



ENTE OPERADOR REGIONAL
DEL MERCADO ELÉCTRICO DE AMÉRICA CENTRAL

Términos de Referencia para contratación de
“Consultorías especializadas en
Comunicación Estratégica: Estudio de
Imagen y Plan Estratégico de
Comunicaciones EOR 2021-2025”

San Salvador, Julio de 2021



CONTENIDO

1	ANTECEDENTES.....	3
2	JUSTIFICACIÓN.....	5
3	OBJETIVOS.....	6
3.1	OBJETIVO GENERAL.....	6
3.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	6
3.2.1	ESTUDIO DE IMAGEN.....	6
3.2.2	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES - PEC.....	6
4	ALCANCES.....	7
4.1	FASE I – ESTUDIO DE IMAGEN (INVESTIGACIÓN Y DIAGNÓSTICO).....	7
4.1.1	ENTREGABLES PARA LA FASE I.....	8
4.2	FASE II – DESARROLLO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES....	8
4.2.1	ENTREGABLES PARA LA FASE II.....	9
5	METODOLOGÍA DE TRABAJO.....	10
6	PLAZO DE EJECUCIÓN.....	11
7	PERFIL Y EXPERIENCIA REQUERIDA.....	12
8	CONFIDENCIALIDAD.....	12
9	GARANTIAS.....	12
10	PRESENTACIÓN DE OFERTAS.....	13
11	PREPARACIÓN DE LA OFERTA.....	14
12	PRESENTACIÓN DE OFERTA.....	16
13	DOCUMENTOS DE OFERTA.....	16
14	EVALUACIÓN DE OFERTAS.....	17
15	NEGOCIACIÓN DE OFERTAS Y ADJUDICACIÓN DE CONTRATO.....	17
16	FORMA DE PAGO.....	18
17	ANEXOS.....	19



1 ANTECEDENTES

EL ENTE OPERADOR REGIONAL, que puede abreviarse EOR, es una entidad con personalidad jurídica propia y capacidad de Derecho Público Internacional con sede en San Salvador, El Salvador, constituida por el "Tratado Marco del Mercado Eléctrico de América Central" – Tratado Marco-, emitido mediante Acuerdo Ejecutivo N° 1292, del Ramo de Relaciones Exteriores de El Salvador y aprobado por Decreto Legislativo N° 207 de ratificación.

El EOR, es la institución responsable de operar y planificar el Sistema Eléctrico Regional (SER) y administrar el Mercado Eléctrico Regional (MER) con criterio técnico y económico, bajo estándares de calidad y seguridad; contribuyendo a un marco regulatorio sólido y previsible, para el desarrollo gradual de un Mercado más abierto y competitivo, en beneficio de los habitantes de América Central.

Durante los últimos 10 años, el EOR ha fortalecido sus capacidades y los procesos técnicos, comerciales e institucionales con el fin de cumplir con sus funciones y responsabilidades de acuerdo con la regulación regional desde que comenzó la operación del MER y se ha adaptado a los diferentes cambios regulatorios y a las exigencias del mismo mercado.

Para el EOR siempre ha sido primordial conocer la percepción que los/las usuarios/as o clientes tiene acerca del desempeño global, desarrollo y responsabilidad pública de la institución y lo que esta simboliza, tomando en cuenta que la imagen corporativa es un elemento definitivo y diferenciador que favorece a la buena reputación de la organización.

En este sentido, el EOR desde el año 2009 ha realizado diversos estudios de imagen para conocer la opinión de distintos usuarios sobre los aspectos más importantes del funcionamiento institucional.

La creciente demanda de la industria eléctrica en América Central ha requerido un mayor compromiso y responsabilidad por parte del Operador y Administrador del Mercado Eléctrico Regional, mejorando y adquiriendo competencias y comportamientos calificados para atender las exigencias de nuestros clientes.

Todas las acciones de mejora han sido guiadas por planes estratégicos permiten una adecuada implementación, control y seguimiento de las metas institucionales. Hoy en día podemos con toda seguridad decir que, el EOR cuenta con un modelo estratégico y operativo que le permite ejercer un rol efectivo en la operación, planificación y administración del Mercado Eléctrico Regional.

