Tegucigalpa, MDC
22 de enero de 2019

ABN-627/2019

Oferentes

Ref: Consultoría HN-BCH-76913-CS-CQS, contratación de una Firma Consultora para el Desarrollo e Implementación de una Estrategia de Comunicación para la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de Hogares (ENIGH 2019-2020)

Estimados oferentes:

En atención a consultas efectuadas para la consultoría HN-BCH-76913-CS-CQS, referente a la contratación de una firma consultora para el desarrollo e implementación de una estrategia de comunicación para la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH); al respecto se adjuntan las respuestas a las consultas efectuadas.

Atentamente,

FANNY MARISABEL TURCIOS BARRIOS
Jefe Departamento de Adquisiciones y Bienes Nacionales

IMP/MJJ/KAC

RESPUESTAS A CONSULTAS RECIBIDAS
SOBRE EL PROCESO DE CONTRATACIÓN DE UNA FIRMA CONSULTORA PARA EL DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA ENIGH 2019-2020

Proceso:	**HN-BCH-76913-CS-CQS**
Etapa:	**INVITACIÓN A PRESENTAR EXPRESIONES DE INTERÉS**
Categoría:	**SERVICIOS DE CONSULTORÍA-SELECCIÓN DE FIRMAS**
Método:	**SELECCIÓN BASADA EN CALIFICACIONES DE CONSULTORES**

1. **Si el proyecto dura 18 meses ¿Cuánto tienen estipulado que dure cada una de las tres fases y cuál es el tiempo entre cada una de ellas? Cuál es la fecha de inicio y fin del proyecto?**
   El proyecto ENIGH está contemplado en tres (3) etapas: a) encuesta piloto (3 meses), b) levantamiento (12 meses) y c) publicación de resultados y cierre (3 meses). Estas fases van alineadas a las fases del plan de medios señaladas en el numeral 5.4 párrafo 4 de los Términos de Referencia (TDR): a) Socialización y Encuesta Piloto, b) Levantamiento de Encuesta y c) Divulgación de Resultados).

   El inicio previsto es durante el tercer trimestre del 2019, con una duración de 18 meses.

2. **¿Quiénes son los grupos de interés específicamente?**
   En el numeral 3 de los TDR se indica que el objetivo general de la estrategia de comunicación es *"generar confianza y sensibilizar a la población en general, a grupos de interés públicos, privados y de sociedad civil en particular, sobre la importancia de la aplicación de la encuesta y sus beneficios para el país"*. Asimismo, en el numeral 5.5 de los TDR, se requiere que la firma seleccionada prepare contenidos *"enfocados a motivar a los entrevistados a proveer la información que les soliciten los encuestadores, también desarrollarán mensajes para promover a la ENIGH 2019-2020."*

   La encuesta proveerá valiosa información demandada por instituciones públicas nacionales, organismos internacionales, academia, entidades de investigación públicas y privadas, organizaciones civiles, gremios empresariales y sindicales, e inversonistas. Asimismo, la encuesta depende de manera crucial de la información que será brindada por los hogares de todos los estratos socioeconómicos a nivel nacional seleccionados aleatoriamente dentro de la muestra de la encuesta.

   Considerando esos grupos demandantes y oferentes de la información, en el numeral 5.1 de los TDR se indica *"La firma consultora deberá elaborar un plan de relaciones públicas antes, durante y después de la aplicación de la ENIGH 2019-2020, que permita socializar*

el alcance e impacto del desarrollo de la encuesta entre grupos de interés del sector público, privado y sociedad civil, con una visión de inclusión social y económica".

3. **¿Cuál es el perfil de las personas que se entrevistarán por hogar?**
   La ENIGH 2019-2020 contempla entrevistar en cada vivienda seleccionada en la muestra, a los jefes de hogar que habitan en ella, así como a todos los miembros del hogar mayores de diez (10) años que tengan algún tipo de actividad económica, o que sean mayores de 15 años y que realicen gastos de manera independiente.

   El perfil de estos miembros del hogar a ser entrevistados no está limitado por genero, nivel educativo ni estrato socioeconómico.

