

“La nueva ENTEL la creamos todos”

Concurso de Identidad de Marca

El concurso estará vigente desde el 15 de abril de 2026 hasta el 9 de junio de 2026, periodo durante el cual se desarrollarán todas las etapas del concurso: recepción de propuestas, verificación de requisitos, evaluación del jurado, votación popular y entrega de premios.

Concurso nacional dirigido a agencias de diseño y marketing bolivianas, cuyo objetivo es diseñar una propuesta de creación de la nueva identidad de marca de Entel S.A. (logotipo e identidad de marca institucional).

El concurso busca incentivar la creatividad y participación del sector creativo del país para desarrollar una propuesta de identidad visual que refleje la evolución de Entel S.A. como empresa líder en telecomunicaciones, destacando su rol estratégico en la conectividad, la soberanía tecnológica, la transformación digital y su cercanía con la población boliviana.

La participación en el concurso no requiere pago de inscripción ni la compra de productos o servicios.

Las agencias participantes deberán presentar una propuesta integral de identidad de marca, que incluya logotipo, manual de marca, aplicaciones gráficas y documentación técnica, cumpliendo los requisitos establecidos en las bases del concurso.

Mecánica

El presente proyecto tiene como objetivo primordial la selección de una propuesta inédita de logotipo e identidad visual integral para la empresa Entel S.A., bajo la denominación: “La nueva ENTEL la creamos todos”, Concurso de Identidad de Marca. Esta iniciativa busca capturar la evolución de la compañía como líder en telecomunicaciones y conectividad digital, representando su esencia de empresa estatal con estándares de eficiencia privada.

Todos los datos del concurso se encontrarán en la página web oficial del concurso <https://www.lanuevaentel.entel.bo/>.

❖ **Participantes:** Agencias de diseño y marketing bolivianas legalmente constituidas, que cuenten con una antigüedad mínima de (1) año a la fecha del lanzamiento de la convocatoria.

❖ **Desarrollo cronológico:**

El concurso se desarrollará estrictamente bajo las siguientes fases correlativas:

Etapas de Participación y Recepción de Propuestas:

Vigencia: Los concursantes podrán participar desde el día 15 de abril de 2026 hasta el día 6 de mayo de 2026. No se admitirán propuestas enviadas fuera de este rango horario bajo ninguna circunstancia.

Canal de Envío: Las propuestas deberán enviarse mediante un enlace de Google Drive (con permisos de acceso habilitados para el receptor) al correo electrónico oficial: concursolanuevaentel@entel.bo El asunto del correo deberá seguir el formato: **Concurso de Identidad de Marca: "La nueva ENTEL la creamos todos" – [Nombre agencia participante].**

Etapas de Depuración Administrativa y Técnica:

Fecha: Desde el 7 de mayo al 12 de mayo de 2026.

Procedimiento: El personal especializado de Entel S.A. realizará la depuración técnica de las obras recibidas. En esta fase se verificará la integridad de la documentación legal (NIT, Matrícula, C.I., Poderes), el cumplimiento de los formatos técnicos del logotipo y la funcionalidad de los archivos.

Se excluirán automáticamente aquellas propuestas con documentación incompleta, archivos dañados, indicios de plagio o que no cumplan con los lineamientos cromáticos y tipográficos establecidos.

Etapas de Elección de Finalistas (En 3 etapas):

Primera Etapa (Curación y sesión asincrónica del Jurado):

Fecha y Hora: Desde el día 13 de mayo al día 17 de mayo de 2026

El Jurado Calificador: Estará compuesto por 6 expertos de reconocida trayectoria en arte, diseño, marketing e institucionalidad (personal de Entel S.A. y jurados externos expertos).

Lugar: Desde dónde se encuentre cada jurado de manera virtual

Cada jurado recibirá acceso a una plataforma digital de evaluación, en la cual se encontrarán disponibles las propuestas que hayan superado la etapa de depuración administrativa y técnica. La plataforma permitirá visualizar de manera ordenada la información presentada por cada participante, incluyendo los materiales de identidad visual y la documentación requerida en las bases del concurso.

Dentro de esta herramienta, se listarán las agencias participantes habilitadas para evaluación, y debajo de cada una se presentarán los criterios de evaluación definidos en la matriz oficial del concurso, junto con los puntajes máximos correspondientes a cada criterio.



Cada jurado podrá registrar su calificación de manera individual directamente en la plataforma, asignando puntajes conforme a la escala establecida.

El sistema consolidará automáticamente las calificaciones otorgadas por el jurado, permitiendo obtener el puntaje total de cada propuesta de manera objetiva y trazable.