Para el quinquenio 2021-2025, con el compromiso de seguir avanzado a través de una gestión eficiente y eficaz basada en la mejora continua de los procesos y la adopción de buenas prácticas bajo estándares de calidad, la Junta Directiva del EOR aprobó el nuevo foco estratégico el cual se fundamenta en el fortalecimiento de la atención y servicios a nuestros clientes, así como en la modernización de su infraestructura física y tecnológica, la transformación digital y la cultura organizacional; y el desarrollo de su talento humano.

Como antecedente también es importante mencionar que el EOR desde 2014 ha estado trabajando con un Plan Estratégico de Comunicaciones, que tenía como objetivo principal “Incurtionar en el área de comunicación, difusión pública y relaciones interinstitucionales en aras de proyectar una imagen favorable y coherente como apoyo estratégico en el rol del EOR de administrador y operador del Sistema y Mercado Eléctrico Regional de América Central”. Este objetivo de comunicación se vinculo con el Plan Estratégico de EOR 2015-2019.

2 JUSTIFICACIÓN

En alineación con el tema estratégico “Enfoque a Clientes y vínculos efectivos con aliados estratégicos” se encuentra el objetivo estratégico “Desarrollar una comunicación estratégica efectiva” el cual se basa en diseñar una estrategia de comunicación Ad-Hoc que permita al EOR generar, mantener e incrementar los niveles de conocimiento, entendimiento, notoriedad e imagen entre sus públicos de interés o partes interesadas, lo que promoverá una mayor sinergia, cercanía, conexión y confianza mutua entre el EOR, sus clientes y aliados estratégicos y esto contribuirá al cumplimiento del plan estratégico organizacional 2020-2025.

Para diseñar una estrategia de comunicación efectiva que permita el logro de los objetivos organizacionales, es siempre requerido una adecuada planificación y en este sentido el EOR ve necesario la actualización de su Plan Estratégico de Comunicaciones, que este basado en: i) el Análisis y Diagnóstico de la situación actual de la comunicación en la organización, ii) los Objetivos de Comunicación iii) los Mensajes Claves que se transmitirán de acuerdo a los objetivos, iv) definición del Mapa de Públicos a quienes se transmitirán los mensajes, v) los canales, medios, tácticas que deben implementarse para transmitir los mensajes establecidos a los públicos identificados para lograr los objetivos propuestos, vi) Cronogramas, presupuesto e indicadores de seguimiento.

Con el objeto de contar con un diagnóstico certero sobre la imagen actual de la organización y determinar los lineamientos estratégicos de comunicación que sean congruentes con el Plan Operativo Global de la organización es importante la realización de un Estudio de Imagen.

El Estudio de Imagen permitirá realizar un análisis preciso de la situación externa e interna para saber dónde estamos, cual es el grado de percepción de mis clientes o públicos de interés sobre el EOR, y de su grado de satisfacción sobre la gestión y prestación del servicio que el EOR proporciona como operador del Sistema y Mercado Eléctrico Regional, además de conocer las brechas de diferencia entre la imagen ideal que deseamos proyectar y la imagen real de la organización, identificar áreas de crecimiento de acuerdo con las condiciones actuales y futuras del sector eléctrico regional.

Por lo tanto, el EOR plantea los presentes Términos de Referencia detallando los aspectos principales que debe abarcar esta consultoría, sin embargo, no están limitados a valores agregados que el oferte pueda ofrecer.

3 OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Contratar a una empresa consultora (en adelante LA EMPRESA CONSULTORA) para desarrollar una consultoría especializada en Comunicación Estratégica, que realice: 1) Estudio de Imagen y 2) el diseño y definición de un Plan Estratégico de Comunicaciones con el fin de impulsar, promover y contribuir al cumplimiento de la misión, visión y objetivos estratégicos del Ente Operador Regional, establecidos en el Plan Estratégico Institucional 2021-2025.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

3.2.1 ESTUDIO DE IMAGEN

- 3.2.1.1 Realizar un análisis y diagnóstico sobre la situación externa e interna del EOR, mediante la consulta de información existente y la realización de mediciones cuantitativas y cualitativas.
- 3.2.1.2 Conocer el estado actual de la imagen y reputación de la organización.
- 3.2.1.3 Conocer la satisfacción de nuestros clientes con la prestación y atención de los servicios que el EOR brinda en el MER de acuerdo con sus funciones y responsabilidades como operador eléctrico regional.
- 3.2.1.4 Identificar cuáles son los principales medios y canales que utilizan los públicos para informarse.

