

## **TÉRMINOS DE REFERENCIA PARA LA CONTRATACIÓN DE UNA PERSONA O EMPRESA CONSULTORA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL PARA LA PROMOCIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LOS SERVICIOS DE LA UNIDAD DE COMPETITIVIDAD Y EMPRENDIMIENTO DEL GOBIERNO MUNICIPAL DE LA PAZ**

### **1. ANTECEDENTES**

El Centro de Estudios y Cooperación Internacional, (CECI) es una organización canadiense sin fines de lucro, cuya sede se encuentra en Montreal desde 1958 y desde 1990 en Bolivia. Actualmente, el CECI en consorcio con la Fundación IES ejecuta el proyecto “Ecosistema Transformativo en Género para el Empoderamiento Económico de las Mujeres” (TEA WEEB). TEA WEEB se enfoca en generar un cambio que incremente el empoderamiento económico de las mujeres y en la transformación del ecosistema en el que operan. Para ello, TEA WEEB trabaja junto a MPyMEs lideradas por mujeres, instituciones empresariales del ecosistema, redes de mujeres empresarias y emprendedoras, gobiernos locales y otras entidades en Cochabamba, El Alto, La Paz y Santa Cruz. Esto involucra un innovador enfoque transformativo en género para generar un cambio real en las capacidades de gestión de las MPyME lideradas por mujeres, su relacionamiento con redes de mercado e institucionales, gremios empresariales y actores del ecosistema, así como también en los actores clave gubernamentales.

TEA WEEB busca incidir en la construcción de marcos normativos municipales que fomenten el empoderamiento de mujeres con enfoque de género y acciones que respondan a la integralidad de las barreras y brechas que enfrentan las mujeres. En cuanto a su trabajo con gobiernos Municipales, TEA WEEB impulsa acciones para atender las desigualdades de género con un enfoque de ciclo de vida, políticas públicas hacia un sistema integral de cuidados con visión prospectiva, cambios y modificaciones a normativas orientadas al cierre de brechas, entre otras. En el caso del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (GAMLP), TEA WEEB está llevando adelante acciones en coordinación junto a la Secretaría Municipal de Desarrollo Económico, que, a través de su Dirección de Competitividad e Inversiones y la Unidad de Competitividad y Emprendimiento, proporcionan Servicios de Desarrollo Empresarial, Fortalecimiento Productivo, Empleabilidad y Emprendimiento a nivel urbano, rural y metropolitano. Estos servicios contribuyen a mejorar las posibilidades, oportunidades y capacidades de emprendedores locales para iniciar negocios, desarrollar negocios innovadores y sostenibles, mejorar las capacidades de los ciudadanos para su inserción laboral, mejorar las posibilidades, oportunidades y capacidades para el desarrollo, crecimiento y fortalecimiento de MYPIMES, contemplando ámbitos como la innovación, la mejora de productividad, competitividad y el desarrollo económico local. Este trabajo se realiza por medio del funcionamiento de 4 plataformas que brindan servicios a diferentes segmentos de la población: Plataforma de Empleabilidad, Plataforma de Ceración de Empresas, Plataforma de Aceleración de Empresas y Plataforma de Innovación. además de contar con una Agencia de Desarrollo Económico Local que trabaja en procesos de fortalecimiento Productivo a nivel Rural.

En el marco del trabajo realizado entre el GAMLP y TEA WEEB, se ha identificado la necesidad de desarrollar una estrategia de comunicación integral que permita visibilizar y posicionar adecuadamente los servicios municipales ofrecidos por el GAMLP, destacando su enfoque inclusivo, su impacto en el desarrollo económico local y su contribución a la autonomía económica de las mujeres.

### **2. OBJETIVO DE LA CONSULTORÍA**

Diseñar una estrategia comunicacional integral y un un kit de comunicación con enfoque responsivo en género y de empoderamiento económico de las mujeres que permita visibilizar, posicionar y promover los servicios de creación y fortalecimiento empresarial de la Unidad de Competitividad y Emprendimiento del GAMLP.

