



**“APOYO AL PROGRAMA NACIONAL DE TRANSMISIÓN DE ENERGIA ELECTRICA”  
PRÉSTAMO BID 4598/BL-HO**

**AVISO DE CONCURSO DE SERVICIOS DE CONSULTORÍA INDIVIDUAL:**

**PROCESO No. ENEE-24-CCIN-CI-**

**“SERVICIOS DE CONSULTORÍA INDIVIDUAL PARA ELABORAR EL PLAN DE  
COMUNICACIÓN E IMAGEN CORPORATIVA”**

**Fecha y Hora Límite de Presentación de Expresiones de Interés: 26 de julio  
del 2022, a las 2:00 p.m. (Hora Oficial de la República de Honduras)**

La Empresa Nacional de Energía Eléctrica (ENEE) a través de la Operación No. HO-L1186, Contrato de Préstamo BID No. 4598/BL-HO “Apoyo al Programa Nacional de Transmisión de Energía Eléctrica”, desea contratar los servicios de un Consultor/a Individual que desarrolle los **“Servicios de Consultoría Individual para Elaborar el Plan de Comunicación e Imagen Corporativa”**, para elaborar un Plan de Comunicación que incluya una Estrategia de Comunicación e Identidad Corporativa para la Empresa Nacional de Energía Eléctrica implementarla y darle seguimiento, con el fin de mejorar tanto la comunicación interna y externa de la empresa como su identidad corporativa, aplicando los estándares actuales en materia de comunicación e identidad corporativa y definiendo la forma apropiada para generar y manejar los mensajes a transmitir en torno a la reestructuración de la empresa, y los costos en la cadena de suministro eléctrico en el área de Transmisión.

El/La Profesional deberá cumplir con las siguientes calificaciones mínimas:

1. **Grado Académico:** Profesional universitario con título académico de Licenciatura en Periodismo, Comunicación y Publicidad.

Se valorará maestría o cursos de especialización en Comunicación e Imagen Corporativa, Identidad institucional, Marketing Digital y otros compatibles con esta consultoría.

2. **Experiencia General:** Experiencia mínima de (10) años contados a partir de la fecha de obtención de su título en el grado académico de licenciatura.
3. **Experiencia Específica:**
  - Experiencia en el diseño, implementación y supervisión de estrategias de comunicación en al menos 3 iniciativas.





# Empresa Nacional de Energía Eléctrica

Gerencia General



**HONDURAS**  
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA

- Experiencia en al menos (3) asesorías en la gestión y evaluación de la identidad corporativa empresarial para empresas privadas u otros organismos.
- Al menos cinco (5) años de experiencia en el diseño de estrategias de comunicación, implementación y seguimiento, gestión y evaluación de la identidad corporativa a nivel nacional o regional.

Los interesados en participar podrán obtener los Términos de Referencia en los sitios web [www.honducompras.gob.hn](http://www.honducompras.gob.hn) y [www.enee.hn](http://www.enee.hn) o solicitarlos mediante el correo abajo descrito. Asimismo, deberán enviar su hoja de vida actualizada vía correo electrónico y/o en sobre cerrado a la dirección indicada a continuación, a más tardar el 26 de julio del 2022 a las 2:00 p.m. (Hora Oficial de la República de Honduras).

## **EMPRESA NACIONAL DE ENERGÍA ELÉCTRICA (ENEE)**

Atención: Unidad Coordinadora de Proyecto (UCP-BID-JICA/ENEE)

Nivel 6, Cuerpo Bajo "C", Centro Cívico Gubernamental,

Blvd. Juan Pablo Segundo, esquina con Calle República de Corea,

Tegucigalpa, M.D.C. Honduras C.A.

Teléfono: (504) 2216 - 2350

Email: [ugpadquisiciones@enee.hn](mailto:ugpadquisiciones@enee.hn)

Sitio Web: [www.enee.hn](http://www.enee.hn) y [www.honducompras.gob.hn](http://www.honducompras.gob.hn)

Fecha de Publicación: 06 de julio de 2022.