3.2.2 PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES - PEC

- 3.2.2.1 Contar con una estrategia de comunicación integral y efectiva que permita mantener e incrementar los niveles de conocimiento, entendimiento y notoriedad del EOR, de sus proyectos, de sus servicios, de talento humano, promoviendo mayor sinergia, cercanía, conexión entre sus clientes y aliados estratégicos.
- 3.2.2.2 Diseñar y proponer los objetivos de comunicación, mensajes claves, políticas, procedimientos para mejorar y consolidar la imagen corporativa del EOR en coherencia con los objetivos organizacionales, misión, visión y valores institucionales, para generar mayor confianza y aceptación por parte de los clientes y aliados estratégico.
- 3.2.2.3 Establecer los objetivos 3.2.2.1 y 3.2.2.2, y otras necesidades que el consultor identifique, definiéndolo en un respectivo cronograma y el presupuesto asociado al mismo.

4 ALCANCES

La consultoría especializada deberá realizarse por fases, donde se cumplan los siguientes alcances de acuerdo con cada fase:

4.1 FASE I – ESTUDIO DE IMAGEN (INVESTIGACIÓN Y DIAGNÓSTICO)

En esta fase se deberá realizar el diagnóstico respectivo sobre la percepción general que los clientes y público de interés del EOR tienen en cuanto al desempeño de la gestión y prestación de servicios que la institución presta en su entorno de operación interno y externo, evaluando las siguientes dimensiones:

1. Gestión Institucional: Gobernanza Corporativa (Junta Directiva), Dirección Ejecutiva, Desarrollo Corporativo, Talento Humano, Finanzas, Comunicación y Relaciones Públicas, Gestión Jurídica y Gestión Regulatoria.
2. Gestión de la Planificación y Operación del Sistema Eléctrico
3. Gestión Comercial del Mercado Eléctrico
4. Gestión de las Tecnologías de Información y Telecomunicaciones
5. Relacionamiento con proveedores
6. Cultura Organizacional: práctica ética de los valores, trato humano, mejora continua.
7. Enfoque al Servicio al Cliente
8. Cumplimiento con la identidad corporativa: Visión, Misión y Valores
9. Manejo de reuniones presenciales y por videoconferencia: Comités Técnicos 2015-2019
10. Manejo de eventos y talleres regionales desde 2015-2019

Universo o población para realizar el cálculo de la muestra

Se entiende que la investigación deberá recoger la opinión de los siguientes grupos de interés, procurando que cada muestra abarque el más amplio y calificado espectro posible:

Estudio de Imagen	Cantidad	Ubicación Geográfica
Operadores de Sistema y Mercados (OS/OM)	48	Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y Panamá.
Agentes autorizados y transmisores	147	Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y Panamá.
Organismos Regionales (CDMER-CRIE-EPR)	20	Guatemala, Costa Rica
Aliados Estratégicos	20	El Salvador, Estados Unidos, Honduras, Costa Rica, El Salvador
Personal EOR	45	El Salvador
Proveedores de Bienes y Servicios	20	El Salvador, Argentina, España, Costa Rica, Guatemala
Total	300	

La empresa consultora deberá definir la herramienta para recolección de la información más adecuada de acuerdo con la metodología de investigación que por el objeto del estudio como mínimo debe ser cuantitativa y cualitativa.

4.1.1 ENTREGABLES PARA LA FASE I

- i. Plan de trabajo acompañado de su respectivo cronograma
- ii. Metodología de investigación
- iii. Instrumentos para utilizar para la recolección de la información y método de análisis
- iv. Informe preliminar con avances del estudio, posterior a la recopilación de los datos mediante los distintos instrumentos de medición a utilizar
- v. Informe final del estudio, acompañado de un resumen ejecutivo a realizarse a Junta Directiva
- vi. Otros aspectos agregados que el consultor pueda incluir producto de lo encontrado en esta etapa de diagnóstico.
- vii. Los productos anteriores se deberán presentar en formato impreso y digital (USB).