   Las viviendas a ser visitadas forman parte de una muestra estadística representativa seleccionada a nivel nacional, tanto para la encuesta piloto como para la etapa de levantamiento de la encuesta. Estas dos muestras son mutuamente excluyentes entre si.

4. **¿La muestra es de 10,100 hogares? ¿Van a compartir la distribución muestral para hacer la propuesta de medios?**
   El número de hogares que se prevé sean entrevistados en las etapas de encuesta piloto y de levantamiento es de 10,100 hogares totales, cifra que es indicada en el numeral 5.7 de los TDR. La muestra selecciona viviendas, dentro de las que se espera encontrar un cierto número de hogares dispuesto a brindar la información requerida.

   La información específica de la distribución muestral de viviendas será entregada en la etapa siguiente de este proceso de selección de firmas consultoras, etapa que se denomina "Solicitud de Propuesta" y que se realiza con el oferente seleccionado basado en la información solicitada en los documentos publicados.

5. **En ¿cuántas lenguas indígenas deben ser traducidos los materiales? Qué materiales requieren que se traduzcan?**
   Como se indica en el numeral 15 de los TDR, este proceso de contratación incluye la política de salvaguardar OP/BP 4.10 Pueblos indígenas, *"por lo que el BCH considera como un factor relevante que la firma consultora tengan experiencia en trabajo de comunicación con pueblos indígenas y afro-descendientes en la adaptación de metodologías, planes de trabajo y tareas."*

   De conformidad con la muestra estadística seleccionada, se estima que al menos las lenguas garífuna y misquito serán requeridas. No obstante, requerimientos adicionales que sean identificados serán acordados con la firma que sea seleccionada en el proceso previo a la firma del contrato.

6. **La Encuesta se hará 100% Nacional ¿van a contemplar muestra en Gracias a Dios (La Mosquitia)?**
   Efectivamente como se señalada en el numeral 2 de los TDR, la encuesta tendrá una cobertura nacional y abarcará el departamento de Gracias a Dios.

7. **¿Se hará simultánea la encuesta en los 18 departamentos, o se llevará a cabo por etapas por zona? (ya que en redes sociales mencionan, que se debe estar actualizando las zonas donde estarán), esto es importante conocerlo por el hecho de no colocar pauta en zonas donde no estarán encuestando en xxx momento.**
   Si. La encuesta es a nivel nacional, incluyendo sector urbano y rural. Para facilitar los trabajos de levantamiento y de análisis, el territorio nacional se divide en zonas denominadas "Dominios de Estudio", cada dominio de estudio agrupa varios departamentos. La muestra de viviendas seleccionada se ha agrupado proporcionalmente en cuatro trimestres, dentro de los que se estará visitando de forma simultánea cada uno de los 8 dominios de estudio. Dado que estas visitas son programadas, será factible entregar al oferente seleccionado un plan de visitas, en el que se identifican a nivel de municipio las semanas o meses en los que los entrevistadores están levantado la encuesta.

8. **¿La Administración de las redes sociales estará a cargo del Banco Central de Honduras o de la agencia, se debe de contemplar un Comunity Manager para la cuenta y el manejo de (FB, Tw, Inst, Youtube) ?**
   Como se indica en el anuncio de invitación de expresión de interés, se requiere una firma con "experiencia de haber realizado campañas en redes sociales o brindado servicio de Community Manager en los últimos tres (3) años".

   La administración de las redes sociales estará a cargo de la firma contratada con base a lo señalado en el numeral 5.5 de los TDR.

9. **¿En redes sociales los lineamientos de respuesta ante malos comentarios de los usuarios o FAQ's, se refieren a un protocolo de crisis y respuesta?**
   Si, se requiere dicho protocolo. Como se señala en el numeral 5.5 de los TDR, se requiere que la firma seleccionada prepare contenidos "*enfocados a motivar a los entrevistados a proveer la información que les soliciten los encuestadores, también desarrollarán mensajes para promover a la ENIGH 2019-2020. Deberá entregar la dinámica de respuestas a los post de los usuarios o "seguidores de la ENIGH", no solo para establecer la forma en que se atenderán las inquietudes de los usuarios, sino para definir en conjunto con el BCH las posibles respuestas difíciles y especializadas que los usuarios planteen*".
10. **Como lo establece en el requerimiento dentro del plan de medios se debe incluir los costos del desarrollo de las piezas creativas, ¿en el caso de digital menciona que son 60**

