



TÉRMINOS DE REFERENCIA

**DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE IMAGEN Y  
POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL QUE  
APOYE EL FORTALECIMIENTO DE LA  
GESTIÓN DE LA ONE DURANTE EL PERÍODO  
2023-2024.**

Santo domingo, R.D.



TÉRMINOS DE REFERENCIA

DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE IMAGEN Y POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL QUE APOYE EL FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN DE LA ONE DURANTE EL PERÍODO 2023-2024.

Contenido

I. ANTECEDENTES .....2

II. OBJETIVOS DE LA CONTRATACIÓN .....3

III. ALCANCE DE LOS TRABAJOS .....4

IV. PRODUCTOS .....4

V. PERFIL DE CONSULTOR/A A CONTRATAR .....5

VI. FORMA DE PAGO .....6

VII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN .....6





## I. Antecedentes

La Oficina Nacional de Estadística (ONE) fue creada el 1 de noviembre de 1935, con el objetivo principal de recolectar, revisar, elaborar y publicar las estadísticas nacionales relacionadas con las actividades económicas, agrícolas, comerciales, industriales, financieras, medioambientales y sociales de la población.

Actualmente, entre las principales responsabilidades de la ONE se encuentran la realización de los censos y encuestas nacionales; la producción de estadísticas en materia económica, demográfica, social, ambiental y agropecuaria; generación de la base de datos cartográficas y el diseño y desarrollo de investigaciones. Asimismo, el mandato de coordinar los servicios estadísticos que se derivan de las demandas de información de los principales instrumentos de planificación nacional: Estrategia Nacional de Desarrollo (END) y el Plan Nacional Plurianual del Sector Público (PNPSP) a través de la implementación del Plan Estadístico Nacional (PEN).

La ONE posee gran producción de información estadística de alcance nacional y segregada en diferentes niveles territoriales, con publicaciones diversas, además, la generación de numerosas bases de datos de valor incalculable. Esto con el fin de aportar con datos estadísticos oportunos y de calidad a los tomadores de decisiones, usuarios gubernamentales, no gubernamentales, privados, la sociedad civil y en los organismos internacionales.

En la definición del Plan Estratégico institucional (PEI) 2021 – 2024, se estableció como misión institucional “Satisfacer la demanda de estadísticas oficiales, mediante su producción, divulgación y la coordinación de los servicios estadísticos, para la toma de decisiones públicas y privadas en contribución a la mejora de la calidad de vida de la población y el desarrollo nacional”.

Con el fin de contribuir al logro de la misión institucional y brindar mejores servicios a la ciudadanía, la ONE se ha propuesto fortalecer los procesos internos, asegurando la calidad del desempeño institucional mediante la implementación de un modelo de gestión organizacional integral y eficiente, que cimiente nuestros procesos en el uso de nuevas tecnologías, **la comunicación estratégica**, la innovación de procesos y simplificación de trámites.

En ese sentido, y como complemento a la elaboración de este PEI, se realizó el análisis de las fuerzas impulsoras de la institución para poder identificar de la capacidad de respuestas a partir de las percepciones internas y externas hacia la ONE. Este análisis evidenció la necesidad de crear una estrategia para priorizar y fortalecer el



**posicionamiento y reconocimiento de la imagen institucional**, estableciendo como resultado esperado tener una imagen reconocida y valorada a través de la difusión de sus productos y acciones.

Con el propósito de impulsar y garantizar la salud de marca y el **posicionamiento e imagen institucional**, se hace necesario fortalecer narrativa sobre el quehacer de la ONE y su rol como ente responsable de la producción y difusión de las estadísticas oficiales, así como la importancia y relevancia que tienen las estadísticas oficiales dentro de la estrategia de Estado, la planificación nacional y la toma de decisiones para la creación de políticas públicas.