4.2 FASE II – DESARROLLO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

Una vez llevada a cabo la fase de investigación y diagnóstico que comprende el Estudio de Imagen, y obtenida la evaluación general de la institución, se procederá a desarrollar el Plan Estratégico de Comunicaciones, el cual debe incluir todas las etapas básicas que contempla un PEC:

- A) Análisis de la situación actual.
- B) Análisis FODA.
- C) Definición de los objetivos y estrategias de comunicación, correlacionándolos con las necesidades de la organización.
- D) Definición de los públicos y mensajes claves especificados por cada público en coherencia con los objetivos.
- E) Definición de un plan de táctico donde se plasmarán todas las acciones, actividades, tácticas, herramientas, medios, canales, cronograma, presupuesto, requerido para lograr los objetivos de comunicación establecidos.
- F) Definición de indicadores para medir la gestión de la comunicación y su impacto en el cumplimiento de los objetivos de comunicación propuestos y de los objetivos organizacionales.
- G) Todas las que el consultor considere necesarias para lograr los objetivos de la consultoría.

4.2.1 ENTREGABLES PARA LA FASE II

- i. Plan y cronograma de trabajo**, lo suficiente detallado donde se establezca la secuencia ordenada, coherente y completa de las actividades que permitan la ejecución exitosa de la consultoría.
- ii. Informe preliminar con el borrador del Plan Estratégico de Comunicaciones**, el cual deberá comprender el avance parcial de la consultoría, incluyendo como mínimo el: diagnóstico de la situación, propuesta de estrategia y objetivos de comunicación, propuesta del plan de acción preliminar, cronograma, presupuesto y propuesta de indicadores de medición, así como las conclusiones y recomendaciones.
- iii. Informe final con el Plan Estratégico de Comunicaciones aprobado**, el cual deberá comprender el avance parcial de la consultoría, incluyendo como mínimo el: diagnóstico de la situación, propuesta de estrategia y objetivos de comunicación, propuesta del plan de acción preliminar, cronograma, presupuesto y propuesta de indicadores de medición, así como las conclusiones y recomendaciones.
- iv. Aprobación del Informe Final.** La dirección ejecutiva del EOR, con base a la recomendación del Comité del Proyecto, será la encargada de aprobar a entera satisfacción el Informe del Plan Estratégico de Comunicaciones final.
- v. El formato para entrega de los productos anteriores debe ser en formato impreso y digital (USB).**

5 METODOLOGÍA DE TRABAJO

- 5.1 Una vez recibida la orden de inicio, para el desarrollo de la consultoría especializada contemplando sus 2 fases, la empresa consultora deberá elaborar y presentar, previo a cualquier otra actividad, los respectivos planes de trabajo junto con su cronograma, que sean lo suficientes detallados con una secuencia ordenada, coherente y completa de las actividades que le permitan la ejecución exitosa de la consultoría.
- 5.2 Los planes de trabajo y el respectivo cronograma, deberá ser presentado al Director Ejecutivo y al equipo de trabajo designado para dicho proyecto, para su respectiva aprobación y dar inicio con las actividades propias de la consultoría de acuerdo con el inicio de cada fase secuencial.
- 5.3 En caso de requerirse ajustes, la empresa consultora contará con tres (5) días hábiles contados a partir del día de la solicitud de ajuste, para presentar el Plan y Cronograma de Trabajo actualizado de acuerdo con cada fase.
- 5.4 Para la realización de la Fase I que comprende el Estudio de Imagen, la empresa consultora deberá presentar una descripción de la metodología que propone utilizar para la recolección de la información tales como: herramientas y técnicas de investigación tanto cuantitativas y cualitativas y la administración de la recolección de la información.
- 5.5 El EOR a través de la Coordinadora de Comunicaciones y Relaciones Públicas, suministrará al consultor la lista de públicos a entrevistar para el Estudio de Imagen, así como otras fuentes de información primaria y secundarias de acuerdo al ámbito de la investigación, como lo es: el funcionamiento del EOR y su entorno de operación, reglamentos, planes estratégicos, estudios y encuestas de opinión, entre otros insumos de información que la empresa consultora considere claves para el desarrollo del Estudio de Imagen y la elaboración del nuevo Plan Estratégico de Comunicaciones.
- 5.6 La empresa consultora podrá sostener previa coordinación con el coordinador del comité del proyecto las reuniones que considere necesarias para la ejecución exitosa de los planes de trabajo.
- 5.7 Las comunicaciones que se den entre las partes deberán ser respaldas por escrito por medio de notas o correos electrónicos o actas de reuniones sobre las decisiones tomadas. Carecerán de validez las comunicaciones y/o compromisos verbales.
- 5.8 La empresa consultora deberá presentar un informe con el Plan Estratégico de Comunicaciones "Preliminar", el cual deberá comprender el avance parcial de la consultoría, incluyendo como mínimo el: diagnóstico de la situación, propuesta de

estrategia y objetivos de comunicación, propuesta del plan de acción preliminar, cronograma, presupuesto y propuesta de indicadores de medición, así como las conclusiones y recomendaciones.

