



TÉRMINOS DE REFERENCIA

Arquitectura de marca e identidad corporativa de CIFI

1. Antecedentes

La **Corporación Interamericana para el Financiamiento de Infraestructura, S.A. (CIFI)** es una plataforma de inversión que ofrece soluciones financieras integradas a desarrolladores e inversionistas privados en infraestructura sostenible y de alto impacto en América Latina y el Caribe. En el marco de su crecimiento institucional y la consolidación de su portafolio de soluciones, CIFI ha fortalecido su estructura corporativa mediante el desarrollo o adquisición de entidades especializadas, entre ellas CIFI Asset Management y Finenge. Este proceso de evolución organizacional hace necesario reforzar y armonizar la identidad institucional de CIFI y estas dos subsidiarias, asegurando una arquitectura de marca clara y coherente que refleje adecuadamente los roles, capacidades y propuestas de valor de cada entidad.

Sobre CIFI

CIFI ofrece una gama integral de servicios financieros (asesoramiento, estructuración, financiamiento, sindicación y gestión de activos) diseñados para respaldar todo el ciclo de vida de los proyectos de energía e infraestructura en América Latina y el Caribe.

www.cifi.com

Sobre CIFI Asset Management

CIFI Asset Management es la **gestora de activos** de CIFI que estructura y administra vehículos de inversión en infraestructura sostenible, conectando capital institucional con oportunidades de inversión responsables y con retornos ajustados al riesgo en América Latina y el Caribe.

www.cifiasset.com (nuevo sitio web con lanzamiento previsto en Q2 2026)

Sobre Finenge

Finenge es una firma de **asesoría financiera** especializada en el financiamiento de largo plazo para proyectos de infraestructura, que acompaña a sus clientes a lo largo de todo el ciclo del proyecto, desde el análisis y la estructuración hasta la negociación y el cierre financiero.

www.finenge.com

2. Objetivo general

Diseñar y desarrollar una **identidad de marca institucional** coherente, clara y consistente **para CIFI y sus subsidiarias CIFI Asset Management y Finenge**, que refleje adecuadamente el posicionamiento,



las capacidades y la propuesta de valor de cada entidad, y que fortalezca la coherencia del grupo en su conjunto.

Este trabajo contempla la definición de una **arquitectura de marca clara** que establezca la relación entre la marca madre y sus marcas subsidiarias, así como el desarrollo de una **identidad integral (estratégica, verbal y visual)** que se traduzca en lineamientos y materiales de comunicación efectivos, alineados con los objetivos institucionales y las mejores prácticas del sector. Todo ello deberá realizarse sin modificar de manera sustancial el logo institucional de CIFI, priorizando la claridad, la diferenciación entre entidades, la consistencia en el uso de la marca y la aplicabilidad práctica de los lineamientos resultantes en los distintos puntos de contacto de la organización.

3. Alcance del trabajo

El proveedor deberá entregar:

3.1. Diagnóstico y estrategia de marca (fase 1)

Evaluación de las marcas actuales de CIFI, CIFI Asset Management y Finenge.

Propuesta de arquitectura de marca (marca madre / marca hija).

Definición de posicionamiento y personalidad de cada una de las tres entidades.

3.2. Identidad verbal en inglés (fase 2)

Tagline institucional para cada entidad.

Tono de voz para cada entidad.

Mensajes clave para cada entidad (propuesta de valor, beneficios principales, párrafo institucional/boilerplate, entre otros).

Narrativa de marca para cada entidad (origen, propósito, valores, misión, entre otros).

3.3 Identidad visual (fase 3)

Logotipos para CIFI, CIFI Asset Management y Finenge (diseño o actualización) con tamaños, espacios de seguridad, ubicación, colores dependiendo del fondo, usos correctos/incorrectos, etc.

Paletas de colores, tipografías, fotografías y elementos gráficos (iconografía, patrones, formas y estilos).

Co-branding y relación visual entre las marcas.

3.4. Manual de marca (fase 4)

Documento unificado en inglés con secciones específicas para cada subsidiaria.

Con todos los elementos de identidad verbal y visual.

Reglas de uso de los elementos de CIFI o de sus subsidiarias.

Aplicaciones de diseño para cada entidad, incluyendo, entre otras: tarjetas de presentación, firmas de correo electrónico, carpetas corporativas, fondos para llamadas virtuales, banners



enrollables, plantillas de PowerPoint, hojas membretadas, portadas digitales, biografías y ejemplos de posts para las redes sociales de CIFI ([LinkedIn](#), [Instagram](#), [X](#) y [YouTube](#))

4. Productos esperados

Documento de diagnóstico y arquitectura de marca.