La evaluación se realizará de manera asincrónica dentro del plazo establecido para la primera etapa.

En base a los resultados de la evaluación individual, se identificarán las propuestas con mayor puntaje promedio ponderado.

Las cinco (5) propuestas mejor calificadas pasarán a una etapa de retroalimentación estratégica previa a la primera etapa.

Segunda Etapa (Retroalimentación y ajustes conceptuales)

Fecha y Hora: Desde el día 18 al día 21 de mayo de 2026

Las agencias cuyas propuestas hayan sido seleccionadas recibirán el día 18 de mayo de 2026, desde el correo electrónico **concursolanuevaentel@entel.bo**, observaciones y recomendaciones emitidas por el jurado, orientadas a fortalecer la claridad conceptual, coherencia estratégica o aplicabilidad del sistema de identidad.

Las observaciones podrán referirse a aspectos como:

- Coherencia con los pilares estratégicos
- Claridad conceptual del sistema de marca
- Legibilidad y funcionamiento del logotipo
- Consistencia del lenguaje visual
- Oportunidades de mejora en aplicaciones
- Alineación con los atributos de marca definidos en el brief

Las agencias podrán realizar ajustes a sus propuestas, manteniendo el concepto general presentado en la primera etapa y enviarlos hasta el 21 de mayo de 2026.

No se permitirá el reemplazo completo de la propuesta ni cambios que alteren sustancialmente el concepto original evaluado.

El objetivo de esta etapa es permitir una mejora cualitativa de las propuestas finalistas y asegurar que el jurado cuente con soluciones suficientemente desarrolladas para la evaluación final.

Las propuestas ajustadas deberán ser enviadas dentro del plazo establecido al correo **concursolanuevaentel@entel.bo**.



Tercera Etapa (Sesión sincrónica del jurado):

Fecha y Hora: El día 25 de mayo de 2026 desde las 14:00 hrs hasta terminar la sesión,
El Jurado Calificador: Estará compuesto por 6 expertos de reconocida trayectoria en arte, diseño, marketing e institucionalidad (personal de Entel S.A. y jurados externos expertos).
(Mismos jurados que en la primera etapa)

Lugar: Auditorio de Entel S.A. en la regional de Santa Cruz, Avenida Cristo Redentor Km 3 1/2 o desde dónde se encuentre cada jurado de manera virtual.

La sesión se desarrollará bajo una modalidad mixta (virtual/presencial).

Transparencia: La deliberación y selección de las 3 propuestas finalistas se realizará ante un Notario de Fe Pública.

En caso de empate en los puntajes de esta fase, el jurado realizará una segunda evaluación comparativa inmediata, la cual será grabada íntegramente para fines de auditoría y transparencia.

Comunicación: Los nombres de los finalistas se publicarán el día 26 de mayo de 2026 en prensa nacional y canales digitales de Entel S.A.

Etapa de Elección de Ganadores (Votación Popular):

Habilitación: El día 26 de mayo de 2026, las 3 propuestas finalistas serán cargadas en la plataforma digital: <https://www.lanuevaentel.entel.bo/>

Mecánica de Voto: Los usuarios participarán ingresando vía cuenta de correo (Gmail) o cuenta de Facebook para garantizar la autenticidad del voto. Se permitirá un solo voto por usuario verificado.

Vigencia: La votación cerrará el día 1ro de junio de 2026 a las 15:00 horas. El número de votos acumulados estará siempre visible en tiempo real en la página para garantizar el control social y transparencia del proceso.

Cierre Oficial y Determinación de Lugares:

Fecha y Lugar: El mismo 1ro de junio de 2026 a las 15:00 horas, en el Auditorio de Entel S.A. en la regional de Santa Cruz, Avenida Cristo Redentor Km 3 1/2.

Acto Notariado: En presencia de Notario de Fe Pública, se procederá al cierre oficial del servidor de votación y se certificará el orden de ganadores conforme al conteo masivo.

Cláusula de Desempate Técnico: "En caso de empate en la etapa de votación popular, se recurrirá al Puntaje Acumulado en la Etapa de Elección de Finalistas (Jurado). La propuesta que haya obtenido la calificación más alta por parte del Jurado Técnico el día 1ro de junio de



2026 será la que prevalezca y ocupe el lugar superior en el podio. Este criterio premia la solidez técnica y estratégica de la obra por encima del alcance mediático."

Resultados: Los resultados finales se publicarán en medios nacionales el día 1ro de junio de 2026.

