



Estado Plurinacional de Bolivia
Ministerio de Educación
 Moromboeguasu Jeroata
 Yachay Kamachina
 Yaticha Kamana

**TÉRMINOS DE REFERENCIA COMPONENTE C
 CONSULTORIA POR PRODUCTO
 TDR-C01
 “Campaña de Comunicación”**

I. ANTECEDENTES Y DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

El programa EPE–Bolivia tiene como propósito mejorar el bienestar socioeconómico de la juventud en situación de vulnerabilidad, particularmente mujeres de áreas rurales y periurbanas del Altiplano, Llanos y Amazonía del Estado Plurinacional de Bolivia, a través de la adquisición de competencias para la vida y el empleo.

Las intervenciones del programa EPE–Bolivia apuntan a fortalecer la capacidad institucional del Ministerio de Educación (MdE) y de los Institutos Técnicos y Tecnológicos (ITTs) seleccionados, a través de la mejora de la oferta de formación y el desarrollo de capacidades en su personal. Concentrado en los sectores de agropecuaria, mecánica industrial e industrialización de recursos estratégicos (Gas y Petróleo, Recursos Evaporíticos, Siderurgia y Metalurgia). El programa responde a las condiciones socio-económicas de las regiones de intervención y a la necesidad de dinamización del sistema económico.

EPE-Bolivia, también incorporara estrategias de integración de los temas transversales de Equidad de Género, Sostenibilidad Medioambiental y Gobernanza, en los procesos de fortalecimiento y transformación de los ITTs, de manera que se mejoren la calidad de la oferta formativa y las condiciones de acceso y permanencia en la formación profesional técnica. Las estrategias se dirigen a superar las desigualdades, generando espacios formativos equitativos donde hombres y mujeres tengan iguales oportunidades de participación, considerando las diferencias en un marco de igual valoración y respeto al medio ambiente.

Para su implementación, EPE-Bolivia organiza su trabajo a partir del desarrollo de tres componentes:

Componente A: que tiene como objetivo apoyar al Ministerio de Educación en la elaboración de políticas de formación y capacitación, así como fortalecer sus capacidades para la gestión del subsistema de educación superior técnica tecnológica.

Componente B: que tiene como objetivo apoyar a los ITT’s para ofrecer programas de formación basados en competencias que se vinculen a las necesidades del sector productivo y al contexto de la región de intervención. Implica el desarrollo o actualización de ofertas de formación en agropecuaria, mecánica industrial e industrialización de recursos estratégicos, el desarrollo de normas y un sistema de evaluación y certificación; la implementación de programas de formación de formadores (trainers) y docentes que se apoyen en recursos de aprendizaje adaptados para favorecer un enfoque práctico y el equipamiento de las ofertas.





Estado Plurinacional de Bolivia
Ministerio de Educación
Moromboeguasú Jeroata
Yachay Kamachina
Yaticha Kamana

El componente se caracteriza por la generación de acuerdos de colaboración y asistencia técnica entre los 7 ITTs seleccionados por el Ministerio de Educación y Colleges Canadienses. Gran parte de la intervención se concentra en la formación de los docentes técnicos, a través de procesos de actualización continua que fortalezcan sus competencias en sus áreas de formación, desde una perspectiva de igualdad de género y promoción de estrategias y acciones de respeto al medio ambiente.

Componente C: a nivel nacional, abarcara la creación de redes entre los 7 ITT's y el Ministerio de Educación de Bolivia, para favorecer el intercambio entre formadores y docentes sobre sus aprendizajes en formación y evaluación por competencias. Al nivel regional Andino, permite el intercambio entre Perú, Colombia y Bolivia, en torno a las mismas prácticas.

Además, considera la sensibilización a diferentes actores que participan en la formación: comunidades, sector productivo, asociaciones y organizaciones, gobiernos locales, familias, estudiantes, etc.

