseño gráfico y preparación de videos Experiencia mínima de 5 años.
- 11.2 La Firma consultora deberá presentar su **perfil empresarial** que incluya: i) Carta de expresión de interés. ii) Descripción de la firma consultora, iii) Descripción de competencias y capacidades para llevar a cabo la consultoría, iv) Descripción de experiencias en consultorías anteriores, v) Descripción de personal con que cuentan para realizar dicha consultoría con la hoja de vida resumida de cada uno.
- 11.3 La nacionalidad de la firma será la del país en que se encuentre legalmente constituida o incorporada y en el caso de asociación en [%] participación, será la nacionalidad de la firma que se designe como representante.
- 11.4 También deberán presentar una **Propuesta Técnica** (Ver Anexo 2): que deberá contener: i) Metodología para llevar a cabo esta consultoría, ii) Plan de Trabajo, iii) Cronograma de actividades a realizar incluyendo Hitos y Entregables, iv) Lista de hitos, v) Descripción de los entregables detallados en la sección 7.0 de estos TDR, vi) Composición del equipo clave, vii) Hojas de vida del equipo clave, y del jefe o coordinador de esta consultoría.
- 11.5 También deberán presentar una **Propuesta Económica** (Ver Anexo 2) esta propuesta deberá indicar el precio o valor de la consultoría, incluyendo la deducción de impuestos conforme a lo indica la ley.
- 11.6 Las firmas consultoras deben asegurar disponer del equipo técnico con Habilidades en el manejo de paquetes informáticos (Word, Excel, Power Point, Adobe Illustrator, Photoshop, u otro necesario para realizar eficientemente las actividades de esta consultoría. También deberá disponer de: vehículo propio (facilidad para movilizarse), computadoras y todo equipo necesario para realizar las actividades enumeradas en la sección 8.0 de estos TDR.

12. CRITERIOS DE SELECCIÓN

- 12.1 La Firma consultora será seleccionadas con base al método de selección denominada: Selección Basada en Calidad y Costo (SBCC), conforme a las políticas para la selección

y contratación de consultores financiados por el Banco Interamericano de Desarrollo GN-2350-9..

12.2 Las empresas o firmas consultoras serán evaluadas conforme a los criterios siguientes:

I	Lógica del enfoque técnico, la metodología y plan de trabajo propuestos en respuesta a los Términos de Referencia			35
	a. Enfoque técnico y metodología		30	
	a.1 LÓGICA DE ENFOQUE TÉCNICO:	10		
	Claridad: El Oferente muestra con claridad cómo se propone orientar y ejecutar el proyecto. Se plantea notoriamente la disponibilidad de logística y capacidades instaladas a utilizarse en el desarrollo del estudio.	0 -2		
	Entendimiento: El Oferente demuestra un entendimiento sólido de los objetivos, alcances y requisitos del estudio. Se plantearán a detalle los productos y resultados a entregar derivados del estudio.	0 -2		
	Factibilidad: El enfoque dado conduce a un proyecto verosímil, factible dentro de las condiciones y restricciones existentes. Distribución adecuada de recursos y asignación de funciones, se presenta una relación lógica entre la distribución de recursos materiales y humanos, y la asignación de funciones, número de personal y tiempo, están adecuadamente dimensionados de acuerdo al estudio.	0 -2		
	Cobertura: El enfoque maestro garantiza la cobertura de todos los requerimientos, no deja elementos fundamentales del proyecto sin atender. Distribución y optimización de los recursos, detallando y cubriendo temas tales como: Estructura del equipo de trabajo, Composición del equipo de trabajo, Funciones asignadas al equipo de trabajo, Personal técnico y de apoyo designado, Logística e instalaciones a disposición del personal.	0 -2		
	Organización: El enfoque promueve un proyecto bien organizado, con garantía de una conducción exitosa. Distribución óptima de recursos y asignación de funciones de manera a cumplir adecuadamente con el total de los productos solicitados.	0 -2		
	a.2 METODOLOGÍA:	20		
	Detalle insuficiente: La metodología presentada está incompleta, no está ajustada a los requerimientos del proyecto, es presentada con desorden o con inconsistencias, y en particular no concuerda con el cronograma de trabajo.	0		
	Poco detalle: La propuesta metodológica únicamente enlista las etapas, las actividades, las tareas requeridas, pero no explica claramente la forma en que se realizarán, los métodos y técnicas por emplear y no incluye responsables, requerimientos y objetivos, no presenta propuestas o comentarios para el mejor cumplimiento de los objetivos del proyecto.	3-9		
	Detalle incompleto: En la metodología presentada se enlistan las etapas, las actividades, las tareas requeridas, se dice cuáles técnicas se emplearán, indica los productos a obtener y los responsables.	10- 15		
	Detalle completo: La propuesta metodológica además de presentar lo indicado en los puntos anteriores, presenta y desarrolla en forma detallada los métodos y técnicas que empleará en cada actividad, demuestra un entendimiento sólido de un esquema metodológico completo y comprensivo. Esta metodología deberá abarcar todos los aspectos necesarios: organización, control, desarrollo, dirección, aprobación.	15 - 20.		
	b. Plan de Trabajo	5		
	No presenta el cronograma: ausencia de un cronograma de ejecución propuesto.	0		
	Cronograma con poco detalle: cuando se presenten únicamente etapas, actividades y/o tareas, así como recursos en forma global, sin que estén asignados en forma explícita a cada una de las etapas, actividades y/o tareas, y sin establecerse una secuencia lógica de la ejecución de las actividades.	1		
	Cronograma con detalle incompleto: cuando se presente un desglose de los recursos por etapa, actividad y/o tarea, los productos indicados en los términos de referencia con la descripción clara y precisa de cada uno de ellos y con el detalle pormenorizado de la distribución de los recursos en el tiempo, que permita determinar, claramente, la secuencia de ejecución de las diferentes etapas.	3		