Etapas de Entrega de Premios

Acto Público: Se llevará a cabo el día 9 de junio de 2026 a partir de las 10:00 horas en el Auditorio de Entel S.A. en la regional de Santa Cruz, Avenida Cristo Redentor Km 3 1/2.

La entrega se realizará exclusivamente al Representante Legal acreditado de la agencia ganadora y contará con la cobertura de medios de prensa.

❖ Protocolo de Envío y Formalidades de Presentación

Para garantizar la integridad, seguridad y correcta recepción de las propuestas, se establece el siguiente procedimiento de cumplimiento obligatorio para todas las agencias participantes:

1. Canal Oficial de Recepción

La propuesta técnica y legal deberá enviarse exclusivamente a la dirección de correo electrónico oficial del concurso: concursolanuevaentel@entel.bo No se recibirán propuestas por medios físicos, dispositivos de almacenamiento externo (USB/Discos) ni otros correos institucionales.

2. Formato del Asunto (Obligatorio)

El correo electrónico debe estar identificado de manera inequívoca. El incumplimiento de este formato será causal de descalificación en la etapa de depuración administrativa:

Asunto: CONCURSO DE IDENTIDAD DE MARCA: LA NUEVA ENTEL – [Nombre de la agencia participante]

3. Contenido del Cuerpo del Correo

El remitente deberá detallar en el texto del mensaje los siguientes datos de identificación del proponente:

- Nombre de la Agencia o Razón Social.
- Nombre completo del Representante Legal.
- Número de Cédula de Identidad (C.I.) del Representante Legal.
- Número de celular del Representante Legal.

4. Configuración y Estructura del Enlace Digital



El correo debe contener un enlace (link) único de Google Drive, el cual debe estar configurado con permisos de acceso para lectura y descarga. La carpeta raíz de dicho enlace deberá llevar el nombre: LA NUEVA ENTEL - [Nombre de la agencia participante]. Dicha carpeta debe estar organizada internamente con el siguiente contenido obligatorio:

Carpeta 1: Requisitos Legales.

Carpeta 2: Logotipo y Especificaciones.

Requisitos Técnicos del Logotipo

Versiones Obligatorias

Como complemento indispensable a la propuesta gráfica, la agencia participante deberá incluir en esta carpeta los siguientes activos, los cuales serán evaluados bajo criterios de coherencia sistémica y viabilidad operativa:

- Guía de arquitectura de marca (min. 10 págs.): jerarquías, submarcas, extensiones.
- Sistema de iconografía (6–10 íconos base) coherente con el lenguaje visual.
- Animación breve del logo (3–5 s) para evaluar comportamiento audiovisual.
- Caso de uso realista: 1 pantalla de app, 1 post para redes, 1 banner web.
- Declaración de uso responsable de IA: describir si se usó y en qué etapa (respetando la restricción de no generar íntegramente con sistemas automatizados).

Carpeta 3: Aplicaciones y Mockups.

Manual de Marca (Mínimo 10 páginas)

Mockups

Carpeta 4: Video Pitch Estratégico.

❖ **Especificaciones técnicas y entregables**

La participación de las agencias de diseño y marketing será regida estrictamente mediante los siguientes requisitos técnicos, los cuales deberán ser enviados de forma digital al correo electrónico oficial: concursolanuevaentel@entel.bo

Requisitos Legales del Participante:

Las agencias participantes deberán acreditar su constitución y capacidad legal mediante la presentación de la siguiente documentación:

- NIT vigente.
- Matrícula de Comercio actualizada, que acredite una antigüedad mínima de un (1) año de funcionamiento de la agencia a la fecha de lanzamiento de la convocatoria.
- Cédula de Identidad del Representante Legal (en formato PDF).

- Poder legal vigente, que acredite la representación de la agencia participante.
- Declaración jurada de originalidad de la propuesta, cesión de derechos de uso y compromiso de desarrollo posterior del proyecto, en caso de resultar ganador.
(Descargable de la página del concurso <https://www.lanuevaentel.entel.bo/>)
- Formulario de inscripción debidamente completado y firmado por el Representante Legal. **(Descargable de la página del concurso <https://www.lanuevaentel.entel.bo/>)**

Requisitos Técnicos del Logotipo:

Formatos de entrega obligatorios: El logotipo deberá presentarse en formato vectorial editable (.AI y/o .SVG obligatorio), versión PDF editable, versión PNG con fondo transparente y versión JPG en alta resolución.