**Ing. Erick Medardo Tejada Carbajal**  
Gerente General ENEE (AI)



Unidad Coordinadora de Programa  
CCG, 6to. Piso, edificio Cuerpo Bajo C,  
Tegucigalpa, Honduras



[ugp@enee.hn](mailto:ugp@enee.hn)  
(+504) 2216-2350  
IP: 2942

**EMPRESA NACIONAL DE ENERGÍA ELÉCTRICA (ENEE)**  
**"PROYECTO DE APOYO AL PROGRAMA NACIONAL DE TRANSMISIÓN DE**  
**ENERGIA ELECTRICA"**  
**PRESTAMO BID: No.4598/BL-HO**  
**TERMINOS DE REFERENCIA**  
**PROCESO No. ENEE-24-CCIN-CI**  
**"SERVICIOS DE CONSULTORÍA INDIVIDUAL PARA ELABORAR EL PLAN DE**  
**COMUNICACIÓN E IMAGEN CORPORATIVA"**

**I. ANTECEDENTES**

En el marco de la entrada en vigencia de la Ley General de la Industria Eléctrica (LGIE) en mayo de 2014, creada con el fin de modernizar y fomentar la eficiencia del sector eléctrico del país, el estamento establece la separación de las actividades del sector mediante la creación de instituciones como la Comisión Reguladora de Energía (CREE), el Operador del Sistema (ODS) ahora Centro Nacional de Despacho y la Secretaría de Energía (SEN), cuyas competencias constituyan una labor complementaria que potencie la calidad del suministro eléctrico, regule el sector, cree las políticas en materia energética y se encargue de los planes de expansión del Sistema Eléctrico Nacional, a fin de tener un sector eléctrico robusto, moderno, eficiente, competitivo y transparente que propicie además la apertura del mercado eléctrico nacional y fortalezca las transacciones eléctricas en la región.

Recientemente, el Congreso Nacional de la república aprobó la **"Ley Especial Para Garantizar el Servicio de la Energía Eléctrica como un Bien Público de Seguridad Nacional y un Derecho Humano de Naturaleza Económica y Social"** que manda un cambio de modelo del subsector eléctrico y del mismo modo la reestructuración administrativa y técnica de la ENEE en tres unidades de negocio (Generación, Transmisión y Distribución) las que deben ser autosostenibles pero que dependan gerencialmente de la Junta Directiva y la gerencia general de la empresa.

Esto como parte de la nueva política de la actual administración de mantener la Empresa Nacional de Energía Eléctrica verticalmente integrada, asimismo rescatarla, conservarla pública y considerarla un patrimonio nacional al servicio de la sociedad hondureña.

Con el relevo de gobierno, este proceso de reestructuración del sector y de transformación de la ENEE demanda entre otros aspectos, la elaboración de un Plan de Comunicación que incluya el diseño e implementación de una estrategia de comunicación e identidad corporativa que comunique de la manera más apropiada a la población hondureña, a los

usuarios del servicio de energía, a los proveedores, a los colaboradores de la estatal eléctrica y a otros grupos de interés, los alcances, beneficios e implicaciones de la reforma que se está instaurando.

La elaboración del Plan de Comunicación, y asimismo el diseño e implementación de la Estrategia de Comunicación e Identidad Corporativa y su respectivo seguimiento, junto con la adopción de buenas prácticas que han sido puestas en marcha y adicionalmente el diseño y el lanzamiento de campañas de concienciación y sensibilización a los clientes de la ENEE orientadas a dos temas importantes: el proceso de reestructuración institucional y los costos en la cadena de suministro eléctrico en el área de Transmisión, los que serán financiados con fondos internacionales provenientes del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) asignados al proyecto “APOYO AL PROGRAMA NACIONAL DE TRANSMISIÓN DE ENERGÍA ELÉCTRICA” en su componente número 2.

## **II. OBJETIVO GENERAL**

Elaborar un Plan de Comunicación que incluya una Estrategia de Comunicación e Identidad Corporativa para la Empresa Nacional de Energía Eléctrica implementarla y darle seguimiento, con el fin de mejorar tanto la comunicación interna y externa de la empresa como su identidad corporativa, aplicando los estándares actuales en materia de comunicación e identidad corporativa y definiendo la forma apropiada para generar y manejar los mensajes a transmitir en torno a la reestructuración de la empresa, y los costos en la cadena de suministro eléctrico en el área de Transmisión.

### **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

1. Analizar y evaluar el manejo que actualmente se le da a la comunicación e identidad corporativa de la ENEE, para obtener un diagnóstico que permita conocer las debilidades de las mismas y definir la estrategia, políticas y acciones a implementar, a fin de adoptar las mejores prácticas que correspondan a las actuales exigencias en materia de comunicación e identidad corporativa.
2. Elaborar un Plan de Comunicación que incluya también la elaboración de la Estrategia de Comunicación e Identidad Corporativa que cree reputación, fidelidad y marca, asimismo; implementarla y darle seguimiento. Elaborar manuales de gestión, estilo y políticas de comunicación interna y externa e identidad corporativa y acompañar y transferir conocimientos al equipo de colaboradores que participarán en la sostenibilidad de la estrategia.
3. Diseñar e implementar dos campañas de concienciación y sensibilización dirigida a los clientes de la ENEE, la primera con el fin de socializar con la claridad y oportunidad necesaria, el proceso de reestructuración de la estatal eléctrica acorde al marco

regulatorio vigente. La segunda campaña se enfatizará en los costos en la cadena del suministro eléctrico en el área de Transmisión.