- 5.9 Dicho informe preliminar se presentará (ya sea presencial o virtual) al director ejecutivo y Comité del Proyecto, deberá estar rubricado por el consultor en formato PDF y también presentar una versión editable en caso se requiera realizar modificaciones y/o comentarios al mismo
- 5.10 La presentación del Plan Estratégico de Comunicaciones “final” deberá presentarse (ya sea presencial o virtual) a la Junta Directiva, director ejecutivo y Comité del Proyecto, mediante una exposición mediante cualquier programa para presentaciones: Power Point, Prezzi, Canva...entre otras.
- 5.11 El Plan Estratégico de Comunicaciones 2020-2025, deberá presentarse de forma electrónica e impresa, junto con toda la documentación asociada, por medio de una carta digital e impresa y rubricado en cada una de sus páginas por el representante de la empresa consultora.
- 5.12 La empresa consultora deberá permanecer disponible durante todo el período de desarrollo de la consultoría para realizar teleconferencias/videoconferencias para atender solicitudes de aclaraciones, consultas y resolver inquietudes por parte con el coordinador del Comité del Proyecto o de todo el Comité.

6 PLAZO DE EJECUCIÓN

Noventa (90) días calendario, contados a partir de la Orden de Inicio de las actividades de la consultoría.

7 PERFIL Y EXPERIENCIA REQUERIDA

Los servicios profesionales por contratar deberán ser brindados por una persona jurídica, es decir, una empresa consultora que cumpla con las siguientes condiciones:

- Experiencia relevante y comprobable por lo menos de (15) años, en las áreas de la Ciencias de la Comunicación, tales como: Comunicación Estratégica, Comunicación Corporativa, Relaciones Públicas, Comunicación Social, Comunicaciones Integradas
- Experiencia comprobable en este tipo de consultorías de por lo menos diez (10) años en análisis del entorno y opinión pública, branding, comunicación organizacional, desarrollo de planes estratégicos de comunicación, sistemas integrales de comunicación, en empresas privadas y/o públicas, **preferiblemente en empresas del sector eléctrico ya sean a nivel local o internacional.**
- Se debe incluir 3 referencias comprobables de trabajos similares realizados por la empresa consultora en temas de consultoría en comunicaciones estratégicas, estudios y análisis de entorno de marca o imagen corporativa.
- Se debe incluir el currículum vitae (hoja de vida) del equipo de profesionales que trabajará en el desarrollo de la consultoría.
- Demostrar otros conocimientos y certificaciones tales como: Sostenibilidad y Responsabilidad Social Empresarial, Manejo de Crisis y Gestión de Riesgo, Publicidad-Mercadeo, Antropología, Diseño Gráfico, Planeamiento Estratégico, Manejo de Proyectos, Marketing Digital, Periodismo, Cultura Organizacional, Gestión del Servicio al Cliente, Marketing Digital.

8 CONFIDENCIALIDAD

- 8.1 Los informes, entrevistas, productos, entregables, borradores y en general cualquier papel de trabajo, documentación o información que recopile, documente desarrolle, genere o produzca LA EMPRESA CONSULTORA que se deriven de la presente consultoría, serán propiedad del EOR.
- 8.2 La empresa consultora mantendrá la confidencialidad de la información proporcionada y producida desde el momento que empiece su recopilación, documentación o realización, durante la prestación de los servicios e incluso luego de terminados los mismos. En ninguna circunstancia, la información proporcionada o producida será puesta en conocimiento de un tercero
- 8.3 La empresa consultora no podrá hacer uso de la información proporcionada o producida (ni ninguna otra entidad o persona adicional) sin el consentimiento expreso, previo y por escrito del EOR, salvo para lo pretendido en la prestación de servicios.
- 8.4 El detalle de los términos de confidencialidad se incluirá en el respectivo contrato u orden de compra.