Versiones obligatorias:

Para garantizar la aplicabilidad de la marca, la propuesta debe incluir obligatoriamente:

- Versión principal horizontal.
- Versión vertical/centrada.
- Isotipo independiente (símbolo).
- Versión monocromática (negro puro).
- Versión para fondo oscuro (negativo).
- Versión para fondo claro.

Detalle:

El diseño debe ser una construcción vectorial pura (no rasterizado), escalable al 100% sin pérdida de calidad. Se establece un uso máximo de 3 a 4 colores principales con códigos Pantone, CMYK, RGB y HEX.

Legibilidad:

Tamaño mínimo impreso (2 cm) y digital (32 px), incluyendo favicon/app icon (pp. 4-5).

❖ **Manual de Marca y Mockups:**

Manual (Mín. 10 págs.):

No se aceptarán propuestas que presenten sólo un "Brand Board" básico. El manual debe ser un documento técnico que contemple:

- Concepto y racional del logotipo.
- Retícula constructiva y proporciones.



- Área de protección o resguardo.
- Usos correctos y prohibidos.
- Paleta cromática detallada.
- Tipografía institucional (familias de fuentes y jerarquías).

Mockups:

La agencia participante deberá demostrar el comportamiento de la marca en entornos reales de Entel S.A.:

Fachada corporativa: Diseño aplicado a oficinas y multicentros, diferenciando aplicaciones para áreas urbanas y áreas rurales.

Ecosistema Digital: Visualización en App móvil y Redes Sociales (perfiles Meta).

Papelería Institucional: Hojas membretadas, sobres y carpetas.

Identificación: Diseño de uniforme corporativo y credencial institucional.

Merchandising: Ejemplos de aplicación en artículos promocionales.

Punto de Venta Presencial: Visualización en stands o counters.

Comunicación Corporativa: Plantilla de presentación en Power Point.

Vídeo Pitch Estratégico

Vídeo en formato HD 4K con una duración máxima de 90 segundos.

El video debe explicar de manera clara y sintética:

- El insight o desafío de marca identificado
 - El concepto estratégico de la propuesta
 - Los elementos principales del sistema de identidad visual
 - El impacto esperado en el posicionamiento de Entel
- El objetivo del video es facilitar la comprensión conceptual de la propuesta por parte del jurado.

Adicionales:

1. Guía de Arquitectura de Marca (Mínimo 4 páginas)

Se debe presentar un documento técnico que defina la estructura y jerarquización de la marca Entel S.A. en relación con sus diferentes unidades de negocio. Esta guía debe detallar:

Jerarquías Visuales: Relación entre la marca corporativa y las submarcas existentes o futuras.

Extensiones de Línea: Lineamientos para la creación de nuevos productos o servicios bajo la identidad matriz.

Co-branding: Reglas de convivencia visual con aliados estratégicos o patrocinios.



2. Sistema de Iconografía Institucional

Desarrollo de un set de 6 a 10 íconos base diseñados exclusivamente para la marca. Estos deben:

Mantener una coherencia absoluta con el lenguaje visual del nuevo logotipo (grosos de línea, remates, ángulos).

Ser funcionales para aplicaciones en interfaces digitales (App/Web) y señalética física en oficinas.

3. Comportamiento Audiovisual (Animación de Logo)

Entrega de una animación breve (Motion Graphics) de 3 a 5 segundos de duración. El objetivo es evaluar:

La dinámica de entrada y salida del logotipo en entornos de video.

La fluidez de sus elementos (isotipo y tipografía) en medios audiovisuales y pantallas digitales.

4. Casos de Uso Realista (Validación de Entorno)

Para demostrar la versatilidad de la propuesta en el ecosistema de comunicación actual, se exige la presentación de:

Interfaz Digital: 1 pantalla de aplicación móvil (App) donde se aprecie la legibilidad y el uso de la paleta.

Estrategia Digital: 1 post para redes sociales (formato cuadrado o vertical) con una composición de imagen y texto.

Publicidad Web: 1 banner para sitio web o portal de noticias.

5. Declaración de Uso Responsable de Inteligencia Artificial (IA)

En cumplimiento con las políticas de propiedad intelectual y originalidad de Entel S.A., cada agencia debe adjuntar un documento descriptivo que detalle:

Metodología: Indicar si se utilizaron herramientas de IA durante el proceso creativo.

Etapas de Aplicación: Especificar si el uso fue para inspiración, generación de recursos secundarios o prototipado (mockups).

Restricción Crítica: Se reitera que no se aceptarán propuestas generadas íntegramente por sistemas automatizados. El diseño final debe ser resultado de una intervención creativa humana comprobable.

