

## **Términos de Referencia para la Contratación de una Estrategia de Comunicación para ECUACIER**

### **1. Antecedentes**

ECUACIER, es un Organismo No Gubernamental (ONG), sin fines de lucro, de naturaleza civil, de apoyo al sector eléctrico ecuatoriano, reconocido por el Estado a través del, en ese entonces Ministerio de Energía y Minas según Acuerdo Ministerial No. 146, de fecha 05 de agosto de 1998, es el máximo representante del Sector Eléctrico Ecuatoriano ante la Comisión de Integración Energética Regional -CIER-, tiene por misión vincular a las empresas y organismos del sector eléctrico ecuatoriano, con los organismos y entidades que conforman la CIER; así como, coordinar la asistencia y la cooperación técnica entre las empresas y organismos del sector eléctrico ecuatoriano y sus similares del exterior; y, colaborar en la formación y capacitación del talento humano, en todos los niveles, y su intercambio entre las empresas y organismos del sector eléctrico dentro y fuera del país. Dentro de sus funciones, propende, a través de foros, conferencias, seminarios y encuentros, una estrecha colaboración entre las empresas y organismos que se ocupan de la generación, transmisión, distribución, despacho, comercialización y regulación de la energía eléctrica en el país, para intercambiar experiencias, documentación y el conocimiento de técnicos especializados en diversos temas en el ámbito nacional e internacional.

### **2. Justificación**

La imagen corporativa y la estrategia de comunicación son esenciales para posicionar a ECUACIER como un referente en el sector eléctrico ecuatoriano y regional. La actualización de la identidad gráfica y la implementación de una estrategia de comunicación permitirán mejorar la visibilidad y el reconocimiento de la organización, facilitando su labor de integración y capacitación.

### **3. Marco Normativo**

Este proceso de contratación se enmarca en las normativas vigentes en Ecuador para la contratación de servicios profesionales, cumpliendo con los requisitos de transparencia y eficiencia establecidos por la ley.

### **4. Objetivo General**

Desarrollar una estrategia de comunicación integral para ECUACIER que incluya la creación de una nueva identidad gráfica, un manual de marca, una estrategia de posicionamiento y lobby. Así también, elaborar la línea gráfica para el Seminario Nacional del Sector Eléctrico.

### **5. Objetivos Específicos**

- Diseñar un nuevo logotipo institucional.
- Elaborar un manual de marca completo y detallado.

- Implementar la nueva página web institucional.
- Crear una estrategia de posicionamiento y lobby ante los actores de interés de ECUACIER.
- Desarrollar la línea gráfica para el Seminario Nacional del Sector Eléctrico.

## **6. Resultados Esperados**

- Un nuevo logotipo institucional aprobado por ECUACIER.
- Un manual de marca completo y detallado. Incluye, además: imagen impresa, imagen digital, merchandising, vestimenta institucional.
- Una estrategia de posicionamiento y lobby documentada y lista para su implementación.
- Una línea gráfica específica para el Seminario Nacional del Sector Eléctrico.

## **7. Metodología de Trabajo**

El proveedor deberá:

- Realizar un diagnóstico inicial y análisis de la situación actual de la comunicación de ECUACIER.
- Trabajar de manera colaborativa con el equipo de ECUACIER para la elaboración del logotipo y manual de marca.
- Desarrollar talleres y sesiones de trabajo con los actores de interés para la creación de la estrategia de posicionamiento y lobby.
- Diseñar y validar las propuestas gráficas con el equipo organizador del Seminario Nacional del Sector Eléctrico.

## **8. Tiempos de Entrega**

El proveedor deberá presentar el cronograma de trabajo, considerando las siguientes entregas:

- Diagnóstico inicial: 1 semanas desde la firma del contrato.
- Línea gráfica (logotipo institucional): 3 semanas desde la firma del contrato.
- Manual de marca: 5 semanas desde la aprobación del logotipo.
- Página web publicada: 4 semanas desde la aprobación de la línea gráfica.
- Estrategia de posicionamiento y lobby: 4 semanas desde la firma del contrato.

- Línea gráfica para el seminario: 6 semanas desde la firma del contrato.

## **9. Responsabilidades de la Organización**

ECUACIER se compromete a:

- Proveer toda la información y documentación necesaria para el desarrollo del proyecto.
- Facilitar el acceso a los actores de interés y coordinar las sesiones de trabajo.
- Revisar y aprobar las propuestas presentadas en los plazos establecidos.

## **10. Responsabilidades del Proveedor**

El proveedor deberá:

- Cumplir con los plazos de entrega establecidos en el cronograma.
- Garantizar la calidad y originalidad de los diseños y estrategias propuestas.
- Trabajar de manera colaborativa y receptiva con el equipo de ECUACIER.
- Presentar los productos finales en versión digital editable e impresos con firmas de responsabilidad.

## **11. Perfiles de los Especialistas a Brindar el Servicio**

- 1 coordinador de comunicación y relaciones públicas.
  - Título de tercer nivel en comunicación, marketing, administración o similares.
  - Al menos, cinco años de experiencia en gestión de comunicación institucional, campañas de marketing, posicionamiento institucional o similares.
- 2 diseñadores multimedia con experiencia en identidad corporativa.
  - Título de tercer nivel en diseño gráfico o similares.
  - Al menos, tres años de experiencia.
- 1 analista de sistemas con experiencia en manejo de páginas web.
  - Título de tercer nivel en sistemas o afines.
  - Al menos, dos años de experiencia.

## **13. Propiedad Intelectual**

Todos los productos desarrollados en el marco de este contrato serán propiedad exclusiva de ECUACIER.

#### **14. Criterio de Evaluación a los Proveedores**

- Experiencia y portafolio de proyectos similares: 30%
- Propuesta técnica y metodología de trabajo: 30%
- Capacidad del equipo de trabajo: 20%
- Propuesta económica: 20%

*Relaciones Públicas*

*ECUACIER*