9 GARANTIAS

Se consideran como instrumentos válidos para constituir las garantías exigidas para el presente proceso de licitación, los siguientes: Depósitos en efectivo a la cuenta bancaria que el EOR designe, Fianza o Garantía bancaria emitidas a través de un Banco, Compañía Aseguradora o Afianzadora debidamente autorizada por la Superintendencia del Sistema Financiero de El Salvador y aceptable para el EOR o Carta de Crédito stand-by, las cuales deberán ser confirmadas por el banco que el EOR designe y emitidas en Dólares de los Estados Unidos de América.

a) Garantía o Fianza de Fiel Cumplimiento

Una vez se firme el Contrato, el oferente contratado deberá proporcionar al EOR dentro de los diez (10) días hábiles siguientes de dicha firma, la Garantía de Fiel Cumplimiento por un monto equivalente al diez por ciento (10%) del monto total del contrato. La validez de la Garantía de Fiel Cumplimiento deberá exceder en treinta (30) días calendario a la fecha de finalización del periodo de 90 días estipulado, a satisfacción del EOR.

10 PRESENTACIÓN DE OFERTAS

El Ente Operador Regional, recibirá ofertas técnicas y económicas en dólares de los Estados Unidos de América, debidamente selladas, válidas por un periodo no menor de sesenta (60) días calendario, contados a partir de la fecha de recepción de la oferta. Para este proceso se deberá considerar:

- a) El EOR es una institución exenta del pago de impuestos en El Salvador.
- b) Es responsabilidad del Oferente examinar todas las instrucciones, formularios y condiciones de los términos de referencia y de proporcionar toda la información o documentación requerida en los documentos de oferta, incluyendo el cuadro Resumen de ofertas incluido en los anexos del presente documento.
- c) **Entendimiento del Oferente:** Es entendido que el oferente, antes de presentar su oferta ha examinado y ha comprendido el objeto, alcance y naturaleza del suministro solicitado por medio de los presentes términos de referencia, y de todo detalle que pueda afectar, de cualquier manera, los alcances a que se refieren estas bases, incluyendo el que en caso de resultar adjudicado, se someterá a la Jurisdicción y Competencia de los Juzgados de la República de El Salvador y sus Tribunales Superiores con renuncia expresa de su propio fuero o del que pudiera corresponderle en cuantas cuestiones o litigios se susciten, con motivo de la interpretación, aplicación o cumplimiento del Contrato a suscribir.

También es entendido que el oferente acepta las condiciones de los plazos y forma de entrega de los productos de la consultoría definidas por el EOR.

Ningún convenio verbal o conversación con cualquier funcionario, agente o empleado del EOR, ya fuere anterior o posterior a la presentación de oferta o a la firma del contrato, afectará o modificará los términos y obligaciones contenidos en los presentes términos de referencia.

El EOR no será responsable de las consecuencias derivadas de la falta de conocimiento o mala interpretación de estos términos de referencia por parte del oferente.

- d) **Consultas:** El oferente examinará cuidadosamente los presentes términos de referencia y si tuviere alguna duda podrá solicitar aclaración por escrito al EOR, a la dirección indicada en las Instrucciones Específicas, hasta siete (7) días hábiles antes de la hora y fecha límite de presentación de las Ofertas. Después de este plazo, no se atenderán consultas o solicitudes.

El EOR responderá, también por escrito, cualquier solicitud de aclaración que reciba al menos hasta cinco (5) días hábiles antes de la hora y fecha límite de presentación de las Ofertas. El EOR enviará copia de las respuestas, incluyendo una descripción de las consultas realizadas, sin identificar su fuente, a todos los Oferentes potenciales que hubiesen adquirido sin costo alguno los términos de referencia directamente del EOR. Si, como resultado de las aclaraciones, el EOR considerase necesario modificar los términos de referencia, se realizará la modificación respectiva, siguiendo el procedimiento indicado en el literal siguiente.

- e) **Adendas:** El EOR podrá enmendar los términos de referencia a través de la emisión de adendas, al menos hasta tres (3) días hábiles antes de la hora y fecha límite de presentación de las Ofertas.

Cualquier adenda que se emita formará parte de los términos de referencia y será notificado por escrito a todos los Oferentes que hayan adquirido estos documentos directamente del EOR.

Cuando se hubiesen emitido una adenda a términos de referencia, el EOR a su discreción, podrá otorgar un tiempo razonable a los Oferentes potenciales para preparar sus ofertas con motivo de dicha adenda; el EOR podrá, prorrogar la hora y fecha límite de presentación de las ofertas, mediante la emisión de la Adenda correspondiente.

11 PREPARACIÓN DE LA OFERTA

Para la presentación de su oferta, el Oferente deberá preparar un original de los documentos que constituyen su Oferta. El original de la Oferta deberá de ser presentada de forma digital

y firmado por una persona debidamente autorizada para firmar en representación del Oferente.