❖ **Lineamientos cromáticos y tipográficas**

Colores Base:

- Celeste Institucional (Dominante): Color principal que debe prevalecer en la composición.



- Azul Institucional: Tono complementario dentro de la misma gama para generar contraste y profundidad.
- Blanco Estructural: Base de soporte para garantizar limpieza visual y legibilidad.
- Flexibilidad Cromática y Modernización: Con el objetivo de fomentar la creatividad y evolución de la identidad visual, se permite la incorporación de otros colores base dentro de la propuesta gráfica, siempre que estos mantengan coherencia con los valores institucionales de Entel S.A. y no generen confusión con marcas competidoras del sector de telecomunicaciones.
- Las agencias participantes podrán proponer nuevas paletas cromáticas o combinaciones alternativas, siempre que se justifique conceptualmente su uso dentro del sistema de identidad visual y se garantice la legibilidad, aplicabilidad y consistencia de la marca en todos sus entornos de comunicación.

Colores complementarios:

- Se sugiere de manera referencial la utilización del color lila como tono secundario dentro del sistema gráfico, pudiendo emplearse en elementos complementarios tales como destacados, recursos digitales, señalética u otros recursos visuales.
- No obstante, su uso no es obligatorio, pudiendo la agencia participante proponer otros colores complementarios dentro de la paleta cromática, siempre que estos mantengan coherencia con la identidad visual de Entel S.A., garanticen legibilidad y no generen confusión con marcas competidoras del sector de telecomunicaciones.
- El color complementario deberá utilizarse únicamente como elemento complementario en el sistema gráfico (destacados, recursos digitales, señalética, etc.), y no podrá sustituir al celeste institucional como color principal.

Restricción Crítica:

No se aceptarán esquemas visuales asociables a la competencia:

- Utilicen verde dominante o tonalidades asociadas a marcas del sector de telecomunicaciones en Bolivia.
- Utilicen rojo dominante como color principal.
- Reemplacen la familia azul-celeste institucional por otra familia cromática.
- Adopten esquemas visuales fácilmente asociables a otras marcas del sector.
- El objetivo del concurso es evolucionar y modernizar la identidad visual, no alterar su esencia cromática ni generar confusión en el mercado.



Tipografía:

- Mantener claridad y alta legibilidad.
- Transmitir institucionalidad sin rigidez excesiva.
- Funciona en entornos digitales y físicos.
- Ser adaptable a señalética, app, infraestructura y comunicación masiva
- Proyectar modernidad y tecnología debe ser legible y moderna.

Se valorarán propuestas que desarrollen una solución tipográfica propia o seleccionen una familia tipográfica con criterio estratégico y técnico.

No se recomienda:

- Tipografías excesivamente ornamentales.
- Tipos futuristas difíciles de leer.
- Serif tradicionales estilo banca clásica.
- Fuentes genéricas muy usadas en telecom.
- La tipografía propuesta no podrá ser de licencia gratuita ni de dominio público. La agencia participante deberá garantizar que la familia tipográfica presentada cuenta con las licencias de uso, explotación y distribución debidamente adquiridas, asumiendo la responsabilidad sobre cualquier gestión o costo asociado. Esta medida busca evitar riesgos legales relacionados con derechos de autor y asegurar la correcta implementación de la identidad visual.

Prohibición:

- Restricción de licencias: La tipografía propuesta no podrá ser de licencia gratuita (Open Source) ni de dominio público.
- Garantía de Propiedad: La agencia participante tiene la obligación de garantizar que cuenta con las licencias de uso, explotación y distribución debidamente adquiridas.
- Deslinde de Responsabilidad: El participante asume la responsabilidad total sobre cualquier gestión o costo asociado a derechos de autor.

❖ **Consideraciones Importantes**

Cada agencia podrá inscribir sólo una propuesta.

❖ **Propuestas inaceptables**

- Propuestas que no cumplan los requisitos anteriormente mencionados.
- Propuestas que incluyan personajes, logotipos y productos específicos de marcas registradas.



- Propuestas que incluyan elementos políticos, partidarios o ideológicos.
- Propuestas que incluyan uso indebido de símbolos patrios.
- Propuestas que incluyan Contenido discriminatorio o excluyente.
- Propuestas que incluyan mensajes contrarios al ordenamiento jurídico vigente.
- Propuestas que Presenten indicios de plagio o uso indebido de propiedad intelectual.
- Propuestas que presenten esquemas que generen confusión visual con operadores del mercado.
- Propuestas generadas íntegramente por sistemas automatizados sin intervención creativa humana comprobable.