II. CONSIDERACIONES PRELIMINARES

El enfoque del programa prioriza el fortalecimiento de las capacidades de los institutos de formación técnica y tecnológica que forman parte de la red de instituciones públicas de Formación Técnica Tecnológica (FTT) dependientes del MdE, a través de la elaboración o actualización de ofertas de formación basadas en competencias, que se articulen a las necesidades del sector productivo, así como a las necesidades y especificidades de hombres y mujeres, en el marco del desarrollo sustentable; el desarrollo del liderazgo institucional y de programas de formación de formadores; el fortalecimiento a la orientación profesional con enfoque de género; el reposicionamiento de la Formación Técnica Profesional (FTP), como alternativa de profesionalización y; el intercambio de lecciones aprendidas y mejores prácticas a nivel nacional y regional.

Con base en lo anterior, la estrategia y campaña de comunicación debe promover espacios óptimos de diálogo y de intercambio de información, conocimientos y opiniones respecto al trabajo que el proyecto realiza. Debe contemplar un diseño flexible, que sea accesible a todos los sectores con los que se trabaja y a los que se quiere llegar. También, debe aportar a un cambio en la percepción de las personas respecto al papel y el trabajo de la DGESTTLA y la formación técnica, a través de la combinación de diferentes métodos, técnicas y herramientas de comunicación, las mismas que deben tomar en cuenta las características y necesidades de los actores involucrados.

Asimismo, es fundamental la incorporación de los ejes transversales con los que el proyecto trabaja: el enfoque de género, el de medio ambiente y el de gobernanza, por lo que deben definirse acciones específicas y mecanismos efectivos para los tres enfoques. Así como también, para cada uno de los sectores y actores considerados en el programa, tomando en cuenta la dimensión urbana y rural. Para obtener el máximo efecto, es esencial la interacción con los actores identificados y su participación activa durante el proceso.





Estado Plurinacional de Bolivia
Ministerio de Educación
Moromboeguasú Jeroata
Yachay Kamachina
Yaticha Kamana

Entonces, la estrategia debe estar organizada en función al contexto y sector en el que trabaja EPE-Bolivia (formación y empleo) y a los múltiples niveles de la gestión del programa, por lo tanto, los medios y herramientas de comunicación deberán ser apropiados según los públicos y necesidades detectadas al inicio.

III. OBJETIVOS DE LA CONSULTORÍA

III.1 Objetivo General

Diseñar y difundir una campaña de comunicación e información dirigida a valorizar la formación técnica como una opción de profesionalización

III.2 Objetivos Específicos

- Posicionar a la Dirección General de Educación Técnica, Tecnológica, Lingüística y Artística (DGESTTLA), como cabeza de la política educativa para el sector y la educación técnica superior.
- Aportar a un cambio en la percepción de jóvenes, hombres y mujeres, que buscan una opción de formación profesional, identificando y valorizando los beneficios de la formación técnica y tecnológica.
- Colaborar al posicionamiento de la educación técnica y tecnológica dentro del sector productivo, para fomentar las prácticas profesionales de los jóvenes que están en proceso de formación profesional.

IV. ALCANCES Y RESULTADOS DE LA CONSULTORÍA

El trabajo requerido para diseñar la estrategia de comunicación deberá iniciar su desarrollo con un análisis de los enfoques y principios marco, así como con un análisis de las necesidades de posicionamiento institucional y los requerimientos de difusión de la producción de la DGESTTLA.



Realizar un balance de las características de los sectores donde se implementa el proyecto, para identificar los medios de comunicación y las herramientas más pertinentes, así como las modalidades más apropiadas para la realización y ejecución de la estrategia. Identificar a los grupos de públicos objetivo, en orden de prioridad: sus características sociales, culturales, económicas y experiencias.



Deberá elaborar mensajes claves e información de apoyo dentro de un marco de trabajo claro, conciso, transparente y accesible, para los públicos objetivos identificados y elaborar un paquete de productos comunicacionales para su difusión en medios de comunicación tradicionales y alternativos.



