

## **TÉRMINOS DE REFERENCIA (CONSULTORÍA PERSONA NATURAL)**

### **Talleres: Media Training con énfasis en vacunación masiva y COVID-19**

#### **1. ANTECEDENTES**

La Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH opera a nivel mundial como empresa proveedora de servicios de la cooperación internacional para el desarrollo sostenible. La GIZ cuenta con experiencia en los ámbitos más diversos: desde el fomento de la economía y el empleo hasta el fomento de la paz y la seguridad, pasando por temas relacionados con la energía y el medio ambiente. La GIZ es una empresa federal de utilidad pública y, como tal, asiste al Gobierno Federal alemán en sus esfuerzos por alcanzar

los objetivos fijados en materia de cooperación internacional. Para ello, la GIZ desarrolla junto con sus contrapartes soluciones eficaces que ofrezcan perspectivas a las personas y mejoren sus condiciones de vida a largo plazo.

La GIZ en Bolivia está presente desde el año 1962. El principal comitente de la GIZ en Bolivia es el Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo (BMZ). Como respuesta a la pandemia del COVID-19, la GIZ, por encargo del BMZ, implementa varias medidas puntuales de cooperación para apoyar a Bolivia en la respuesta a la situación sanitaria. Algunos temas de estas medidas se concentran en el apoyo a los esfuerzos nacionales en temas de vacunación y emergencia sanitaria. Todas las medidas son implementadas junto al Ministerio de Salud y Deportes y entidades relevantes del sector de salud.

SFF StopCovid es una medida del Fondo de Estudios y Expertos para el apoyo a la campaña nacional de vacunación. Con la premisa de construir y valorar el prestigio institucional y confianza de la población se busca una persona apasionada y capaz de elevar las capacidades de comunicación efectiva hacia los medios de comunicación del personal estratégico que trabaja en la vacunación masiva de la población boliviana.

#### **2. OBJETIVO GENERAL**

Capacitar a personal estratégico del Programa Ampliado de Inmunización y Servicios Departamentales de Salud en la comunicación de riesgos en escenario de emergencia sanitaria y vacunación masiva, el relacionamiento con medios de comunicación y el uso adecuado de redes sociales.

#### **3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Descubrir, desarrollar y potenciar habilidades en los participantes para transmitir mensajes efectivos a los medios de comunicación y en redes sociales.
- Sensibilizar y promover aspectos de reputación institucional en el escenario de vacunación masiva.
- Simular entrevistas y situaciones de comunicación controlada y no controlada con prensa, que parezcan reales, en las que la\*os participantes desarrollen competencias en la comunicación asertiva en situaciones de crisis.

#### **4. ACTIVIDADES O TAREAS ESPECÍFICAS A DESARROLLAR.**

- Convocar a 2 periodistas para que participen del simulacro de entrevistas, para realizar hasta 75 entrevistas que abarcarán los 3 talleres.
- Ejecución de Taller de Media Training dirigido a 15 personas previamente seleccionadas en el departamento de La Paz (duración de 3 días\*\*).
- Ejecución de Taller de Media Training dirigido a 15 personas previamente seleccionadas en el departamento de Cochabamba (duración de 3 días\*\*).
- Ejecución de Taller de Media Training dirigido a 15 personas previamente seleccionadas en el departamento de Santa Cruz (duración de 3 días\*\*).
- Evaluar a la\*os participantes antes y después del taller para consolidar el aprendizaje.
- Ejecutar dinámicas y simulaciones de escenarios reales para el fortalecimiento de las competencias relacionadas a la temática del taller.
- Dar retroalimentación personalizada a cada uno de la\*os participantes.
- Elaboración de informe final de cada taller.
- Coordinación regular con el Fondo de Estudios y Expertos – Medida SFF Stop Covid de GIZ para la ejecución del taller.
- Coordinación regular con la Encargada de eventos de la Unidad de Servicios (UdS) para la logística del evento.
- Otorgar certificados a la\*os participantes.