### **III. ALCANCE Y ENFOQUE**

El alcance de la consultoría se ha dividido en cinco etapas y son las siguientes:

1. La primera etapa, corresponde al análisis y diagnóstico actual de la situación de la ENEE en materia de comunicación e identidad corporativa.
2. En la segunda etapa, se debe elaborar un Plan de Comunicación y a la vez, se debe realizar e implementar la Estrategia de Comunicación e Identidad Corporativa, que también incluirá el acompañamiento y transferencia de conocimientos en dos jornadas que se realizarán de manera presencial, en un espacio destinado para tal fin y en un horario y fecha acordado previamente con el consultor (a).
3. Para la tercera etapa, el Consultor (a) debe elaborar y entregar dos manuales de estilo y políticas: uno para la gestión de la comunicación externa e interna y otro, para el manejo de la identidad corporativa de la institución, este último con el propósito de posicionar y fortalecer la marca de la empresa.
4. En la cuarta etapa, se requiere la elaboración e implementación de dos campañas para redes sociales, las que deben ser adaptadas a otros medios de comunicación para una eventual difusión en otras alternativas mediáticas (televisión, radio e imprenta), la primera enfocada en la sensibilización sobre la reestructuración de la ENEE, según manda el marco legal aplicable, la que debe efectuarse tanto a lo interno como externo de la empresa. La segunda campaña se debe enfocar en la socialización de los costos en la cadena del suministro eléctrico en el área de Transmisión para los usuarios del servicio y los que transportan la energía a través de la red de la ENEE.
5. En la quinta etapa se dará seguimiento a los resultados de la implementación de la Estrategia de Comunicación e Identidad Corporativa, durante los dos meses siguientes a la instauración de la misma.

### **IV. METODOLOGÍA**

Con el fin de mejorar tanto la comunicación interna como la externa de la empresa como su identidad corporativa y asimismo sensibilizar a la población y usuarios en torno a la reestructuración de la ENEE y los costos en la cadena de suministro eléctrico en el área de Transmisión, se requiere seguir una metodología de trabajo desarrollada en cinco fases.

#### **1) Investigación:**

Mediante un proceso de investigación, se debe inicialmente hacer un análisis de la situación actual de la ENEE en materia de comunicación e identidad corporativa, que

reúna todos los insumos necesarios para efectuar un diagnóstico acertado que revele lo que hay y lo que se debe hacer para mejorar.

## **2) Diagnóstico**

Como segunda fase de la metodología, se requiere un diagnóstico que revele los resultados del análisis hecho al manejo que se le ha dado al área de comunicación e imagen corporativa de la empresa, para determinar las mejoras o correcciones que se deben efectuar.

## **3) Estrategia**

En la tercera fase, se debe elaborar un Plan de Comunicación y asimismo diseñar la Estrategia de Comunicación e Identidad corporativa que aplique a la empresa y a sus stakeholders internos y externos, así como los insumos complementarios que se indican en la sección de las “Actividades a realizar”. Del mismo modo, se deben elaborar dos campañas digitales para redes sociales; una orientada a la sensibilización de la restructuración de la ENEE y la otra enfocada en la socialización de los costos en la cadena del suministro eléctrico en el área de Transmisión.

## **4) Implementación**

Diseñada la Estrategia de Comunicación e Identidad Corporativa, en la cuarta fase el consultor y el equipo de trabajo que se seleccione a lo interno de la Dirección de Comunicación Empresarial, deberán implementar la estrategia. En esta fase se deberán entregar también los Manuales de Estilo y Políticas para la gestión de la comunicación externa e interna y, el del manejo de la Identidad Corporativa de la institución.

De la misma manera, el consultor implementará en esta etapa las dos campañas digitales para redes sociales, la primera orientada a la sensibilización de la restructuración de la ENEE y la segunda enfocada en la socialización de los costos en la cadena del suministro eléctrico en el área de Transmisión.

## **5) Evaluación**

Para la fase final, durante los dos meses siguientes el consultor dará seguimiento a los resultados obtenidos tras la implementación de la Estrategia de Comunicación e Identidad Corporativa para establecer los aciertos y/o desaciertos de la Estrategia y, asimismo; realizar los ajustes que sean necesarios a cualquiera de los componentes de ésta.

## **V. ACTIVIDADES A REALIZAR.**

Previo al desarrollo de las etapas de la consultoría requerida, el consultor/a deberá presentar inicialmente, un plan de trabajo que incluya la entrega de informes de avances periódicos con sus respectivos productos para la obtención de los objetivos de la consultoría.