Asimismo, se necesita mejorar la imagen y posicionamiento dentro de las instituciones que componen el Sistema Estadístico Nacional (SEN), como una forma de fortalecer la producción de estadísticas oficiales a partir de registros administrativos, contribuyendo a cambiar la imagen y el reconocimiento de la ONE más allá de la realización de las encuestas anuales y el levantamiento de un censo cada 10 años.

Es por esto por lo que, se hace necesario el aprovechamiento la coyuntura del contexto actual de la institución para instalar el enfoque narrativo propicio para sentar las bases del discurso institucional, fortalecer el posicionamiento y establecer una imagen institucional que logre colocar a la ONE en el **tope de la mente** de los grupos de interés y todos los usuarios como el ente referente en materia estadística. Esto a su vez permitirá crear y garantizar las condiciones propicias para continuar impulsando la actualización del marco legal y regulatorio que data del 1959 y que representa una de las principales limitaciones que enfrenta la ONE.

Con el propósito de propiciar el posicionamiento de la gestión y propiciar el discurso institucional, se requiere elaboración de una estrategia y un plan de acción para el posicionamiento de la imagen institucional a partir de las necesidades y retos que presenta la ONE para el período 2023 – 2024.

## II. Objetivos de la contratación

### Objetivo General

Diseño de una estrategia de imagen y posicionamiento institucional que apoye el fortalecimiento de la gestión de la Oficina Nacional de Estadística (ONE) para el periodo 2023 – 2024.



### III. Alcance de los trabajos

El alcance de esta consultoría abarca dos componentes: 1) Realización de un diagnóstico de la salud de la imagen y percepción hacia la ONE, diseño de la estrategia de imagen y posicionamiento institucional y diseño de un plan de acción para su implementación y seguimiento, 2) acompañamiento del proceso de ejecución de la estrategia y su plan de acción para sentar las bases, dejando al equipo institucional para su correcta implementación y seguimiento.

El desarrollo de los trabajos de la consultoría requerirá la realización de reuniones y talleres de trabajo entre el equipo de la ONE y la consultoría, visita a instituciones gubernamentales y privadas, grupos interesados. Asimismo, realización de capacitaciones cortas al equipo de la ONE para el fortalecimiento de la capacidad de implementación del plan de acción.

### IV. Productos

Componente	Productos	Fecha
<u>Primer Componente:</u> Realización de un diagnóstico de la salud de la imagen y percepción hacia la ONE, diseño de la estrategia de imagen y posicionamiento institucional y diseño de un plan de acción para su implementación y seguimiento.	<b>Producto 1</b> Plan de trabajo para el abordaje de la consultoría	Marzo 2023 1 semana a partir de la fecha de firma del contrato.
	<b>Producto 2</b> Hallazgos del diagnóstico y Estrategia de imagen y posicionamiento institucional	Marzo 2023 2 semana a partir de entrega del producto 1.
	<b>Producto 3</b> Plan de acción para la implementación de la estrategia de imagen y posicionamiento institucional, y plan operativo para el seguimiento.	Marzo 2023 1 semana a partir de entrega del producto 2.
<u>Segundo Componente:</u> Acompañamiento del proceso de ejecución de la estrategia y su plan de acción	<b>Producto 4</b> Informe de avance no. 1 del acompañamiento para la implementación de la estrategia de imagen y posicionamiento institucional.	Abril 2023
	<b>Producto 5</b> Informe de avance no. 2 del acompañamiento para la implementación	Mayo 2023



	de la estrategia de imagen y posicionamiento institucional.	
	<b>Producto 6</b> Informe de avance no. 3 del acompañamiento para la implementación de la estrategia de imagen y posicionamiento institucional.	Junio 2023
	<b>Producto 7</b> Informe de avance no. 4 del acompañamiento para la implementación de la estrategia de imagen y posicionamiento institucional.	Julio 2023
	<b>Producto 8</b> Informe final del acompañamiento para la implementación de la estrategia de imagen y posicionamiento institucional.	Agosto 2023

### Duración

Esta consultoría tendrá una duración de seis (6) meses, entre marzo y agosto de 2023, iniciando inmediatamente después de la firma del contrato, y concluyendo con la aceptación del informe final.