Propuesta de identidad verbal.

Propuesta de identidad visual.

Manual de marca completo en formato editable y PDF (.ai o similar).

5. Plazo de ejecución

El trabajo deberá completarse en un plazo de cuatro (04) meses, contados a partir de la firma del contrato.

6. Criterios de selección

El contratista debe cumplir con los siguientes requisitos, los cuales serán evaluados con base en evidencia documentada incluida en la propuesta:

Criterio	Descripción	Medio de evaluación	Medición
Criterios eliminatorios			
Constitución legal de la empresa	La empresa deberá estar legalmente constituida y habilitada para operar, de conformidad con la legislación del país de origen, y contar con capacidad jurídica para contratar.	Copia de documento de constitución legal, registro mercantil o documento equivalente.	Cumple / No cumple
Portafolio de trabajos	Presentación de un portafolio de proyectos relevantes, que demuestre calidad conceptual, coherencia visual, creatividad y alineación con los objetivos del proyecto.	Portafolio adjunto.	Cumple / No cumple
CVs del equipo	Presentación de los CVs del equipo clave asignado al proyecto, indicando rol, años de experiencia y participación en proyectos similares.	CVs adjuntos	Cumple / No cumple
Criterios técnicos			
Experiencia y capacidades estratégicas en branding institucional	Experiencia comprobada del proveedor en proyectos de branding institucional,	Portafolio de proyectos relevantes, descripción de	Número de proyectos relevantes

	incluyendo desarrollo de arquitectura de marca, posicionamiento, identidad verbal (taglines, mensajes clave y boilerplate) y su aplicación en materiales de comunicación, demostrando coherencia estratégica y adecuación al contexto institucional.	casos y ejemplos de entregables.	Calidad de proyectos (Alta/Media/Baja)
Experiencia internacional y sectorial	Experiencia demostrable en proyectos de branding para organizaciones financieras, multilaterales o corporativas comparables. Se valorará la diversidad geográfica y de idioma, con enfoque especial en inglés, español y portugués.	Listado de proyectos indicando cliente, país, idioma y alcance.	Número de proyectos del sector Número de países en los cuales se ha trabajado Inglés (Si/No) Español (Si/No) Portugués (Si/No)
Capacidades técnicas y estratégicas en diseño e identidad verbal de marca	Capacidad del equipo para traducir la estrategia de marca en soluciones coherentes de identidad visual y verbal, incluyendo sistemas gráficos, arquitectura de marca, propuestas de valor, mensajes clave y redacción institucional, demostrando claridad conceptual y consistencia estratégica.	CVs del equipo, muestras visuales y verbales, ejemplos de propuestas de valor y explicación del enfoque metodológico.	Años de experiencia de los perfiles clave Adecuación de los perfiles a los roles propuestos
Metodología y enfoque de trabajo propuesto	Calidad y coherencia de la metodología propuesta, incluyendo fases, enfoque estratégico, mecanismos de validación y articulación entre componentes visuales y verbales.	Propuesta técnica	Claridad del enfoque (Alta/Media/Baja)
Cronograma y plan de trabajo propuesto	Calidad, coherencia y realismo del cronograma propuesto en relación con el alcance, los entregables y las fases de validación del proyecto.	Cronograma y plan de trabajo incluidos en la propuesta técnica.	Claridad del cronograma (Alta/ Media/Baja)
Criterio económico			
Propuesta económica	Claridad, razonabilidad y coherencia de la propuesta económica en relación con el alcance, los entregables y el cronograma propuestos.	Revisión de la propuesta financiera y cuadro de costos.	Monto total de la propuesta

7. Propuesta técnica y económica



Los interesados deberán presentar una propuesta que incluya:

- Documentos de constitución legal
- Detalle del enfoque metodológico para llevar a cabo el proyecto.
- Cronograma de actividades.
- Presupuesto desglosado.
- Portafolio de proyectos similares realizados.
- CVs de los miembros del equipo

8. Forma de pago

El pago se realizará de acuerdo con la siguiente tabla:

Producto	% del pago total	Fecha de pago
Documento de diagnóstico y arquitectura de marca	25%	02 semanas siguiendo la entrega del producto
Propuesta de identidad verbal	25%	02 semanas siguiendo la entrega del producto
Propuesta de identidad visual	25%	02 semanas siguiendo la entrega del producto
Manual de marca completo en formato editable y PDF (.ai o similar)	25%	02 semanas siguiendo la entrega del producto

9. Contacto

Las propuestas deben ser enviadas antes del **12 de abril del 2026 a las 11:59 pm (UTC-5)** a procurement@cifi.com.