La creación de los mensajes es una de las fases más importantes en el diseño de la estrategia de comunicación, ya que son resultado de los elementos centrales del diagnóstico, por lo tanto, no se deben perder de vista las necesidades, las oportunidades, los problemas y



Estado Plurinacional de Bolivia
 Ministerio de Educación
 Moromboeguasu Jeroata
 Yachay Kamachina
 Yaticha Kamana

las soluciones, las percepciones identificadas y los objetivos de comunicación dentro del marco del proyecto, junto a los perfiles de las audiencias identificadas y priorizadas.

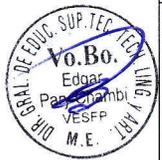
Para lograr estos propósitos deberá identificar a los potenciales aliados para el desarrollo de la estrategia de posicionamiento institucional y de comunicación multimedial, para lograr un mayor alcance respecto a los públicos objetivo.

IV.1 Productos

- Producto 1:** Plan de trabajo que especifique fases, tiempos y recursos para el desarrollo de la estrategia.
- Producto 2:** Estrategia de comunicación que define medios pertinentes y recursos requeridos.
- Producto 3:** Productos comunicacionales y contenidos para cada uno.
- Producto 4:** Estrategia de difusión. Acuerdos con medios y presupuesto de difusión.
- Producto 5:** Experimentar con blogs y promover la publicación de comunicados utilizando medios alternativos como las redes sociales.

ACTIVIDADES, FUENTES DE VERIFICACION Y PLAZOS DE ENTREGA

PRODUCTO	PRODUCTOS ESPERADOS	ACTIVIDADES CENTRALES	FUENTE DE VERIFICACION	PLAZO DE ENTREGA
Producto 1	Plan de trabajo	Diseño de las etapas y resultados que guiarán el proceso. Definición de una agenda de trabajo.	Documento digital e impreso	3 días laborales a partir de la suscripción de orden de inicio
Producto 2	Elaboración de la estrategia y definición de los medios pertinentes así como de los públicos prioritarios.	Definición de los públicos objetivo. Desarrollar los materiales de comunicación adecuados para los públicos objetivo.	Documento digital e impreso	15 días laborales a partir de la entrega del plan de trabajo
Producto 3	Propuesta de productos y contenidos de los mensajes. Producción de la campaña.	Desarrollar un diseño creativo de los temas y mensajes de difusión. Elaborar una plataforma de contenidos y productos comunicacionales.	Productos contenidos y aprobados	35 días laborales a partir de la suscripción de orden de inicio





Estado Plurinacional de Bolivia
Ministerio de Educación
 Moromboeguasú Jeroata
 Yachay Kamachina
 Yaticha Kamana

PRODUCTO	PRODUCTOS ESPERADOS	ACTIVIDADES CENTRALES	FUENTE DE VERIFICACION	PLAZO DE ENTREGA
Producto 4	Plan de difusión Acuerdos con medios y presupuesto de difusión	Identificación y priorización de medios de comunicación y difusión. Negociación con medios para la difusión. Definición de plan de difusión. Presupuesto de difusión.	Listado de medios y acuerdos firmados.	7 días laborales a partir de la suscripción de orden de inicio
Producto 5	Generación de un plan y diseño comunicacional en medios alternativos como redes sociales.	Identificación de medios alternativos de difusión. Diseño y desarrollo de formatos de difusión en medios alternativos. Difundir los avances y los logros del trabajo del proyecto EPE-Bolivia.	Creación de blogs o perfiles en redes sociales para la difusión del programa y la educación técnica.	10 días laborales a partir de la suscripción de orden de inicio
TOTAL				70 DÍAS DE TRABAJO

IV.2 Plazo de ejecución de la consultoría

La consultoría se ejecutará en un plazo máximo de 70 días laborales.

IV.3 Supervisión

El desarrollo del proceso será monitoreado por la DGESTTLA y la Unidad de Coordinación de EPE Bolivia.