Primera etapa comprende el análisis y diagnóstico actual de la situación de la ENEE en materia de comunicación e identidad corporativa, ésta primera etapa incluye las tareas que se detallan a continuación:

Tarea 1: Elaborar un Diagnóstico sobre el manejo actual de la comunicación tanto interna como externa y la identidad corporativa de la Empresa Nacional de Energía Eléctrica.

1.1 Investigar, analizar y evaluar, la situación actual de la ENEE en materia de comunicación e identidad corporativa.

1.2 Presentar el diagnóstico en el que se revele con claridad los hallazgos encontrados en el proceso de investigación y análisis del manejo actual que se le da a la comunicación e identidad corporativa de la empresa.

Segunda etapa: Elaborar un Plan de Comunicación y asimismo diseñar, implementar y dar seguimiento a la Estrategia de Comunicación e Identidad Corporativa, que también incluya el acompañamiento y transferencia de conocimientos en dos jornadas de capacitación que se realizarán de manera presencial, en un espacio destinado para tal fin y en un horario y fecha acordado previamente con el consultor (a). Esta etapa incluye las siguientes tareas:

Tarea 2: Elaborar un Plan de Comunicación que corresponda a los requerimientos actuales de la Empresa Nacional de Energía Eléctrica y que garantice los mejores resultados.

2.1 Elaborar una Estrategia de Comunicación e Identidad Corporativa que cree reputación, fidelidad y marca.

2.2 Implementar la Estrategia de Comunicación e Identidad Corporativa.

2.3 Acompañar y transferir conocimientos al equipo de colaboradores que participarán en la sostenibilidad de la estrategia mediante dos jornadas acordadas y calendarizadas previamente con el consultor, a quienes deberá enseñarles los requerimientos indispensables que debe tener y cumplir una Estrategia de Comunicación exitosa.

2.4 Dar seguimiento a los resultados de la Implementación de la Estrategia de Comunicación e Identidad Corporativa, con el propósito de establecer los aciertos y/o desaciertos de la Estrategia y, asimismo; realizar los ajustes que sean necesarios a cualquiera de los componentes de ésta.

Para la tercera etapa, el consultor debe elaborar y entregar dos manuales de estilo y políticas para la gestión eficaz de la comunicación interna y externa e igualmente, para el manejo apropiado de la identidad corporativa, esta fase involucrará las siguientes tareas:

Tarea 3: Elaborar y entregar el Manual de Comunicación Interna y Externa que contenga todos los elementos necesarios según el estándar actual aplicado en las empresas, organizaciones e instituciones, para una efectiva comunicación con los grupos de interés al interior de la empresa como fuera de esta.

- 3.1 Elaborar y entregar el Manual de Identidad Corporativa que recopile las directrices a seguir para posicionar, mantener y usar correctamente los distintos elementos gráficos que componen la imagen corporativa de la empresa.

En la cuarta etapa, se requiere elaborar e implementar dos campañas digitales para redes sociales y adaptarlas a otros medios de comunicación para su eventual difusión en otras alternativas mediáticas (televisión, radio e imprenta), la primera enfocada en la sensibilización sobre la reestructuración de la ENEE, según manda el marco legal aplicable, y la segunda enfocada en la socialización de los costos en la cadena del suministro eléctrico en el área de Transmisión, ambas deben efectuarse tanto a lo interno como externo de la empresa.

A continuación, se detallan las tareas a desarrollar en esta etapa:

Tarea 4: Diseñar e implementar una campaña digital para redes sociales y adaptarla a otros medios de comunicación para su eventual difusión en otras alternativas mediáticas (televisión, radio e imprenta), enfocada en la reestructuración de la ENEE.

- 4.1 Proporcionar los archivos digitales de la campaña (vídeos - spot, audios - cuña y artes – diseño gráfico) en formatos compatibles para televisión en alta definición, así como para radio, del mismo modo; los artes en formato editables para emplearlos como volantes, afiches, brochures u otros que sirvan de apoyo gráfico y visual para reproducirlos en el futuro y proporcionarlos a nuestro público meta.
- 4.2 Diseñar e implementar una campaña digital para redes sociales adaptable a otros medios de comunicación según se requiera, (televisión, radio e imprenta) orientada a la socialización de los costos en la cadena de suministro eléctrico en el área de Transmisión.
- 4.3 Proporcionar los archivos digitales de la campaña (vídeos - spot, audios – cuña y artes – diseño gráfico) en formatos compatibles para televisión en alta definición y para radio, asimismo, los artes en formato editables para emplearlos como volantes, afiches, brochures u otros que sirvan de apoyo gráfico y visual para reproducirlos en el futuro y proporcionarlos a nuestro público meta.