### 3. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Realizar un diagnóstico comunicacional que identifique las fortalezas, debilidades, oportunidades y desafíos en la difusión y posicionamiento de los servicios de la Unidad de Competitividad y Emprendimiento, incluyendo el análisis de canales utilizados, percepción del público beneficiario y niveles de articulación comunicacional interna, con el fin de sustentar el diseño de una estrategia efectiva y basada en evidencia.
- Diseñar una estrategia de comunicación con enfoque responsivo en género que oriente y fortalezca la difusión de los servicios municipales, tanto a nivel externo como interno, incorporando mecanismos de articulación con otras áreas del GAMLP y con énfasis en la promoción del empoderamiento económico de las mujeres. Entregar recomendaciones para la implementación progresiva de la estrategia, con orientaciones prácticas y sostenibles que puedan ser ejecutadas por el equipo técnico del GAMLP
- Elaborar un kit de comunicación base con enfoque responsivo en género que incluya identidad visual, mensajes clave, slogans, hashtags, mockups, plantillas gráficas, guiones de video y modelos de copy para redes sociales, con productos diferenciados por cada plataforma de servicio.

### 4. ALCANCE

La presente consultoría tendrá una duración de dos (2) meses a partir de la firma del contrato y tiene como propósito desarrollar una estrategia comunicacional multicanal, inclusiva y responsiva en género, que permita promocionar y posicionar los servicios de la Unidad de Competitividad y Emprendimiento del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (GAMLP), así como los servicios ofertados por las distintas plataformas municipales. La estrategia deberá contribuir al fortalecimiento del ecosistema económico local, visibilizando y valorizando el aporte de las mujeres al desarrollo económico del municipio y promoviendo el empoderamiento económico de este sector.

Como punto de partida, la consultoría deberá realizar un diagnóstico comunicacional que permita comprender en profundidad la situación actual de la difusión y posicionamiento de los servicios de la Unidad. Este diagnóstico debe incluir el análisis de los canales actualmente utilizados, la percepción del público objetivo, la eficacia de los mensajes emitidos y la articulación comunicacional interna con otras unidades municipales. La información recogida deberá permitir identificar brechas, oportunidades y audiencias desatendidas.

Se debe desarrollar una **estrategia comunicacional multicanal con enfoque responsivo en género y de empoderamiento económico de las mujeres**, basada en evidencia. Para alcanzar una comprensión profunda de las necesidades, dinámicas y desafíos actuales, además del diagnóstico inicial la Estrategia debe considerar los resultados de la Línea Base de servicios de desarrollo económico, productivo, empresarial y emprendedor en el municipio de La Paz para el empoderamiento económico de las mujeres desde una perspectiva integral, elaborada por el proyecto TEA WEEB y el GAMLP.

La estrategia deberá construirse desde un enfoque responsivo en género y de empoderamiento económico de las mujeres, ya que emprendedoras y empresarias representaron el 67% de las personas usuarias de las plataformas municipales durante 2024. El enfoque responsivo en género es un marco de trabajo que reconoce las barreras estructurales que enfrentan las mujeres en el acceso a servicios, financiamiento, redes y visibilidad institucional. Este enfoque implica no solo segmentar la comunicación por género, sino transformar los contenidos, lenguajes y canales para garantizar una participación equitativa y proactiva de mujeres emprendedoras, empresarias y trabajadoras en el ecosistema económico, reconociendo y amplificando sus voces, trayectorias e intereses.

Todas las acciones comunicacionales propuestas deberán integrar el lenguaje inclusivo de manera transversal. Para ello, la estrategia deberá incorporar una metodología práctica que permita al GAMLP sostener el uso del lenguaje inclusivo en sus productos y acciones comunicativas, incluyendo herramientas de formación, guías de estilo y protocolos de revisión.