**\*\*Los gastos de logística para los 3 talleres serán cubiertos por el proyecto (salón, refrigerios, materiales) el consultor no realizará gastos al respecto.**

## 5. METODOLOGÍA

### Teoría:

- Realizar exposiciones teóricas enfocadas en el objetivo del taller.

### Práctica:

- Realizar entrevistas en audio y vídeo de la\*os participantes sin prácticas previas, en situaciones simuladas.
- Revisar y analizar las entrevistas previas de la\*os participantes para poder examinar su desempeño, evaluar los aciertos y desaciertos y aprender de la experiencia.
- Expositiva: Periodistas locales y en actividad profesional conversarán directamente con los participantes, compartiendo sus experiencias desde el punto de vista del medio de comunicación. De esta forma, los futuros voceros podrán comprender, de primera mano, las necesidades informativas de la prensa nacional.
- Vivencial y Experiencial: Con el objetivo de vivir la experiencia mediática “en carne propia”, producir simulaciones de acciones con prensa con todos los elementos reales que la componen, sobre todo, con la presencia de periodistas profesionales y preguntas propias de estos encuentros:
  - Conferencia de prensa.
  - Entrevista one to one.
  - Entrevista radial o abordaje.

## 6. PRODUCTOS/INFORMES

N°	PRODUCTOS	FECHAS DE PRESENTACIÓN
1.	Propuesta técnica de contenido de taller de Media Training.	15.09.2022

2.	Informe de ejecución de talleres en tres ciudades que incluya material fotográfico y recomendaciones.	30.09.2022
----	---	------------

Los productos e informes de la consultoría deberán ser entregados por el/la Consultor/a y dirigidos a [stop.covid@giz.de](mailto:stop.covid@giz.de)

## **7. FORMATO PARA ENTREGA**

Todo producto y/o resultado de la consultoría debe ser presentado en formato físico y en copia digital.

## **8. COORDINACIÓN TÉCNICA**

El trabajo de consultoría deberá ser realizado en coordinación con el responsable técnico: Dra. Patricia Miranda

## **9. LUGAR DE TRABAJO**

La consultoría se desarrollará en las ciudades de La Paz y de manera virtual.

## **10. VIAJES OFICIALES**

El/la consultor/a deberá incluir en su propuesta económica los gastos de traslado desde su ciudad de residencia de acuerdo con lo que corresponda para realizar los 3 talleres

Se requieren en total 3 viajes: A las ciudades de La Paz, Cochabamba y Santa Cruz. Cada viaje de 3 días de viáticos, 2 noches hospedaje.

## **11. TIEMPO DE CONTRATACIÓN**

La consultoría se realizará en **19 días efectivos de trabajo entre el 05/09/2022 y el 30/09/2022.**

## **12. CALIFICACIÓN DEL PERSONAL PROPUESTO**

El/la Consultor(a) debe contar con el siguiente perfil:

### **Formación y experiencia (35%)**

- **Formación:**
  - ✓ Profesional titulado(a) de las ciencias sociales, psicología, comunicación o área afín;
  - ✓ Profesional en comunicación, periodismo, media training y/o ramas afines;
  - ✓ Posgrado / Maestría / Doctorado con contenido afín a la consultoría.
  - ✓ Sólidos conocimientos y experiencia facilitación de talleres o espacios sociales participativos relacionados a media training y comunicación de riesgos;
- **Experiencia profesional general** de mínimo 5 años comprobada de trabajo relacionado a la consultoría.
- **Experiencia específica:**

- ✓ Mínimo de 5 años de experiencia demostrable en trabajos relacionados con medios de comunicación, talleres de coaching, media training y comunicación en situaciones de crisis.
- ✓ Experiencia demostrable en capacitaciones, entrenamiento de personal y/o ramas afines.
- ✓ Se valorará la capacidad reflexiva, análisis crítico, sentido propositivo, creativo y de comprensión local, regional y del país.
- ✓ Habilidad para recuperar y desarrollar saberes y conocimientos propios y de otras personas para encarar el desarrollo de sus habilidades de comunicación asertiva y efectiva en situaciones de riesgo.