### Localización

Las actividades se ejecutarán mayormente de modo virtual, aunque se debe contemplar la realización de reuniones presenciales según la necesidad y requerimiento, así como posible trabajo presencial en las instalaciones de la ONE.

### Insumos requeridos para el desarrollo de la consultoría

La ONE proveerá una contraparte adecuada para cada componente y el personal requerido estará disponible sin delegar la responsabilidad o enviar representante.

## V. Perfil de consultor/a a contratar

Requerimientos profesionales y técnico:

- Grado de licenciatura y/o maestría en comunicación social, mercadeo, comunicación estratégica y/o áreas afines.
- Grado de maestría en dirección comercial, comunicación estratégica, planificación estratégica y/o mercadeo.



- Experiencia comprobada, mínimo de 15 años en las áreas de comunicación estratégica, planificación estratégica y mercadeo.
- Experiencia comprobada de realización de trabajos de soluciones estratégicas de comunicación y reputación de marca.
- Mostrada capacidad para organizar, analizar y elaborar diagnósticos.
- Mostrada capacidad de análisis y síntesis.
- Adecuado manejo de las relaciones humanas y capacidad para dialogar y compartir conocimientos, ideas, enfoques y posiciones.
- Disponibilidad de tiempo para la realización de las actividades propuestas durante el tiempo de contratación.

## VI. Forma de pago

La modalidad de pago del contrato será contra entrega de los productos esperados e incluye las obligaciones tributarias que corren por cuenta del contratado.

El pago será realizado en moneda local, pesos dominicanos. El monto total un millón quinientos mil pesos dominicanos 00/100 (RD\$ 1,500,000.00) y será distribuido en cinco (5) pagos de acuerdo con el siguiente detalle y cronograma de entrega de productos:

N.º	Producto	Porcentaje	Concepto
1	Productos 1 – 2 – 3 - 4	20%	Primer pago
2	Producto 5	20%	Segundo pago
3	Producto 6	20%	Tercer pago
4	Producto 7	20%	Tercer pago
5	Producto 8	20 %	Pago final
<b>Total</b>		100%	

## VII. Criterios de evaluación

Las calificaciones y propuestas recibidas serán evaluadas en base al cumplimiento de criterios técnicos.



GOBIERNO DE LA  
REPÚBLICA DOMINICANA  
ECONOMÍA

Únicamente serán seleccionados los oferentes que alcancen un puntaje superior a 80 puntos de 100 en la evaluación técnica. Los proponentes que obtuviesen un puntaje inferior al señalado como mínimo, serán automáticamente descalificados.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN TÉCNICA			
	Descripción	Ponderación	Puntaje máximo
	<b>Enfoque funcional:</b> Adaptación de la oferta presentada a los servicios solicitados.	20%	20
	<b>Enfoque técnico:</b> Metodología de desarrollo y organización del servicio para cumplir el tiempo de entrega del objeto del contrato.	30%	30
	<b>Equipo, capacidad y recursos:</b> Valoración de los recursos asignados al desarrollo del trabajo con referencias de otros clientes para los que el oferente haya realizado un trabajo similar al que se describe en el presente documento.	30%	30
	<b>Valor añadido:</b> Elementos y/o factores que el proveedor crea aportan mejoras tangibles al proyecto que no están incluidos en la solicitud.	15%	15
	<b>Cronograma:</b> Distribución en el tiempo de las diferentes etapas del proyecto conforme a las necesidades de la institución	5%	5
	<b>PUNTAJE TOTAL DE EVALUACIÓN</b>	80-100	0-79
	Puntaje mínimo para calificar: 80	Cumple	No Cumple

### Observaciones

No serán puntuadas las declaraciones que no cuenten con la documentación de respaldo que avale tal declaración. Deben incluir: contratos, cartas de referencia y/o datos de las instituciones u organismos con los que han trabajado/desarrollado alguna consultoría, currículum actualizado, con la formación académica acompañada de su soporte, etc.

