

TÉRMINOS DE REFERENCIA

CONSULTORÍA “Producción de piezas comunicacionales de la Campaña valorización de la Formación Técnica”

1. ANTECEDENTES

El proyecto Formación técnica profesional 2018-2022 de la Cooperación para el Desarrollo de la Embajada de Suiza en Bolivia es ejecutado por el Consorcio Swisscontact – FAUTAPO. Se basa en los aprendizajes de más de once años (2006 – 2017) de apoyo a las políticas de formación técnica profesional del Ministerio de Educación (ME) en los Subsistemas de Educación Superior de Formación Profesional y Educación Alternativa y Especial.

El Proyecto tiene como objetivo general: “Contribuir a una mayor equidad económica y social, mejorando el acceso al empleo de población vulnerable a la pobreza, priorizando sectores con potencial productivo a través de la formación técnica, tecnológica y la capacitación”.

Con este fin, se plantean cuatro efectos:

1. Estudiantes, personas jóvenes y adultas utilizan las competencias, destrezas y habilidades adquiridas en la formación productiva, técnica y tecnológica para encontrar/mejorar su empleo con apoyo de empresas públicas y privadas.
2. Los institutos técnicos, tecnológicos y centros de educación alternativa y especial ofrecen una formación profesional y capacitación de calidad que responde a las dinámicas del trabajo y la producción local, en el marco de la implementación del modelo educativo socio comunitario productivo.
3. Capacidades, experiencias, saberes y conocimientos productivos y/o laborales de trabajadores/as reconocidos por el Servicio de Certificación de Competencias (SPCC) y complementadas para fortalecer las actividades laborales, la generación de iniciativas productivas y el desarrollo de la producción comunitaria.
4. Actores relevantes del sector público, privado y sociedad civil dialogan para la implementación de las políticas nacionales y territoriales de educación técnica, tecnológica y productiva.

El Proyecto responde a un contexto económico, social y educativo que define como principales desafíos: a) la persistencia de la pobreza moderada, b) la exclusión de la población de jóvenes y mujeres, c) la desocupación focalizada en estos estratos, y d) la pertinencia de la formación técnica/productiva.

En el marco de la estrategia de comunicación aprobada por la Cooperación Suiza en Bolivia, se tiene como uno de los productos más destacados la implementación de una campaña mediática de valorización de la formación técnica. Bajo ese marco, se requiere contratar el servicio de una empresa especializada en producción de campañas publicitarias de promoción y sensibilización social de alto impacto, destinada a dos públicos meta como lo son el sector empleador y los jóvenes que tienen formación técnica, de acuerdo con objetivos que se desean alcanzar.

2. OBJETIVO DE LA CONSULTORÍA

Producir una campaña publicitaria para valorizar el aporte de profesionales técnicos (jóvenes y mujeres) al desarrollo productivo del país, dirigida principalmente al sector empleador de Bolivia.

3. RESULTADOS ESPERADOS

- Una campaña publicitaria dirigida al sector empleador para que se reconozca el aporte del técnico profesional boliviano.
- Mostrar la experiencia de otros países sobre el aporte del profesional técnico a la productividad y la economía.
- Enfatizar el perfil del profesional técnico boliviano que tiene competencias y habilidades que pueden fortalecer las empresas y unidades productivas.
- Concepto creativo, plan de difusión y piezas comunicacionales para la campaña (Algunos ejemplos spots, cuñas radiales, artes para redes, e impreso y material diseñado pop).

4. ALCANCE DE LAS ACTIVIDADES

Sin ser limitativas, las principales actividades se concentran en:

- Coordinación con la instancia de comunicación del proyecto para elaboración del concepto creativo que cuente con un enfoque de igualdad de género y de diversidad social, orientaciones para el plan de difusión, mensajes claves, y la presentación final de campaña.
- Diseño y producción de piezas comunicacionales, sobre la base del concepto creativo.
- Cronograma de producción y entrega de piezas.