❖ **Brief Base para ejecución de Diseño**

- **Contexto del Proyecto**

Entel S.A. es una empresa líder en telecomunicaciones en Bolivia, con un rol estratégico en el desarrollo de la conectividad, la inclusión digital y la transformación tecnológica del país.

La marca cuenta con alto reconocimiento a nivel nacional y presencia transversal en diversos segmentos de la población, tanto en áreas urbanas como rurales.

El objetivo del concurso es desarrollar una nueva identidad visual que refleje la evolución de Entel hacia una empresa tecnológica moderna, eficiente y cercana, manteniendo la confianza construida a lo largo del tiempo.

El rebranding debe proyectar una empresa preparada para competir en el ecosistema digital actual, manteniendo su legitimidad como infraestructura estratégica del país.

- **Objetivo del rebranding**

Desarrollar una identidad visual contemporánea, flexible y coherente que:

- Modernice la percepción de la marca
- Refuerce su posicionamiento como empresa tecnológica
- Mantenga continuidad con su reconocimiento actual
- Funcione en entornos digitales y físicos
- Fortalezca la conexión emocional con los usuarios
- Proyecte confianza, eficiencia e innovación

- **Verdades de marca (supuestos estratégicos)**

Las propuestas deberán considerar las siguientes verdades de marca:

- Entel es una marca altamente reconocida en Bolivia
- Posee presencia nacional en distintos contextos socioculturales



- Es percibida como una empresa sólida y confiable
- Tiene un rol estratégico en la conectividad del país
- Existe oportunidad de reforzar percepción de modernidad e innovación
- Debe proyectar cercanía sin perder institucionalidad
- Debe equilibrar su naturaleza pública con estándares competitivos
- El diseño debe responder a la evolución de la marca y no a la creación de una identidad desvinculada de su historia.

- **Pilares Estratégicos de Diseño**

Los diseños deben reflejar obligatoriamente los siguientes siete pilares:

- **Soberanía tecnológica:**

Entel S.A como infraestructura estratégica del país, conectando territorios con capacidad técnica propia.

- **Rol público con estándar privado:**

Empresa moderna, competitiva y eficiente con excelencia en experiencia de usuario.

- **Modernidad y transformación digital:**

Innovación, 5G, futuro digital y ecosistema de servicios integrados.

- **Cercanía y pertenencia:**

Marca inclusiva ("De Todos") con conexión emocional regional urbano/rural.

- **Energía país:**

Presencia en fútbol, cultura, infraestructura visible y compromiso comunitario.

- **Equilibrio de dualidades:**

Armonía entre público+moderno, institucional+cercano y tradición+futuro, sin que una dimensión anule la otra.

- **Confianza y solidez:**

Seguridad, estabilidad, permanencia y servicio confiable.

Se valorarán propuestas que traduzcan estos pilares en un sistema visual contemporáneo, coherente y funcional, evitando representaciones literales de conceptos como tecnología, territorio, deporte o símbolos nacionales.

Los pilares deben entenderse como orientaciones estratégicas que guían el desarrollo conceptual del sistema de identidad, no como elementos gráficos obligatorios.

- **Personalidad de marca esperada**

La nueva marca debe sentirse:





- Moderna
- Confiable
- Cercana
- Tecnológica
- Clara
- Dinámica
- Inclusiva
- Eficiente

Debe lograr equilibrio entre:

- Tecnología y humanidad
- Institucionalidad y cercanía
- Tradición y futuro
- Solidez y dinamismo

- **Nivel de cambio esperado**

Se espera una evolución significativa de la identidad visual, manteniendo un nivel adecuado de reconocimiento de marca.

- **Criterios visuales esperados**

El sistema de identidad debe:

- Ser legible en formatos pequeños
- Ser adaptable a múltiples soportes
- Funcionar en digital y físico
- Permitir coherencia gráfica
- Tener potencial de animación
- Mantener simplicidad estructural
- Facilitar implementación progresiva
- Evitar complejidad innecesaria

Se valorarán propuestas con fuerte coherencia sistémica.

- **Públicos prioritarios**

La marca debe ser relevante para:

- Usuarios individuales
- Familias
- Jóvenes digitales



- Emprendedores
- Empresas
- Usuarios urbanos y rurales

La identidad debe ser comprensible en distintos contextos socioculturales.