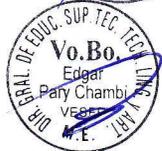
V. CARACTERISTICAS MINIMAS DE LA PROPUESTA

La propuesta de trabajo deberá establecer en su diseño: indicaciones precisas de las fases de diseño y difusión, presupuesto necesario y otras necesidades. La Unidad de Coordinación (UC) del proyecto, espera una propuesta de trabajo que identifique fases, en las cuales se contemplen los siguientes aspectos:

V.1 Etapa 1

En esta etapa se deberá definir la propuesta metodológica política y operativa de la estrategia de comunicación, bajo las prioridades identificadas por la DGESTTLA y el Proyecto EPE Bolivia. Incluye la realización del diagnóstico inicial de necesidades y la investigación pertinente para el desarrollo de la estrategia. Además, implica la identificación de públicos objetivos, los mensajes claves, las herramientas y los medios que se utilizarán.

El diseño de los mensajes debe aportar a que la audiencia receptora modifique su percepción respecto a la FTP, Por lo que el paso inicial de la construcción de los mensajes





Estado Plurinacional de Bolivia
Ministerio de Educación
Moromboeguasú Jeroata
Yachay Kamachina
Yaticha Kamana

es conocer al público, el tipo y nivel de información que tienen sobre la FTP, por lo que deben estar en función de: a) qué es lo que ya se sabe; b) qué es lo que debe conocer la población; y c) qué información desea priorizar el MdE y el Proyecto EPE Bolivia. Además, será esencial identificar las redes principales de comunicación y fuentes de información accesibles, para la difusión de materiales y los mensajes. Para la construcción de los mensajes claves, se tomarán en cuenta los siguientes aspectos:

- Definir y enfatizar en la información, ideas y acciones principales de la campaña.
- Describir y desarrollar una narrativa y argumentación coherente, con lenguaje claro y sencillo.
- Proponer siempre las ideas de manera afirmativa, respetando las características y costumbres de los públicos objetivo.
- Usar los mensajes para proponer alternativas a las necesidades identificadas en el diagnóstico.

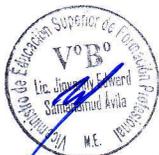
V.2 Etapa 2

La segunda etapa es la más importante, ya que incluye la producción misma, el acompañamiento y la difusión de la estrategia de comunicación, haciendo seguimiento a medios y garantizando que las herramientas y metodologías seleccionadas sean siempre las más pertinentes para cada sector y público con el que se trabaje. Con base en esto se deberá tomar en cuenta los siguientes puntos:

- Desarrollar una imagen y discurso institucional, que permita posicionar a la educación técnica superior y el nuevo enfoque de la educación productiva, al interior del subsistema de educación técnica tecnológica y en la opinión pública en general.
- Valorizar la FTP, mejorando la percepción de los públicos y actores identificados sobre la importancia de la formación técnica y capacitación laboral.
- Lograr que los actores institucionales, sociales y políticos involucrados en la temática conozcan, intervengan y se movilicen en torno a los objetivos del Proyecto EPE-Bolivia.
- Garantizar que todas las actividades y acciones que se llevan a cabo sean viables: en el marco del contexto y de las audiencias identificadas, pertinentes.

V.3 Etapa 3

Esta etapa final contempla la evaluación y difusión de la estrategia, de acuerdo a los Términos de Referencia para esta convocatoria. Por lo tanto, paralelamente a la implementación de la estrategia, se espera que se desarrolle un plan de evaluación a la incidencia y sensibilización respecto a la educación técnica superior en los ámbitos comunicacionales de difusión. La pertinencia de la estrategia será definida por la Unidad de Coordinación del proyecto en cada una de las etapas del trabajo, así como los recursos humanos involucrados para cumplir con el objetivo, debiendo contener mínimamente los siguientes acápites:





Estado Plurinacional de Bolivia
Ministerio de Educación
Moromboeguasu Jeroata
Yachay Kamachina
Yaticha Kamana

V.3.1 Marco conceptual

Los/as participantes deberán presentar una propuesta de trabajo que contenga las bases conceptuales y técnicas mínimas para el desarrollo de la estrategia. Los enfoques bajo los cuales se trabajará, el tiempo y recursos requeridos para la difusión de la campaña de comunicación

V.3.2 Enfoque de trabajo

La propuesta de un enfoque de trabajo adecuado a la normativa vigente así como deberá definir los enfoques y acciones dirigidas a integrar en el trabajo los ejes transversales del programa: género, gobernanza y responsabilidad medio ambiental.