5. PRODUCTOS ESPERADOS

Con la realización de la consultoría se espera obtener los productos que se especifican en el siguiente cuadro:

N°	Producto	Contenido Mínimo
1	Planificación de campaña y definición de lineamientos	<ul style="list-style-type: none"> • Propuesta de estrategia de campaña en redes sociales y medios de comunicación. • Concepto creativo, identidad, propuesta de concepto de materiales: Mensaje clave y eslogan, boceto de impresos (afiche, tríptico, volante – uno que considere efectivo la propuesta). • Guiones de spots y cuñas radiales. • Cronograma de trabajo.
2	Producción de piezas comunicacionales	<p>Las piezas comunicaciones señaladas a continuación son referenciales y deben estar en relación con el concepto creativo que se apruebe:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 4 spots de 30 segundos: <ul style="list-style-type: none"> - 2 spots para sector empleador - 2 spots sobre jóvenes profesionales en formación técnica Las filmaciones deberán contemplar locaciones que deberán incluir ciudades grandes (1) e intermedias (1) • 4 cuñas radiales • Un impreso (volante, afiche o tríptico) impreso en 2000 unidades (solo un arte) • 12 artes para redes sociales diseñadas • Diseño de dos materiales POP para uso masivo y difusión de la campaña
3	Informe Final	<ul style="list-style-type: none"> • Informe final de consultoría • Entrega de todos los productos y materiales para su difusión

Los consultores podrán incluir otra información adicional que consideren necesaria e importante.

6. PERFIL REQUERIDO

Podrán postularse empresas especializadas y legalmente establecidas en Bolivia, que cumplan con los siguientes requisitos:

1. Amplia experiencia en la elaboración de campañas publicitarias
2. Contar con personal especializado en comunicación para el desarrollo y publicidad
3. Disponibilidad de recursos probados para la producción de spots.
4. Haber participado en al menos 4 campañas de sensibilización social pro desarrollo.
5. Experiencia de 5 años mínimo de trabajos y producciones en comunicación para el desarrollo.

7. MODALIDAD DE CONTRATACIÓN

El servicio será contratado bajo la modalidad de Consultoría por producto, por lo que la empresa deberá contar con los medios necesarios, equipos de filmación y edición de videos, locutores, personal idóneo, equipos informáticos y todas las herramientas pertinentes al trabajo.

Las actividades de la consultoría se desarrollarán en y desde sus propias oficinas, aplicándose para la coordinación presencial o virtual.

8. DURACIÓN DE LOS SERVICIOS

El contrato de consultoría tendrá una duración de 5 meses a partir de la firma del contrato. Se espera que la consultoría inicie el noviembre de 2021 y concluya en abril de 2021, plazo en el cual todos los productos deberán ser entregados por la empresa y aprobados por la coordinadora de Comunicación y la dirección del Proyecto.

9. COSTO TOTAL Y MODALIDAD DE PAGO

El costo total de la consultoría y la forma de pago serán determinados de acuerdo con las propuestas económicas presentadas. El costo máximo referencial de la consultoría es de Bs. 82.000.-

Los pagos se realizarán previa aprobación de informes por la Coordinadora del Área de Comunicación del Proyecto y dirección del Proyecto, de acuerdo con el siguiente detalle:

N°	Informe	Porcentaje de pago
1	Planificación de campaña y definición de lineamientos	30%
2	Entrega de piezas comunicacionales	40%
3	Informes finales de consultoría y entrega de piezas para su difusión en diversos formatos.	30%

Las fechas de pago se definirán según el cronograma de trabajo presentado en la propuesta.

De acuerdo con lineamientos internos, en caso de exceder el costo de la consultoría a USD 3.500 o su equivalente en BOB, como garantía de cumplimiento de contrato, se realizará la retención del 7% sobre el costo total, el mismo que será devuelto al proveedor a la conclusión y cumplimiento del contrato, previa solicitud escrita.

Por otra parte, el incumplimiento en los plazos de duración y entrega de productos será sancionado con el descuento del 1.5% por día de retraso en el cumplimiento de las metas definidas, sobre el total o el saldo de los productos pendientes de entrega, en cantidad y calidad acordados.