El Oferente sufragará todos los gastos relacionados con la preparación y presentación de su Oferta. El EOR no será responsable en ningún caso de dichos costos, independientemente de la forma cómo se lleve a cabo el proceso de selección o su resultado.

Las raspaduras, omisiones, adiciones, borrones, enmendaduras, sobre-borrados, entrelíneas, sobre líneas y/o testados que presente la oferta, deben estar debidamente salvados, pero no podrán ser subsanados una vez recibida la oferta por parte del EOR.

Podrán presentarse ofertas parciales relativas a los lugares de prestación de los servicios, pero de ninguna manera se aceptarán servicios parciales de acuerdo a los alcances de cada uno de ellos.

a) Firma de la Oferta

El oferente, deberá firmar y sellar los documentos correspondientes a las secciones del Documento de Oferta.

En la oferta deberá detallarse el Nombre y domicilio de la persona(s) autorizada que firma(n) la oferta.

El representante de LA EMPRESA CONSULTORA deberá tener la facultad para contraer las responsabilidades que corresponda por y en representación de su representado y deberá presentar la documentación legal que lo acredite como tal.

b) Requerimientos Legales de los Oferentes

LA EMPRESA CONSULTORA como Persona Jurídica deberá presentar fotocopia de la documentación siguiente:

- i. Testimonio de Escritura Pública de Constitución de la Sociedad debidamente inscrita en el Registro correspondiente.
- ii. Testimonio de Escritura Pública de Modificación, Transformación o Fusión de la Sociedad inscrita en el Registro (si hubiere).
- iii. Credencial vigente del Representante Legal u otro documento que lo acredite como tal, o Testimonio de la Escritura Pública del Apoderado, documentos que deberán estar debidamente inscritos, notariados y apostillados o la correspondiente cadena de Auténticas requerida para que surta su efecto en El Salvador, cuando aplique.
- iv. Documento Único de Identidad (DUI), NIT, Pasaporte o Carné de Residente, según corresponda, del Representante Legal o Apoderado de la Sociedad, documentos que deben estar vigentes.

En caso de resultar adjudicado deberá presentar los documentos debidamente legalizados.

12 PRESENTACIÓN DE OFERTA

El periodo para la presentación de ofertas será a más tardar 30 de julio 2021, a las dieciséis horas (16:00 horas, hora de El Salvador), y podrá ser presentada de forma electrónica según se detalla a continuación:

1. Presentación de oferta de forma electrónica podrá enviarse a la dirección siguiente:

licitaciones@enteoperador.org

El oferente o representante encargado de presentar o enviar la oferta deberá asegurarse, mediante la confirmación por parte del EOR de la recepción de la misma antes de la fecha y hora límite de entrega.

Queda claramente establecido que, cualquier documento de oferta presentado después de la hora y fecha señaladas, no serán recibidos por el EOR.

A ningún oferente se le permitirá modificar los documentos de oferta, después de la fecha y hora límite fijados para su recepción.

LOS VALORES EXPRESADOS EN LA OFERTA ECONÓMICA (EN NUMEROS Y LETRAS), NO PODRÁN SER PRESENTADOS CON RASPADURAS, OMISIONES, ADICIONES O BORRONES, ENMENDADURAS, SOBREBORRADOS, ENTRELÍNEAS, SOBRE LÍNEAS Y/O TESTADOS; POR LO TANTO, LA OFERTA QUE PRESENTE CUALQUIERA DE ESTAS CONDICIONES SERÁ OBJETO DE DESCALIFICACIÓN.

El EOR se reserva el derecho de realizar consultas y/o visitas de campo a los participantes en la gestión, a las empresas de los clientes de los participantes, para verificar la información y documentación presentada en las ofertas.

13 DOCUMENTOS DE OFERTA.

La oferta deberá ser presentada en dos SOBRES o CARPETAS separadas, denominadas 1- Oferta Económica y 2- Oferta Técnica, preparados en la forma siguiente:

SOBRE o CARPETA 1. Oferta Económica: Propuesta de Precio Total y detallado para la consultoría “**Estudio Imagen y Plan Estratégico de Comunicaciones EOR 2021-2025**” de acuerdo con lo especificado en estos términos de referencia.