- **Territorio visual a evitar**

Se recomienda evitar:

- Soluciones visuales genéricas del sector telecom
- Estilos excesivamente futuristas difíciles de implementar
- Propuestas excesivamente institucionales rígidas
- Recursos gráficos complejos difíciles de reproducir
- Similitudes con marcas competidoras
- Dependencia excesiva de tendencias pasajeras

❖ **Matriz de Evaluación (Calificación sobre 100 puntos)**

Categoría de Evaluación	Criterio	Descripción	Puntaje Máximo
A. Evaluación Técnica de Marca (75 pts)	Plataforma País	Evalúa la capacidad de la propuesta para posicionar a Entel S.A. como símbolo de soberanía tecnológica, desarrollo digital e integración nacional, reflejando su rol estratégico como empresa pública que conecta al país y contribuye al progreso tecnológico y social de Bolivia.	15 pts



	Resolución de tensiones estratégicas	Evalúa qué tan bien la propuesta logra equilibrar los desafíos de posicionamiento de Entel: público vs moderno, institucional vs cercano, tradición vs futuro, nacional vs competitivo. La propuesta debe resolver estas tensiones de manera coherente sin perder identidad ni credibilidad.	10 pts
	Creatividad y diferenciación	Evalúa el nivel de originalidad conceptual y visual de la propuesta, así como su capacidad para construir una identidad distintiva, memorable y transformadora para Entel. Se valorará que no replique códigos visuales de competidores y que tenga potencial icónico.	15 pts
	Conexión emocional y confianza	Evalúa la capacidad de la propuesta para generar empatía, confianza y sentido de pertenencia con las audiencias prioritarias de Entel	10 pts



		(familias, jóvenes, empresas, usuarios urbanos y rurales). Se valorará que la marca proyecte cercanía, transparencia y orgullo nacional.	
	Viabilidad y escalabilidad nacional	Evalúa la aplicabilidad del sistema de marca en todos los puntos de contacto de Entel a nivel nacional: plataformas digitales, retail, señalética, infraestructura, campañas y contextos urbanos y rurales. La propuesta debe demostrar coherencia y adaptabilidad.	10 pts
	Sustentación estratégica	Evalúa la coherencia entre el concepto de marca, la narrativa estratégica y el sistema visual propuesto. Se valorará la claridad conceptual y la consistencia entre estrategia y diseño.	8 pts



	Impacto en marca (Brand Health)	Evalúa el potencial de la propuesta para mejorar indicadores de marca como percepción, preferencia, afinidad con usuarios y engagement con los servicios y contenidos de Entel en el mediano y largo plazo.	7 pts
	Subtotal Evaluación Técnica		75 pts
B. Evaluación Institucional (25 pts)	Alineación estratégica institucional	Evalúa la coherencia de la propuesta con la visión corporativa, misión y rol institucional de Entel S.A., así como su capacidad para proyectar la empresa hacia el futuro del ecosistema digital boliviano.	10 pts
	Impacto operativo	Evalúa el funcionamiento práctico del sistema de marca en la operación real de la empresa: señalética, infraestructura, tiendas, plataformas digitales, aplicaciones y comunicación institucional.	7 pts



	Consistencia legal y regulatoria	Evalúa la compatibilidad de la propuesta con los requisitos normativos y regulatorios aplicables a Entel S.A. y su adecuación al contexto institucional de una empresa pública estratégica.	4 pts
	Viabilidad de implementación	Evalúa la factibilidad de implementar la nueva identidad dentro de un horizonte estimado de 12 a 24 meses, considerando escalabilidad, facilidad de adopción interna y costos operativos.	4 pts
	Subtotal Evaluación Institucional		25 pts
TOTAL GENERAL			100 pts

Etapa Final del Concurso

Fase	Descripción
Selección de Finalistas	Las tres propuestas con mayor puntaje en la evaluación técnica e institucional pasarán a la fase final del concurso.



Votación Popular	Las tres propuestas finalistas serán publicadas en la plataforma oficial del concurso para votación del público.
Resultados	La votación popular definirá el primer, segundo y tercer lugar entre los tres finalistas previamente seleccionados por el jurado.

Considerar que todas las decisiones del jurado son inapelables y finales.

Justificación de los criterios y la ponderación

Los criterios de evaluación fueron definidos para asegurar que el proceso de selección priorice la calidad estratégica, creativa y operativa del nuevo sistema de marca para Entel S.A., considerando su rol como empresa pública líder en telecomunicaciones y actor clave del desarrollo digital del país.

La matriz se estructura en dos dimensiones principales:

Evaluación técnica de marca (75%)

Se otorga mayor peso a esta dimensión porque el objetivo central del concurso es identificar una propuesta de identidad que sea estratégicamente sólida, creativamente diferenciada y capaz de fortalecer la percepción de marca de Entel en el largo plazo.