Cronograma completo: cuando se presente un cronograma detallado con el siguiente desglose: dedicación de los recursos por etapa, actividad y/o tarea y con el detalle pormenorizado de la distribución de esos recursos en el tiempo, que permita determinar claramente la secuencia de ejecución de las diferentes etapas, indicando además, ruta crítica, holgura y la definición de factores críticos del éxito de cada actividad y la calendarización de entrega de los productos especificados en los términos de referencia.	5		
II Calificaciones del personal profesional clave y competencia para el trabajo:			65
1. Jefe del equipo: Profesional con experiencia en coordinación de equipos multidisciplinarios para lanzar campañas promocionales, estrategias de comunicación y relacionamiento público		20	
a. Calificaciones generales	5		
Profesional universitario de las Ciencias de la Comunicación, Administrativas o carrera afin	5		
b. Competencia para el trabajo	10		
Experiencia general: Al menos 15 años de experiencia en el cargo de dirección (coordinación ≈ jefatura ≈ gerencia) y/o gestión empresarial en proyectos en general.			
Mínimo 15 años	5		
16 a 20 años	8		
Más de 16 años	10		
c. Experiencia en coordinar campañas y estrategias de comunicación y relacionamiento público	5		
Mínimo 10 años	2		
11 a 15 años	3		
Más de 15 años	5		
2. Profesional especialista en relacionamiento público y estrategias de comunicación Experiencia mínima de 5 años.		20	
a. Calificaciones generales	5		
Profesional universitario de las Ciencias de Comunicación o carrera afin	5		
b. Competencia para el trabajo	15		
Experiencia general: 10 años de experiencia en áreas diferentes de la Comunicación			
Mínimo 10 años	2		
De 11 a 14 años	4		
Más de 14 años	5		
Experiencia específica: Experiencia en relacionamiento público, y /o estrategias de comunicación			
Mínimo 10 años	3		
De 11 a 13 años	5		
De 13 a 15 años	8		
Más de 15 años	10		
3. Profesional especialista experiencia en diseño y producción de campañas promocionales para productos financieros.		20	
a. Calificaciones generales	5		
Universidad a nivel de pregrado de ciencias de la comunicación	2		
Cursos especializados en diseño y producción de campañas promocionales de diferentes tipos de productos	3		
b. Competencia para el trabajo	15		
Experiencia general: 10 años de experiencia en diseño y producción de diversos tipos de campañas, incluyendo la elaboración e implementación de estrategias de comunicación empresarial			
Mínimo 10 años	5		
De 10 años a 12 años	8		
Más de 12 años	10		

Experiencia específica: diseño y producción de campañas promocionales de productos financieros			
2 campañas diseñadas	3		
3 a 4 campañas diseñadas	4		
Más de 4 campañas diseñadas	5		
4. Técnico en diseño gráfico y preparación de videos Experiencia mínima de 5 años.		5	
Mínimo 5 años	3		
De 5 a 8 años	4		
Más de 8 años	5		
TOTAL			100

- 12.3 Las firmas consultoras interesadas, deberán presentar una carta de interés y su perfil empresarial que valide los criterios de selección y experiencia, conforme a lo indicado en la sección 11 y 12 de estos TDR enviándolos a los correos electrónicos: <mailto:info@redkatalysis.org> y <mailto:lbu@redkatalysis.org> **indicando en el ASUNTO: CAMPAÑA PRODUCTOS DE AHORRO. La propuesta técnica y económica deberán enviarse en archivos/sobres separados.** La carta de interés debe estar dirigida a: **Coordinadora Proyecto Remesas y Ahorros, BID-FOMIN-RED KATALYSIS, a más tardar el 5 de Junio del 2017.** No se atenderán correos, que no cumplan con lo antes señalado.