En la quinta etapa se debe dar seguimiento a los resultados de la implementación de la Estrategia de Comunicación e Identidad Corporativa, durante los dos meses siguientes a la instauración de la misma.

En esta quinta etapa se realizarán las siguientes actividades:

Tarea 5: Evaluar los resultados de la implementación de la Estrategia de Comunicación e Identidad Corporativa para identificar los aciertos y desaciertos de la misma y hacer los ajustes necesarios.

5.1 Dar seguimiento y evaluar los primeros resultados después del primer mes de haber sido implementada la Estrategia de Comunicación e Identidad Corporativa.

5.2 Dar seguimiento y evaluar al finalizar el segundo mes, los resultados después de haber hecho los ajustes necesarios en la primera evaluación, tras haberse implementado la Estrategia.

5.3 Elaborar y presentar un Informe del seguimiento efectuado en los dos meses siguientes de implementada la Estrategia de Comunicación e Identidad Corporativa, para corroborar el cumplimiento de los objetivos de la consultoría.

## **VI. PRODUCTOS E INFORMES A ENTREGAR**

Para proceder al pago de los honorarios pactados con el consultor en su contratación, y sin perjuicio de los numerales anteriores, el consultor deberá entregar a satisfacción de la ENEE, los productos detallados a continuación, según la fecha y calidad requerida conforme al Plan de Trabajo y Cronograma aceptado por la ENEE, los cuales deberán ser aprobados por la Dirección de Comunicación Empresarial, previo a la gestación de pagos y presentación definitiva. El consultor no puede modificar ninguno de los productos citados sin la autorización escrita de la Dirección de Comunicación Empresarial. El consultor deberá entregar los siguientes productos:

<b>No.</b>	<b>DETALLE DEL PRODUCTO</b>	<b>ENTREGA DEL PRODUCTO</b>
1	Plan de Trabajo	Una semana después de fecha de inicio de la consultoría
2	Un diagnóstico del manejo actual de la comunicación y la identidad corporativa tanto interna como externa de la Empresa Nacional de Energía Eléctrica, en el que se revele con claridad los hallazgos encontrados en el proceso de investigación y análisis del manejo actual que se le da a	3 semanas después de entregado el Plan de Trabajo

	la comunicación e identidad corporativa de la empresa.	
3	Elaborar y entregar el Plan de Comunicación y asimismo; diseñar e implementar y dar seguimiento a la Estrategia de Comunicación e Identidad Corporativa, que también incluirá el acompañamiento y transferencia de conocimientos en dos jornadas que se realizarán de manera presencial, en un espacio destinado para tal fin y en un horario y fecha acordado previamente con el consultor/a.	7 semanas después de la entrega del Diagnóstico
4	Elaborar y entregar un Manual de Comunicación Interna y Externa que contenga todos los elementos necesarios según el estándar actual aplicado en las empresas, organizaciones e instituciones, para una efectiva comunicación con los grupos de interés al interior de la empresa como fuera de esta.	2 semana después de la entrega del Producto 3
5	Elaborar y entregar un Manual de Identidad Corporativa que recopile las directrices a seguir para posicionar, mantener y usar correctamente los distintos elementos gráficos que componen la imagen corporativa de la empresa (logotipo, tipografía corporativa, paleta de colores corporativa, imágenes, íconos y simbología, etc.)	2 semanas después de la entrega del Producto 4
6	Diseñar e implementar una campaña digital para redes sociales y adaptarla a otros medios de comunicación para su eventual difusión en otras alternativas mediáticas (televisión, radio e imprenta), enfocada en la reestructuración de la ENEE.  (El consultor/a debe proporcionar archivos digitales entre ellos: vídeos y audios en calidad y formatos aptos para su divulgación en televisión en alta definición,	3 semanas después de la entrega del Producto 5

	y cuñas para radio. Asimismo, suministrar artes digitales en formato editable para emplearlos como material gráfico que se pueda reproducir en volantes, banners, afiches o trifolios, etc.) <sup>1</sup>	
7	<p>Diseñar e implementar una campaña digital para redes sociales adaptable a otros medios de comunicación según se requiera, (televisión, radio e imprenta) orientada a la socialización de los costos en la cadena de suministro eléctrico en el área de Transmisión.</p> <p>(El consultor/a debe proporcionar archivos digitales entre ellos: vídeos y audios en calidad y formatos aptos para su divulgación en televisión en alta definición, y cuñas para radio. Asimismo, suministrar artes digitales en formato editable para emplearlos como material gráfico que se pueda reproducir en volantes, banners, afiches o trifolios, etc.)<sup>2</sup></p>	2 semanas después del Producto 6
8	Dar seguimiento, evaluar y elaborar informe de los resultados de la implementación de la Estrategia de Comunicación e Identidad Corporativa, durante los dos meses siguientes a la instauración de la misma.	Una vez presentados y aprobados los informes relativos al seguimiento, evaluación y ajustes instaurados en la estrategia. (es decir 8 semanas después de la presentación y aprobación del producto 7)