SOBRE O CARPETA 2. Oferta Técnica: para la consultoría **Estudio Imagen y Plan Estratégico de Comunicaciones EOR 2021-2025**”, de acuerdo con lo especificado en estos términos de referencia como especificaciones técnicas, tiempos de entrega, experiencia del consultor, garantías, etc.

El Ente Operador Regional es una institución exenta de impuestos, y recae sobre el proveedor la responsabilidad de pago de los impuestos pertinentes según cada caso particular.

14 EVALUACIÓN DE OFERTAS

A. Conformación de Comité de Evaluación de Ofertas

El EOR designará los miembros que conformarán el Comité de Evaluación de Ofertas que será el encargado de realizar el proceso de evaluación de las mismas para determinar la que será elegida como el primer lugar.

B. Rechazo de Ofertas

Durante el proceso de Evaluación de Ofertas, el EOR podrá rechazar las Ofertas por las siguientes causas:

- a) La oferta no cumple con lo requerido en los presentes términos de referencia.
- b) La oferta estuviese incompleta.
- c) Conforme a registros del EOR, el oferente estuviese descalificado.

C. Consultas y Aclaraciones

Para facilitar el proceso de evaluación de las ofertas, el EOR podrá requerir a los Oferentes aclaraciones sobre sus ofertas, mismas que deberán ser presentadas dentro de un plazo razonable que será estipulado por el EOR.

Cualquier solicitud de aclaración y todas las aclaraciones se realizarán por escrito.

Si un Oferente no proporciona aclaraciones sobre la información solicitada a más tardar en la hora y fecha estipuladas en el pedido de aclaración, su oferta podrá ser rechazada. El EOR, durante el proceso de evaluación de la oferta se reserva el derecho de solicitar por escrito al oferente la información y/o documentación adicional ya sea jurídica, financiera y técnica que considere pertinente.

15 NEGOCIACIÓN DE OFERTAS Y ADJUDICACIÓN DE CONTRATO.

- a) Negociación de Ofertas: En caso de que el EOR lo estime necesario, procederá a convocar a la empresa o persona natural con la oferta mejor evaluada, a una ronda de negociación, en la cual se le explicará el motivo del llamado a negociar, se le informará de los rubros en los cuales el EOR propone reconsiderar la oferta y establecerá una fecha y hora para la presentación de las aclaraciones técnicas requeridas en esta etapa de negociación.
- b) Notificación: la persona jurídica o persona natural, con oferta ubicada en Primer Lugar de la etapa de negociaciones recibirá una carta de notificación y se le invitará a revisar los aspectos del contrato por firmar.

- c) Suscripción de contrato: si el EOR considera que no hay más condiciones que acordar con el oferente cuya oferta se encuentre ubicada en primer lugar, se procederá a definir la fecha y hora de firma de contrato.
- d) Notificación a los participantes: el EOR notificará a los participantes el resultado de la adjudicación del contrato.
- e) El EOR podrá realizar adjudicaciones parciales relativos a los lugares de prestación de servicio, pero de ninguna manera se adjudicarán servicios parciales de acuerdo con los alcances de cada uno de ellos.

16 FORMA DE PAGO

Los pagos se realizarán contra la entrega y aprobación de los respectivos productos, de acuerdo con el siguiente detalle:

Producto o Actividad	Porcentaje de Pago sobre el Valor Total del Contrato
Planes de trabajo y cronogramas de Fase I y II	20%
Entregable Fase I – Estudio de Imagen	30%
Entregable Fase II – Plan Estratégico de Comunicaciones	50%

17. ANEXO CUADRO RESUMEN DE OFERTA

Hitos de Oferta	Valor Ofertado
Entregable Fase I – Estudio de Imagen	
Entregable Fase II – Plan Estratégico de Comunicaciones	
Valor Total de Oferta	



18. ANEXO FORMATO DE CONSTANCIA DE EXPERIENCIA

XX de XXXX 2021

Señores
Ente Operador Regional
Presente

Por este medio hacemos de su conocimiento que: **NOMBRE DE LA EMPRESA**, ha brindado el servicio de Consultoría **NOMBRE DE LA CONSULTORIA**, valorada en \$ **VALOR DE PROYECTO EN DOLARES** durante el período del **DIA** de **MES AÑO** a la fecha, el cual se puede evaluar como:

Excelente	<input type="checkbox"/>
Bueno	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Deficiente	<input type="checkbox"/>

Atentamente,

Representante de la Empresa Emisora de la constancia