La estrategia deberá incluir propuestas de acciones claras y viables, con un enfoque de producción inmediata, que contemplen:

- costos estimados,
- recursos requeridos (humanos, técnicos y logísticos),
- cronograma sugerido y
- recomendaciones específicas para su implementación institucional por parte del GAMLP.

La estrategia de comunicación deberá incorporar herramientas y mecanismos de comunicación interna que fortalezcan la coordinación con otras áreas del Gobierno Municipal, especialmente aquellas vinculadas a programas de empleabilidad, emprendimiento, desarrollo empresarial y social, con el fin de ampliar el conocimiento y la promoción de servicios orientados al empoderamiento económico de las mujeres. En particular, la estrategia debe incluir acciones específicas para fortalecer la articulación con sub-alcaldías, con el fin de que estas instancias conozcan y difundan adecuadamente la oferta de servicios municipales disponibles para el empoderamiento económico de las mujeres.

Además de la estrategia, la consultoría deberá desarrollar un Kit de Comunicación Base con enfoque responsivo en género enmarcado en la Estrategia de Comunicación, que permita estandarizar y facilitar la producción de contenidos comunicacionales a futuro. Este kit deberá incluir:

- mensajes clave, slogans, hashtags, identidad visual y ejemplos de piezas (mockups),
- 10 plantillas gráficas editables (para publicaciones en feed y stories, dos por cada plataforma),
- 10 guiones y videos breves en formato Reels o TikToks (dos por plataforma),
- 10 modelos de copy para redes sociales que promocionen los servicios ofertados.

Estos productos deberán estar alineados con la identidad de la Unidad de Competitividad y Emprendimiento y los intereses del público objetivo, con énfasis en mujeres emprendedoras y empresarias. El Kit deberá ser útil tanto para difusión digital como para acciones comunicacionales en medios tradicionales y comunitarios, en el marco de una estrategia multicanal.

## PRODUCTOS ENTREGABLES

**Informe de diagnóstico comunicacional:** Documento que sistematiza la información levantada sobre los servicios ofertados, públicos objetivo, percepción de beneficiarias/os, canales actuales de comunicación, oportunidades de mejora y recomendaciones preliminares. Deberá incluir resultados de entrevistas, grupos focales, otros y análisis de materiales existentes.

### **Estrategia comunicacional integral:**

Este documento estratégico debe incluir:

- Contexto institucional y de servicios de la Unidad de Competitividad y Emprendimiento
- Objetivos comunicacionales generales y específicos
- Públicos objetivo-diferenciados, detallando su segmentación sociodemográfica, características comunicacionales y necesidades informativas
- Principios orientadores (inclusión, enfoque de género, autonomía económica de las mujeres)
- Propuesta metodológica, guía, protocolo para el uso de lenguaje inclusivo
- Mensajes y acciones clave
- Acciones comunicacionales, detallando recursos y articulaciones necesarias para su implementación
- Tono y estilo comunicacional
- Slogan, hashtags y elementos de identidad
- Plan de medios y canales (externos e internos), incluyendo medios digitales, medios tradicionales y comunicación interna.
- Cronograma referencial de implementación por fases

- Roles y responsabilidades
- Recomendaciones para articulación interna con subcaldías y otras unidades.
- Indicadores de seguimiento y evaluación que incluyan la medición de alcance, interacción percepción
- Herramientas de monitoreo

**Kit de comunicación base:** Paquete editable y listo para uso institucional, que incluya:

- Identidad visual complementaria y adaptada a los servicios (slogan, hashtags, paleta de colores, tipografía y estilo gráfico).
- 10 plantillas gráficas editables para redes sociales (feed y stories), dos por cada plataforma.
- 10 guiones y videos cortos (reels o TikToks) promocionales, dos por plataforma, con enfoque en público joven y mujeres emprendedoras.
- 10 copias modelo para publicaciones, dos por plataforma, adaptados a distintos públicos.