## VII.COORDINACIÓN Y SUPERVISIÓN

El consultor reportará a la Dirección de Comunicación Empresarial de la ENEE, las actividades desarrolladas; quien a su vez, deberá aprobar y brindar el seguimiento al plan de trabajo y metodología a utilizar propuesta por el contratante, así como la aprobación de cada uno de los productos solicitados en estos términos de referencia.

<sup>1</sup> Los productos que requieran diseño gráfico, producción y edición audiovisual correrán por cuenta del consultor adjudicado.

<sup>2</sup> Los productos que requieran diseño gráfico, producción y edición audiovisual correrán por cuenta del consultor adjudicado.

## **VIII.DURACIÓN DEL SERVICIO DE CONSULTORIA**

En el marco de la ejecución de la consultoría y bajo la metodología propuesta por el contratante, el plazo estimado de ejecución de la consultoría es de **siete (7) meses**, contados a partir de la firma del contrato. El consultor firmará un contrato estándar que se utiliza para la contratación de consultores en proyectos financiados por el BID y se sujetará a todas las condiciones previstas en este instrumento sin excepción.

Se estima que el consultor permanecerá en Tegucigalpa para efectuar las acciones pertinentes en la consecución de los objetivos de la consultoría, elaborar los productos adicionales solicitados según lo detallado en la sección VI,asimismo llevar a cabo la implementación de la Estrategia, la transferencia de conocimientos y efectuar el seguimiento de los avances, a fin de reorientar lo que ser requiera para la presentación de resultados finales.

Una vez que se haya implementado la estrategia de comunicación e identidad corporativa, el consultor hará un seguimiento a la misma para establecer los aciertos y/o desaciertos de la Estrategia y, asimismo; realizar los ajustes que sean necesarios a cualquiera de los componentes de ésta.

El consultor trabajará con sus propios recursos y/o equipo, incluyendo vehículo, insumos para el transporte, viáticos y cualquier otro gasto requerido para el cumplimiento de sus tareas.

## **IX.LOGÍSTICA INSTITUCIONAL**

Cuando se requiera, el consultor podrá realizar sus actividades en las instalaciones de la Dirección de Comunicación Empresarial de la ENEE donde se le facilitará la información que considere pertinente para el desarrollo de sus actividades.

## **X. FORMA DE PAGO**

Se estima un presupuesto que incluye honorarios del consultor, impuesto sobre la renta, Gastos Administrativos (Emisión de documentación e informes, impresiones y copias; Pago de servicios de internet; Gastos para la primera reunión de Transferencia de Conocimientos dirigida al personal de la Dirección de Comunicación Empresarial, que acompañará la implementación de la Estrategia de Comunicación e Identidad Corporativa, el equipo de prensa y redes sociales (Copias, carpetas, coffe break, implementos de bioseguridad); Gastos para la segunda reunión de Transferencia de Conocimientos dirigida al personal que acompañará la implementación de la Estrategia de Comunicación e Identidad Corporativa, el equipo de prensa y redes sociales (Copias, carpetas, coffe break, implementos de

bioseguridad), Gastos de Viaje (Gastos de Alimentación, Gastos de Hotel y transporte, para trabajo en campo cuando se requiera).

La ENEE pagará al Consultor/a con recursos del Contrato de Préstamo BID No. 4598/BL-HO, por los servicios contratados, en caso el Consultor sea nacional los servicios contratados serán pagaderos en lempiras a la tasa de compra del día en que se genere el F01 (en caso de que el Consultor sea Internacional serán pagaderos en Dólares de los Estados Unidos de América); El consultor recibirá su pago mediante transferencia bancaria electrónica a través del Sistema Nacional de Pagos de Honduras, Sistema de Administración Financiera Integrada (SIAFI) y dentro de los treinta (30) días contados a partir de la presentación por el consultor/a, y aprobación del CONTRATANTE de la solicitud de pago y el informe o producto de acuerdo a lo previsto en los términos de Referencia conforme a la tabla siguiente:

No.	DETALLE DEL PRODUCTO	PORCENTAJE DE PAGO
1	Un plan de trabajo	5%
2	Un diagnóstico del manejo actual de la comunicación y la identidad corporativa tanto interna como externa de la Empresa Nacional de Energía Eléctrica, en el que se revele con claridad los hallazgos encontrados en el proceso de investigación y análisis del manejo actual que se le da a la comunicación e imagen corporativa de la empresa.	15%
3	Elaborar y entregar un Plan de Comunicación y, asimismo; diseñar, implementar y dar seguimiento a la Estrategia de Comunicación e Identidad Corporativa, que también incluirá el acompañamiento y transferencia de conocimientos en dos jornadas que se realizarán de manera presencial, en un espacio destinado para tal fin y en un horario y fecha acordado previamente con el consultor/a.	30%
4	Elaborar y entregar un Manual de Comunicación Interna y Externa que contenga todos los elementos necesarios según el estándar actual aplicado en las empresas, organizaciones e instituciones, para una efectiva comunicación con los grupos de interés al interior de la empresa como fuera de esta.	7.5%

5	Elaborar y entregar un Manual de Identidad Corporativa que recopile las directrices a seguir para posicionar, mantener y usar correctamente los distintos elementos gráficos que componen la imagen corporativa de la empresa (logotipo, tipografía corporativa, paleta de colores corporativa, imágenes, íconos y simbología, etc.).	7.5%
6	<p>Diseñar e implementar una campaña digital para redes sociales y adaptarla a otros medios de comunicación para su eventual difusión en otras alternativas mediáticas (televisión, radio e imprenta), enfocada en la reestructuración de la ENEE.</p> <p>(El consultor/a debe proporcionar archivos digitales entre ellos: vídeos y audios en calidad y formatos aptos para su divulgación en televisión en alta definición, y cuñas para radio. Asimismo, suministrar artes digitales en formato editable para emplearlos como material gráfico que se pueda reproducir en volantes, banners, afiches o trifolios, etc.)<sup>3</sup></p>	10%
7	<p>Diseñar e implementar una campaña digital para redes sociales adaptable a otros medios de comunicación según se requiera, (televisión, radio e imprenta) orientada a la socialización de los costos en la cadena de suministro eléctrico en el área de Transmisión.</p> <p>(El consultor/a debe proporcionar archivos digitales entre ellos: vídeos y audios en calidad y formatos aptos para su divulgación en televisión en alta definición, y cuñas para radio. Asimismo, suministrar artes digitales en formato editable para emplearlos como material gráfico que se pueda</p>	10%

<sup>3</sup> Los productos que requieran diseño gráfico, producción y edición audiovisual correrán por cuenta del consultor adjudicado.

	reproducir en volantes, banners, afiches o trifolios, etc.) <sup>4</sup>	
8	Dar seguimiento, evaluar y elaborar informe de los resultados de la implementación de la Estrategia de Comunicación e Identidad Corporativa, durante los dos meses siguientes a la instauración de la misma.	15%
	Total	100%

Los pagos de los productos o informes objeto de la consultoría, se efectuarán contra la presentación de los productos a satisfacción del contratante.

Las personas jurídicas de derecho público y derecho privado, que efectúen pagos o constituyan créditos en favor de personas naturales o jurídicas residentes en Honduras, no exoneradas del impuesto sobre la renta, deberán retener y enterar al fisco el doce punto cinco por ciento (12.5%) del monto de los pagos o créditos que efectúen por concepto de honorarios profesionales, de conformidad al Art. No. 50 de la Ley del Impuesto Sobre la Renta.

Para personas no residentes en Honduras de conformidad con la Ley del Impuesto Sobre la Renta, Decreto 182-2012, Artículo 5, inciso (3), de cada pago se retendrá el 25% por concepto de Impuesto sobre la Renta de acuerdo con la ley vigente del país, el costo por transferencia es responsabilidad del consultor ([www.sar.gob.hn](http://www.sar.gob.hn)).

Los proveedores o consultores nacionales deben acogerse al Acuerdo 189/2014 “Reglamento del Régimen de Facturación, otros Documentos Fiscales y Registro Fiscal de Imprentas”.

Los pagos se efectuarán contra la presentación de los productos descritos en el cuadro anterior en versiones impresas y electrónicas (Formato Ms Word y PDF) aprobados y acompañados de los siguientes documentos:

- a) Factura o Recibo original emitido por el consultor por el SAR.
- b) Aprobación de cada producto por la Dirección de Comunicación Empresarial de la ENEE.
- c) Copia Fotostática del Documento Nacional de Identificación o Pasaporte.
- d) Copia Fotostática del RTN (en caso de ser internacional, debe proporcionar el número fiscal correspondiente RUT/RUC/NIF/VAT entre otros).
- e) Copia del Registro del beneficiario del SIAFI (cuando aplique).
- f) Constancia de Pagos a Cuenta (cuando aplique).