piezas eso incluyendo vídeos para Youtube? ¿Es un canal en Youtube o solo publicidad en la red?
Si, se desea que se incluyan vídeos para Youtube en un canal creado para tal fin. Sin embargo, téngase en consideración que en esta etapa del proceso no se requiere que se presente el plan de medios, ya que el mismo será solicitado al oferente seleccionado en la etapa de Solicitud de Propuesta.

Lo anterior se considera parte de lo señalado en el numeral 5.3 de los TDR inciso c) se requiere como mínimo en la pauta digital *"60 piezas diferentes para todo el período de la contratación"*.

11. **¿Hay un sitio web hacia dónde vamos a dirigir la publicidad? podemos proponer desarrollos de landing o micrositios?**
Si. El BCH ha contemplado crear un sitio web especializado de la ENIGH dentro de su página web oficial; sin embargo, en la etapa de solicitud de propuesta, la firma invitada a presentar su propuesta técnica y económica puede proponer alternativas.

12. **¿Se requiere un estudio de eficiencia publicitaria al terminar cada fase de la campaña?**
Si. En el numeral 5.6 de los TDR se contempla que la firma contratada deberá realizar una evaluación y seguimiento de la campaña de publicidad de forma trimestral, entregando dicho informe al BCH para su validación respectiva.

13. **¿Existe algún presupuesto estimado para el proyecto?**
Si. No obstante, conforme las normas que rigen esta contratación, el procedimiento es de Selección Basada en Calificaciones de Consultores. Ni el presupuesto de esta contratación, ni del proyecto o cualquiera de sus partes, se facilita a los oferentes.

14. **¿Qué debe incluir la propuesta bosquejo de esta primera fase?**
Conforme se establece en la invitación publicada, en esta primera fase del proceso de selección llamada "Expresión de interés", se requiere que en su carta de respuesta proporcione información que indique que tienen la experiencia y están calificados para suministrar los servicios solicitados. En la invitación publicada se indica claramente que los criterios para la selección de la lista corta de oferentes son los siguientes:

   a. La experiencia de haber realizado con plena satisfacción del cliente campañas de comunicación institucional a nivel nacional en los últimos cinco (5) años.
   b. La experiencia de haber realizado campañas en redes sociales o brindado servicio de Community Manager en los últimos tres (3) años.

Con base en las expresiones de interés recibidas es que el BCH hará la selección de la firma mejor calificada a quien hará llegar el documento de solicitud de propuesta.

15. **Confirmar si la documentación del inciso 15 no se presenta en este momento si no hasta que la consultoría ha sido adjudicada al proveedor que resulte ganador.**
Si, se confirma que la documentación del numeral 15 no se debe presentar en esta etapa. Esta documentación se solicitará a la firma que resulte adjudicada, previo a la suscripción del Contrato.

Es importante señalar que, algunos incisos de los TDR, incluyendo el numeral 15, fueron modificado mediante enmienda publicada en Notice-WB209-01-19, la cual puede ser accedido en las direcciones web siguientes:

http://projects.bancomundial.org/P165218/?lang=es&tab=procurement&subTab=notices

http://h1.honducompras.gob.hn/Docs/Lic123HN-BCH-76913-CS-CQS402-EnmiendaoAdendum.pdf

Asimismo, se puede solicitar los nuevos TDR a la dirección de correo adquisiciones.enigh@bch.hn

16. **¿Cuál es la forma de entrega de la propuesta?**

En esta etapa de expresión de interés, su carta de respuesta la puede remitir en sobre sellado o por correo electrónico a más tardar el viernes 1 de febrero de 2019, 15:00 horas (-6:00 GMT).