10. PAGO DE IMPUESTOS Y AFPs

Es responsabilidad de la Empresa adjudicada dar cumplimiento a las obligaciones legales nacionales, sean tributarias, laborales, de seguridad social u otra.

11. COORDINACIÓN Y SUPERVISIÓN

La coordinación y supervisión del trabajo estará a cargo de la Coordinadora en Comunicación del Proyecto Formación Técnica Profesional.

12. -PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS

a. Contenido de la propuesta técnica

La propuesta técnica deberá incluir los siguientes aspectos:

- Características generales de la campaña: piezas y estilo creativo
- Experiencia institucional en campañas
- Equipo de profesionales que participaran y funciones del equipo.
- Cronograma de trabajo en relación con productos esperados y detallados en estos TDRs

b. Contenido de la propuesta económica

La propuesta económica deberá contener y detallar los siguientes ítems:

- Honorarios
- Materiales e insumos requeridos para el desarrollo del trabajo
- Costos estimados de producción de spots y cuñas de radio
- Costos estimados de viajes
- Costos estimados de diseño e impresión de impreso (solo uno de los sugeridos u otro que considere la estrategia creativa)
- Diseño de material POP (gorras u otros a sugerencia de consultora)
- Otros gastos asociados al trabajo (si corresponde)
- Impuestos y otros pagos establecidos por la Legislación Boliviana

c. Documentos Legales de la empresa

Copia simple de los siguientes documentos:

- Documento de constitución de la empresa
- Poder de representante legal si se trata de empresa.
- Fotocopia de la Cédula de Identidad del representante legal o del propietario si es Unipersonal.
- Registro en FUNDEMPRESA vigente o Registro comercial
- Copia del NIT.
- Certificado actualizado del NIT emitido por el Servicio de Impuestos Nacionales (certificación electrónica).

Se deben incluir como anexos:

- Una hoja de vida de la empresa proponente.
- Un resumen de máximo 2 páginas de las Hojas de Vida del personal que desarrollará el trabajo (no se requieren respaldos).

d. Criterios de selección

Se seleccionará aquella propuesta que consiga un mayor puntaje considerando la siguiente valoración:

Nº	Criterios	Puntaje
1.	Experiencia general	20
2.	Experiencia en campañas pro-desarrollo	30
3.	Coherencia de la propuesta metodológica	30
4.	Entrevista	10
5.	Costo de consultoría (coherencia con la propuesta metodológica)	10
Total puntaje		100

e. Plazos

La propuesta para la realización de la consultoría deberá ser enviadas en formato virtual y con respaldos respectivos hasta Hrs. 17:00 (5:00 p.m.) del 16 de noviembre de 2021, a la dirección que se menciona en el siguiente punto.

f. Dirección

Las propuestas deben ser enviadas a las siguientes direcciones:

Correo electrónico: comunicacion@formaciontecnicabolivia.org

Con copia a: javier.benitez@swisscontact.org

marlen.flores@swisscontact.org

Referencia o Asunto: "Producción de piezas comunicacionales de la Campaña valorización de la Formación Técnica"

13. CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN

Toda la información que la empresa consultora recopile y desarrolle en el marco del presente contrato de consultoría, será mantenida en estricta confidencialidad y reserva, por tanto, la empresa contratada se compromete a no divulgar ningún resultado parcial o total de la información reunida o que ha tenido acceso durante la elaboración de la reglamentación, y a no utilizarla sin previa y expresa autorización del Consorcio Swisscontact - FAUTAPO.

14. PROPIEDAD INTELECTUAL

Siendo la consultoría de contribución a la ejecución del Proyecto Formación técnica profesional, se reconoce que la información y documentación que La Empresa consultora proporcione, así como los datos, otros materiales y resultados obtenidos de la prestación de los servicios de consultoría, son propiedad del Consorcio Swisscontact - FAUTAPO, con el carácter confidencial y reservado en términos de la normatividad aplicable y las disposiciones del Contrato. A partir de la entrega del informe final, el equipo consultor está obligado a entregar todo el material y la documentación pertinente al Consorcio Swisscontact-FAUTAPO.