---

<sup>4</sup> Los productos que requieran diseño gráfico, producción y edición audiovisual correrán por cuenta del consultor adjudicado.

## XI. PERFIL DEL CONSULTOR

El profesional debe cumplir con las siguientes calificaciones mínimas:

**Grado Académico:** Profesional universitario con título académico de Licenciado en Periodismo, Comunicación y Publicidad. Se valorará maestría o cursos de especialización en Comunicación e Imagen Corporativa, Publicidad y/o Diseño Gráfico, Identidad institucional, Marketing Digital y otros compatibles con esta consultoría.

### **Experiencia General:**

- Experiencia mínima de (10) años contados a partir de la fecha de obtención de su título en el grado académico de licenciatura.

### **Experiencia Específica:**

- Experiencia en el diseño, implementación y supervisión de estrategias de comunicación en al menos 3 iniciativas.
- Experiencia en al menos (3) asesorías en la gestión y evaluación de la identidad corporativa empresarial para empresas privadas u otros organismos.
- Al menos cinco (5) años de experiencia en el diseño de estrategias de comunicación, implementación y seguimiento, gestión y evaluación de la identidad corporativa a nivel nacional o regional.

## XII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Los criterios de evaluación no ponderados y ponderables que se presentan a continuación constituyen el marco de referencia para la evaluación que debe efectuar el Comité de Evaluación de cada uno de los candidatos propuestos. Los cuadros abajo descritos se han elaborado en base a la política de adquisiciones para este tipo de concursos.

### **Criterios No Ponderables (Cumple/No Cumple)**

<b>No.</b>	<b>CRITERIOS</b>
1	El consultor(a) debe ser nacional o de países miembros del Banco Interamericano de Desarrollo (BID)
2	El consultor(a) debe poseer un título académico de nivel universitario, con título académico de Licenciado en Periodismo, Comunicación y Publicidad.
3	Manejo avanzado de herramientas de Microsoft office: Excel, Word, Power Point, Project, en ambiente Windows e internet.

### Criterios Ponderables

No.	Factores y Metodología de Asignación de Puntajes	Detalle de Puntos	Puntaje Máximo
<b>1.</b>	<b>Experiencia general</b>		<b>30</b>
1.1	Experiencia mínima de (10) años contados a partir de la fecha de obtención de su título en el grado académico de licenciatura.		
	De 10 a 12 años	25	
	Mayor que 12 años e igual a 15 años	28	
	Mayor que 15 años	30	
<b>2.</b>	<b>Experiencia Especifica</b>		<b>65</b>
2.1	Experiencia en el diseño, implementación y supervisión de estrategias de comunicación en al menos 3 iniciativas.		20
	Entre 3 y 5 iniciativas	15	
	Entre 6 y 8 iniciativas	18	
	Mayor que 8 iniciativas	20	
2.2	Experiencia en al menos (3) asesorías en la gestión y evaluación de la identidad corporativa empresarial para empresas privadas u otros organismos.		20
	Entre 3 y 5 asesorías	15	
	Entre 6 y 8 asesorías	17	
	Mayor que 8 asesorías	20	
2.3	Al menos cinco (5) años de experiencia en el diseño de estrategias de comunicación, implementación y seguimiento, gestión y evaluación de la identidad corporativa a nivel nacional o regional.		25
	De 5 a 7 años	15	
	Mayor que 7 años y hasta 10 años	20	
	Mayor que 10 años	25	
<b>3</b>	<b>Otros estudios/especializaciones</b>		<b>5</b>
3.1	Maestrías en Comunicación e Imagen Corporativa, Publicidad y/o Diseño Gráfico, Identidad institucional, Marketing Digital y otros compatibles con esta consultoría.	3	
3.2	Cursos de especialización en Comunicación e Imagen Corporativa, Publicidad y/o Diseño Gráfico, Identidad institucional, Marketing Digital y otros compatibles con esta consultoría.	2	
	<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

El puntaje mínimo para calificar es de 70 puntos.

**Nota:** En caso de empates en la evaluación de los consultores, se considerará para la primera posición al candidato que presente el mayor número de años de experiencia en el diseño de estrategias de comunicación, implementación y seguimiento, gestión y

evaluación de la identidad corporativa a nivel nacional o regional, Sección 2.3 Experiencia Especifica.

### **XIII. CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN**

Durante la vigencia del contrato y por el periodo de dos (2) años siguientes a su finalización el consultor no podrá entregar, difundir y /o revelar ninguna información confidencial o de propiedad del contratante y relacionada con los servicios, las actividades u operaciones de esta consultoría; sin haber obtenido previamente autorización por escrito por parte del contratante.