V.3.3 Metodología

La propuesta metodológica para el trabajo deberá especificar las técnicas requeridas para el diseño e implementación de la estrategia de comunicación. La participación de los múltiples actores que participan en la formación, como son, los institutos, los sectores productivos y las personas. Así como las etapas propuestas.

V.3.4 Estructura presupuestaria de la propuesta

La distribución de recursos financieros requeridos para el desarrollo de la propuesta, de acuerdo al formato adjunto.

VI. PROPIEDAD INTELECTUAL

Queda establecido en los presentes términos de referencia, los mismos que son parte indivisible del contrato al que se anexa, que toda la documentación o producción intelectual resultante del trabajo realizado por la persona consultora, así como los informes que emita y toda otra información complementaria, será considerada desde su elaboración como propiedad del Ministerio de Educación, el mismo que tendrá los derechos exclusivos para publicar o difundir los mismos.

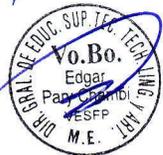
Este derecho continuará vigente aún concluida la relación contractual entre partes.

VII. PLAZO DE ENTREGA DE LA PROPUESTA

El plazo de entrega de la propuesta es de 15 días calendario a partir de la publicación del presente TDR.

VIII. SELECCIÓN

Una comisión evaluadora conformada por la DGESTTLA y la Unidad de Coordinación del Programa (Ministerio de Educación y CICA) definirá una escala de valoración de las propuestas para la selección de la persona consultora que cumpla con los términos y requisitos, definidos en esta convocatoria.





Estado Plurinacional de Bolivia
Ministerio de Educación
Moromboeguasu Jeroata
Yachay Kamachina
Yaticha Kamana

Únicamente las personas cuyas propuestas fueron pre-seleccionadas serán convocadas a una entrevista con el Ministerio de Educación, en un plazo máximo de 15 días hábiles.

IX. OTRAS CONSIDERACIONES ESPECIALES

El equipo consultor deberá mostrar amplia experiencia en el desarrollo de estrategias de comunicación y conocimiento del sector educativo y productivo en el que se inscribe el Proyecto EPE Bolivia, lo que implica:

a. Perfil del equipo:

1. Experiencia en el diseño de estrategias de comunicación y producción de productos comunicacionales educativos.
2. Equipo de especialistas para la producción de materiales y productos a ser difundidos en los medio seleccionados.
3. Conocimiento y manejo de programas de difusión de información en medio alternativos, como redes sociales, etc.
4. Conocimiento y relación con medios de comunicación.
5. Deseable conocimiento del subsistema de educación técnica y tecnológica y del sector productivo y laboral.
6. Manejo de tecnologías de información vigentes como redes sociales y otras.

b. Contribuciones al sistema integral de pensiones

De acuerdo a lo establecido por el programa, el contrato será firmado entre la representación de CICan en Bolivia y la persona consultora, quien deberá cumplir con todas las obligaciones impositivas.

c. Pasajes y viáticos (solo para consultorías licitadas en Bolivia)

Queda establecido que, CICan, por intermedio de la UC, realizará el pago por concepto de pasajes y viáticos cuando la persona consultora tenga que realizar viajes fuera del departamento para el cumplimiento de sus funciones.

d. Documentos que debe presentar el proponente.

Los documentos que deben presentar las personas proponentes son:

- Formulario de presentación de la propuesta (Formulario A-1).
- Formulario de formación y experiencia laboral (últimos 5 años) (Formulario A-2).
- Formulario de propuesta técnica y presupuestaria, con base en los presentes Términos de Referencia (Formulario A3).

Todas las consultas y los formularios pueden ser solicitados al correo epebolivia@gmail.com. Los documentos requeridos deberán enviarse en formato digital a: epebolivia@gmail.com y en formato físico a la dirección: Edificio Torre Luz, Av. 20 de Octubre N°2635, piso 4, of 403).