Los criterios incluidos: plataforma país, resolución de tensiones estratégicas, creatividad, conexión emocional, viabilidad nacional, sustentación estratégica e impacto en marca— permiten evaluar tanto la calidad conceptual del rebranding como su capacidad de posicionar a Entel como una marca moderna, cercana y representativa del desarrollo tecnológico de Bolivia.

Evaluación institucional (25%)

Esta dimensión complementa la evaluación técnica incorporando aspectos clave para la implementación real del sistema de marca dentro de la organización, tales como la alineación con la visión corporativa, el impacto operativo, la consistencia regulatoria y la viabilidad de implementación.

Esto garantiza que la propuesta seleccionada no solo sea creativamente destacada, sino también factible y sostenible dentro de la estructura institucional de Entel.



Finalmente, la votación popular se establece como una etapa posterior, en la cual el público participa en la definición del orden de premiación entre las tres propuestas finalistas seleccionadas por el jurado, reforzando la legitimidad y participación ciudadana en el proceso.

Etapa Elección de 1er, 2do y Tercer Lugar

Lugar: Auditorio de Entel S.A. en la regional de Santa Cruz, Avenida Cristo Redentor Km 3 1/2.
Fecha: el día 18 de mayo del 2026 a las 15:00 hrs; se concluye la votación Popular y se define el primer, segundo y tercer lugar del concurso en presencia de un Notario de fe pública. Este cierre de votación oficial se desarrollará en el Auditorio de Entel S.A. en la regional de Santa Cruz, Avenida Cristo Redentor Km 3 1/2.

Se comunicará en prensa nacional, así como en la página oficial de Entel S.A. los ganadores del primer, segundo y tercer lugar.

❖ **Sobre Usos y Derechos**

Entel S.A., adquirirá el derecho de anunciar, usar, adaptar, editar o revisar las propuestas de los participantes en cualquier medio, en cualquier país o jurisdicción para usos comerciales y no comerciales sin tener que revelar la identidad del Participante o pagar cualquier compensación adicional.

La entrega de un diseño constituye irrevocablemente el consentimiento de la Agencia Participante de ceder todos los derechos a Entel S.A., incluyendo sin limitación todas las patentes, los derechos de diseño y los derechos de autor.

Entel S.A. no asume la responsabilidad por propuestas que sean perdidas, dañadas, entregadas tarde durante el proceso de envío por correo.

a) Lugar y fecha de entrega de Premios

El acto de entrega oficial de los premios se realizará en fecha 9 de junio del 2026 en acto público a realizarse en el Auditorio de Entel S.A. en la regional de Santa Cruz, Avenida Cristo Redentor Km 3 1/2.

b) Premios Ofertados

Nº	Categoría	Cantidad de Premios	Descripción del Premio	Valor Unitario (Bs)	Valor Total (Bs)
1	Propuesta Primer Lugar	1	Premio en efectivo otorgado al participante cuya propuesta de logotipo resulte	200.000	200.000



			seleccionada como ganadora del primer lugar.		
2	Propuesta Segundo Lugar	1	Premio en efectivo otorgado al participante cuya propuesta de logotipo resulte seleccionada como ganadora del segundo lugar.	50.000	50.000
3	Propuesta Segundo Lugar	5	Premio en efectivo otorgado al participante cuya propuesta de logotipo resulte seleccionada como ganadora del segundo lugar.	25.000	25.000

Monto total de premios en dinero: Bs. 275.000 (Doscientos setenta y cinco mil 00/100 bolivianos).

Condiciones adicionales del premio:

El participante cuya propuesta resulte ganadora recibirá adicionalmente:

- Certificado oficial de reconocimiento.
- Reconocimiento institucional público, mediante difusión en medios de comunicación, plataformas digitales y redes sociales oficiales de Entel S.A.
- Video documental sobre la agencia.

Asimismo, el participante ganador realizará un acompañamiento técnico durante un periodo de dos (2) meses junto al equipo de la empresa organizadora, con el objetivo de colaborar en el proceso de implementación del rebranding derivado de la propuesta ganadora. Este acompañamiento tendrá carácter colaborativo y consultivo, sin constituir relación laboral o contractual adicional.

El premio se otorgará exclusivamente al Representante Legal mediante transferencia bancaria a su cuenta personal.

Los participantes que llegaron como segundo y tercer lugar, recibirán adicionalmente:

- Certificado oficial de reconocimiento.
- Reconocimiento institucional público, mediante difusión en medios de comunicación, plataformas digitales y redes sociales oficiales de Entel S.A.