13. PROPIEDAD INTELECTUAL

- 13.1 El Banco Interamericano de Desarrollo (BID-FOMIN) y RED KATALYSIS serán propietarios finales y únicos de las metodologías, reportes, informes y todo producto desarrollado directamente durante la realización de la presente consultoría.

14. CONFIDENCIALIDAD

- 14.1 El consultor(a) seleccionado se compromete a no divulgar ningún resultado parcial o total, de la información reunida durante la presente consultoría y a no utilizarla sin la previa autorización del Banco Interamericano de Desarrollo y RED KATALYSIS, salvo de manera inherente al ejercicio propio de sus funciones.

15. FRAUDE Y CORRUPCIÓN

- 15.1 El BID exige que todos los consultores (incluyendo sus respectivos funcionarios, empleados y representantes) observen las Políticas para la Contratación y Selección de Consultores financiados por el BID, en particular, exige que todos los consultores (incluyendo sus respectivos funcionarios, empleados y representantes) que han presentado sus ofertas o que están participando en proyectos financiados por el BID,

observen los más altos niveles éticos y denuncien al BID todo acto sospechoso de fraude o corrupción del cual tenga conocimiento o sea informado, durante el proceso de selección y de negociaciones o la ejecución de un contrato. Los actos de fraude y corrupción están prohibidos. El BID adoptará las medidas en caso de hechos o denuncias relacionadas con supuestos actos de fraude y corrupción, de acuerdo a los procedimientos administrativos del Banco.

16. ANEXOS

ANEXO 1

ABREVIACIONES

BCH Banco Central de Honduras

BID Banco Interamericano de Desarrollo

CAI Clave de Autorización de Impresión

CCIN Selección Basada en la Comparación de las Calificaciones de Consultor Individual Nacional

CNBS Comisión Nacional de Bancos y Seguros

CREDISOL Crédito Solidario

FAMA Familia y Medio Ambiente.

FINSOL Financiera Solidaria, S.A.

FOMIN Fondo Multilateral de Inversiones

FUNED VISIONFUND OPDF en Honduras parte de VisionFund International

HDH Hermandad de Honduras

IMF Instituciones de Microfinanzas

ODEF: Organización de Desarrollo Empresarial Femenino

OPDF Organizaciones Privadas de Desarrollo Financieras

PILARH Proyectos e Iniciativas Locales para el Autodesarrollo Regional de Honduras

RTN Registro Tributario Nacional

TDR Términos de Referencia

ANEXO 2

Modelo de la PROPUESTA

[Lugar, fecha]

A: [Nombre y dirección del Contratante]

Señoras / señores:

Estimados Señores:

[Nombre de la Firma de Servicios de Consultoría o conjunto de firmas si es asociación] ofrece proveer los servicios de consultoría para [título de los servicios de consultoría]. Adjunto presentamos nuestra propuesta técnica y de precio. Con la presentación de esta propuesta declaramos que:

[Si el Consultor es una asociación: Como representante de la asociación entre: [Indique una lista con el nombre de las demás firmas de servicios de consultoría] ofrecemos proveer los servicios de consultoría para [título de los servicios de consultoría]. Se ha incluido una copia [indique: “de nuestra carta de intención para conformar una asociación” o, si la JV ya está conformada, “del acuerdo de asociación”] firmada por cada uno de los miembros, la cual describe en detalle la posible estructura legal y la confirmación de la responsabilidad conjunta y solidaria de los integrantes de dicha asociación. Adjunto presentamos nuestra propuesta técnica y de precio. Con la presentación de esta propuesta declaramos que:]

- a. Nuestra firma [las firmas que integran la asociación] ha[n] sido constituida[s] o incorporada[s] en un país miembro del Banco. En caso que el contrato de prestación de servicios de consultoría incluya el suministro de bienes y servicios conexos, nos comprometemos a que estos bienes y servicios conexos sean originarios de países miembros del Banco.
- b. Toda la información incluida es verdadera y aceptamos que cualquier falsedad o interpretación falsa que contenga la misma podrá conducir a nuestra descalificación por parte del Cliente y/o podrá ser sancionada por el Banco;
- c. Esta propuesta es de carácter obligatorio para nosotros y está sujeta a las modificaciones que resulten de las negociaciones del contrato.
- d. Conocemos y aceptamos las definiciones de Prácticas Prohibidas [fraude y corrupción] del Banco y las sanciones aplicables a la comisión de los actos definidos en las mismas y nos obligamos a observar las normas pertinentes sobre las mismas;
- e. No hemos pagado comisiones ni bonificaciones a agentes ni a ninguna otra parte en relación con esta Propuesta y en caso de ser adjudicado, con la ejecución del contrato.
- f. No tenemos ningunas sanciones pendientes del Banco ni de ninguna otra Entidad Financiera Internacional; y
- g. Haremos todo lo que esté a nuestro alcance por ayudar al Banco en cualquier investigación.