### **Informe final de consultoría**

Documento que sistematiza el proceso de elaboración de la estrategia de comunicación, incluyendo el diagnóstico comunicacional realizado y el kit de comunicación. El informe deberá incorporar recomendaciones para la sostenibilidad institucional y en anexo la Estrategia de Comunicación y el Kit de Comunicación Base con todos los insumos gráficos y audiovisuales desarrollados.

## **5. PAGOS**

**El monto total para esta consultoría es de Bs 21.000.** Asimismo, el monto está sujeto a pago de impuestos, por lo que la persona seleccionada deberá emitir una factura por cada pago parcial a nombre de CECI con NIT 125715029. En caso de no presentar factura, CECI actuará como agente de retención de impuestos establecidos por ley, por el servicio prestado.

- El primer pago (20% del monto total de la consultoría) se realizará con la entrega del Plan de Trabajo y cronograma
- El Segundo pago (30% del monto total de la consultoría) se realizará con la entrega del Diagnóstico Comunicacional y la Estrategia de Comunicación aprobada por GAM La Paz y CECI
- El último pago (50% del monto total de la consultoría) se realizará con la entrega del Kit de Comunicación aprobado por GAM La Paz y CECI y el informe final de consultoría.

## **6. PERFIL DEL/A CONSULTOR/A Y EXPERIENCIA PROFESIONAL**

### **a) Educación:**

Grado universitario a nivel de licenciatura en ciencias de la comunicación y/o ingeniería comercial.  
Estudios de postgrado y/o cursos de especialidad en marketing digital.

### **b) Experiencia:**

- Al menos 3 trabajos comprobados relacionados a comunicación institucional, marketing de servicios o comunicación.
- Experiencia previa en proyectos relacionados a emprendimiento, economía naranja, incubadoras, desarrollo local o pymes.
- Conocimiento del ecosistema emprendedor local y regional.
- Trabajando con sectores público-privados, ONGs, incubadoras de empresas o entidades de fomento empresarial.

### c) **Habilidades y conocimientos**

- Diseño de estrategias de comunicación multicanal (digital y tradicional).
- Redacción de contenidos persuasivos (copywriting) enfocados en públicos emprendedores.
- Gestión y dinamización de comunidades virtuales.
- Creación de campañas informativas para la difusión de servicios públicos o privados.
- Manejo de herramientas de diseño y planificación de contenidos (Canva, Meta Business Suite, Hootsuite, etc.).
- Capacidad para coordinar con equipos multidisciplinares (diseño, desarrollo empresarial, gestión pública).
- Evaluación y monitoreo de impactos comunicacionales.

## **7. CONDICIONES DEL CONTRATO**

Corresponde a una consultoría por producto bajo un contrato civil. Tiene una **duración de dos meses (8 semanas), del 9 de Junio de 2025 al 4 de Agosto 2025**. El contrato será suscrito con el Centro de Estudios y Cooperación Internacional (CECI). La/el consultor/a trabajará bajo la supervisión de la Gerencia del Proyecto TEA WEEB y de la Especialista de Incidencia Política y Comunicación TEA WEEB, quienes a su vez coordinarán con la Unidad de Competitividad y Emprendimiento del GAM La Paz

## **8. PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS**

La última fecha para presentar candidatura es el **25 de Mayo, 2025 no más tarde de las 23:59** hora de Bolivia. Las personas o empresas interesadas deben **enviar Curriculum Vitae completo y una Propuesta Metodológica de Trabajo con cronograma en base al alcance de la consultoría**. Para que la propuesta sea considerada se debe enviar ambos documentos **al correo electrónico [cecibolivia@ceci.ca](mailto:cecibolivia@ceci.ca), especificando en el asunto: CONSULTORIA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL.GMLP**

*Solamente aquellas personas preseleccionadas serán contactadas para entrevista.* El CECI se reserva el derecho de suspender el proceso de reclutamiento sin previo aviso.