### **Propuesta técnica (35%)**

El/la proponente deberá hacer llegar una propuesta técnica que incluya un cronograma, la metodología a utilizar y otros elementos que considere necesarios. La propuesta no debe ser copia de los presentes términos de referencia.

### **Propuesta económica (30%)**

El/la proponente debe hacer llegar una propuesta económica por el servicio a prestar que incluya todas las prestaciones, obligaciones e impuestos de ley.

Se abrirá las propuestas económicas, únicamente de los/las proponentes que obtengan un mínimo de 50/70 en la evaluación del (Formación, experiencia y propuesta técnica).

## **13. FORMA DE PAGO**

<b>N° de pago</b>	<b>Producto o informe a entregar</b>	<b>Fechas</b>	<b>Calculado en relación con el tiempo invertido (días efectivos)</b>
1	A la entrega y aprobación del Informe de ejecución de talleres en tres ciudades que incluya material fotográfico y recomendaciones.	30/09/2022	19 días

## **14. FACTURACIÓN**

El (la) consultor(a) deberá necesariamente entregar la factura correspondiente por el total de cada pago percibido del costo de la consultoría, emitida a nombre de GIZ, con Número de Identificación Tributaria NIT 99001

## **15. PROPIEDAD INTELECTUAL**

Los materiales producidos bajo los presentes Términos de Referencia, tales como diseños metodológicos, escritos, reportes, gráficos, fotografías, cintas magnéticas, programas de computación y demás son de propiedad exclusiva de la GIZ. Este derecho propietario continuará vigente aún después de la conclusión de la relación contractual de las partes. El uso de los mismos por parte del consultor será posible únicamente con la autorización formal de GIZ.

## **16. MEDIDAS DE BIOSEGURIDAD EN EL CONTEXTO DE LA PANDEMIA POR EL COVID19**

El/la consultor/a o empresa proveedora de servicios deberá velar por adoptar las medidas de bioseguridad pertinentes, a fin de evitar el contagio y propagación del COVID-19, especialmente cuando sus actividades impliquen participación presencial en Programas o Proyectos de la GIZ.

Las normas de bioseguridad por la pandemia vinculadas al COVID-19 dadas por el estado boliviano deben ser cumplidas por el/la consultor/a / la empresa.

La GIZ no asume ni asumirá los gastos que impliquen medidas de bioseguridad correspondientes y/o los riesgos que acarree su omisión en las acciones ejecutadas el/la consultor/a o la empresa

El cumplimiento de plazos establecidos en el contrato no debe conllevar a un incumplimiento de las normas oficiales de bioseguridad del país. Dado el caso, se evaluará si es factible ampliar la vigencia del contrato en cuyo caso se deberá realizar una adenda en tiempo al contrato

## **17. CONFIDENCIALIDAD**

EL Consultor deberá guardar confidencialidad sobre todo material que le sea entregado para el desempeño de su trabajo y que sea de propiedad del Programa de GIZ. De igual forma no podrá dar a dicho material otro uso que no sirva al cumplimiento de objetivos de la presente consultoría, salvo autorización explícita de la GIZ.

***Nota.- Se comunica que, en cumplimiento de lo dispuesto en la Ley N° 065 de 10 de diciembre de 2010 y del Decreto supremo N°. 778 de 26 de enero de 2011 (Reglamento de Desarrollo Parcial de la Ley 065, de Pensiones, en Materia de contribuciones y Gestión de Cobro de contribuciones en Mora). Dice textual “Las personas naturales que efectúen trabajo como consultores por producto y consultores, se encuentran en la obligación de efectuar contribuciones mensuales al SIP como asegurados independientes”. Dentro del Proceso de Elaboración de contratos GIZ, los pagos al SIP deberán realizarse previamente a los pagos correspondientes a honorarios, inclusive del primer pago de los contratos, (el pago debe efectuarse sobre el Total Ganado).***