Cordialmente,

Firma Autorizada
[Nombre completo]

Cargo

Nombre de la Firma Consultora

[En caso de asociación todos los miembros deberán firmar o únicamente el integrante responsable, en cuyo caso, se deberá adjuntar el poder otorgado por los demás miembros]

PROPUESTA TÉCNICA

A. Descripción del Enfoque, Metodología y Plan de Trabajo para Ejecutar el Trabajo

- a. Enfoque Técnico, Metodología y Organización del equipo del Consultor. *[Explique lo que usted entiende por objetivos del trabajo, el enfoque técnico y la metodología que usted adoptaría en la ejecución de las tareas para entregar los resultados esperados, y el grado de detalle de dichos resultados.]*
- b. Plan de Trabajo y Personal. *[Describa el plan para la ejecución de los entregables, su contenido y duración, fases y fechas de entrega tentativas. El Plan de trabajo deberá estar acorde con el enfoque técnico y la metodología y el objetivo de los servicios e incluir una lista de entregables finales. Incluya una descripción del equipo con el que se trabajaría el servicio]*

B. Cronograma de los Trabajos y Planeación de Entregables

N°	Entregables (D-..)	Días / Meses												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	n	TOTAL	
	<i>[Entregable 1]</i>													
	<i>[Entregable 2]</i>													
	<i>[Entregable 3]</i>													

C. Composición del Equipo, Trabajo e Insumos de Expertos Clave

N°	Nombre	Insumos de Profesional (en persona/mes) por cada Entregable				Total Tiempo por Insumo
		Cargo	[Entregable 1]	[Entregable 2]	[Entregable 3]	
EXPERTOS CLAVE						
K-1	[nombre]	[cargo]	[tiempo]	[tiempo]	[tiempo]	
K-2						
K-3						
					Subtotal	
EXPERTOS NO CLAVE						
N-1	[nombre]	[cargo]	[tiempo]	[tiempo]	[tiempo]	
N-2						
N-3						
					Subtotal	
					Total	

D. Hojas de Vida (una por cada integrante del equipo clave)

Título del Cargo y No.	[Cargo en el equipo]
Nombre del Profesional:	[nombre]
Fecha de nacimiento:	[día/mes/año]

Educación: [Incluya información relevante con el nombre de la institución educativa, fechas y grado obtenido(s)]

Historia laboral relevante al trabajo: [Incluya información laboral comenzando con el cargo actual, incluyendo fechas, nombre del empleador, título del cargo, y breve descripción de funciones. No se requiere incluir empleos pasados que no tengan relevancia al trabajo.]

Fechas	Empleador y Cargo	Descripción de funciones
[fechas]	[nombre completo del empleador y título del cargo]	[descripción]

Idoneidad para el Trabajo:

Tareas asignadas	Experiencia específica en las tareas asignadas
[Incluir una breve descripción de las tareas en que participará el consultor]	[Incluir una breve descripción de la experiencia específica relacionada con las tareas asignadas]

Información de contacto:

[Incluir e-mail y teléfono]

Certificación:

Certifico, hasta el mejor de mis conocimientos, que este CV me describe correctamente, describe mis calificaciones mi experiencia y certifico que estoy disponible para asumir el trabajo en caso de que sea adjudicado el contrato. Entiendo que cualquier falsedad o interpretación falsa aquí descrita podrá conducir a mi descalificación o retiro por parte del Cliente y/o a sanciones por el Banco.

Firma

[Nombre del Profesional]

[Fecha]

Firma

[Nombre del Representante que firma la propuesta]

[Fecha]

PROPUESTA DE PRECIO

Nuestra Propuesta Económica es por la suma de [Indique monto(s) en números y palabras], incluidos todos los impuestos. El monto estimado de impuestos indirectos locales es [indique el monto] [en números y palabras] el cual será confirmado o reajustado, si se requiere, durante las negociaciones.

Resumen de precio

Rubro	Precio [Indicar moneda]
(1) Remuneración	
(2) [Reembolsables ¹]	
Precio total de la Propuesta Económica:	

¹ Excepcionalmente, el ejecutor podrá decidir reconocer gastos para reembolso.