Proyecto ENIGH
Atn: Licenciada Fanny Marisabel Turcios Barrios
Jefe Departamento de Adquisiciones y Bienes Nacionales
Edificio del BCH, Bulevar Fuerzas Armadas, capital de la República de Honduras
Tel: +504 2262-3700/3600 Ext 10901
Correo electrónico: adquisiciones.enigh@bch.hn
Posteriormente, en caso que resulte la firma mejor calificada de dichas expresiones, le remitiremos el documento "Solicitud de Propuesta", el cual contendrá instrucciones y formularios tanto técnicos y económicos que ayudarán al oferente a preparar mejor el contenido de la propuesta y la forma de presentar la misma.

Para clarificar el proceso de selección completo tomar en consideración lo siguiente:

Actualmente el proceso de selección de firmas consultoras está en la etapa denominada *"Invitación a presentar expresiones de interés"*, en la cual, los interesados a participar en la selección presentan un documento con información que muestre que tienen la experiencia y están calificados para suministrar los servicios requeridos. En este caso particular, en los aspectos siguientes:

a. La experiencia de haber realizado con plena satisfacción del cliente campañas de comunicación institucional a nivel nacional en los últimos cinco (5) años.
b. La experiencia de haber realizado campañas en redes sociales o brindado servicio de Community Manager en los últimos tres (3) años.

Las respuestas que recibamos de todas las empresas interesadas (firmas consultoras, agencias de publicidad, consorcios, etc.) a más tardar en la fecha límite señalada en la carta de invitación [1 de febrero de 2019, 15:00 horas (-6:00 GMT)], ya sea en sobre sellado o por correo electrónico, serán evaluadas por un Comité de Recepción y Evaluación de Propuestas (CREP), quien utilizando los criterios a) y b) antes citados, harán una selección de la lista corta de los oferentes ordenados en orden descendente, iniciando con el mejor calificado.

Este proceso se cita en el numeral 16 de los Términos de Referencia, y se explica que el procedimiento se llama "Selección Basada en Calificaciones de Consultores".

La etapa siguiente del proceso, la empresa que resulte como mejor calificada por el CREP, recibirá el documento denominado "Solicitud de Propuesta" (RFP, por sus siglas en inglés), otorgándole un tiempo prudencial para que documente en la RFP su experiencia y calificaciones indicadas en la expresión de interés y complete la información técnica y económica que corresponda; la RFP contendrá entre otros aspectos: el borrador del contrato a suscribir, formularios para presentar su oferta técnica y económica detallada y las propuestas indicadas en los TdR.

17. ¿Hay personas del banco encargadas de la vocería?

Si. Dentro del BCH, el Departamento de Relaciones Institucionales coordina las actividades de vocería.

18. ¿Existe algún formato de oferta económica pre determinado?

El documento de "Solicitud de Propuesta", contiene los formatos a utilizar para presentar la oferta económica, la cual es una etapa posterior a esta solicitud de expresión de interés (Ver consulta No. 16).

19. **De acuerdo con los puntos que debe comunicar la campaña tenemos las siguientes necesidades de información:**
    a. **Por qué es importante atender a los entrevistadores de la ENIGH.**
    b. **Como se protegerá la confidencialidad del entrevistado.**
    c. **Como se puede constatar la identidad de los encuestadores de la ENIGH.**
    d. **Que es la ENIGH**
    e. **Cuando y como se va realizar la encuesta**

    La información solicitada se le brindará a la empresa que resulte adjudicada a fin que elabore el producto 5.2 descrito en los TDR.

20. **¿La encuesta se puede realizar en otros lugares fuera del hogar?**
    No. La encuesta será realizada únicamente en las viviendas que forman parte de la muestra estadística seleccionada, y que son habitadas por los hogares a entrevistar.

21. **Cómo piensan divulgar los resultados de la encuesta.**
    El BCH elaborará un informe final con los resultados de la ENIGH 2019-2020, el cual será entregado a la firma consultora contratada para que, conforme a lo descrito en el numeral 5.4 de los TDR, realice la divulgación de los resultados de la encuesta a través de un plan de medios, en la fase 3. Divulgación de Resultados.

    Esta divulgación deberá tener en cuenta los grupos de interés explicados en la respuesta No. 2 de este documento, a fin de dar a conocer a todo nivel los resultados de la ENIGH.

*****
***
*