

TÉRMINOS DE REFERENCIA DE CONSULTORIA POR PRODUCTO**DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAMPAÑA COMUNICACIONAL ECOFEMINISTA SOBRE LOS DERECHOS DE LAS MUJERES EMPRENDEDORAS Y LA AUTONOMÍA ECONÓMICA**

Objetivo General: Diseñar e implementar una campaña comunicacional con enfoque feminista, de autonomía económica y justicia ambiental, mediante la producción de contenidos digitales, audiovisuales, sonoros y materiales gráficos impresos que contribuyan a sensibilizar a la opinión pública del municipio de El Alto sobre los derechos económicos y sociales de las mujeres emprendedoras, visibilizar sus aportes a la economía social y solidaria y promover el reconocimiento de sus capacidades, experiencias y liderazgos.

Programa: Ámbito sociopolítico – comunicación.

Proyectos: **Empoderamiento personal, económico y organizativo de mujeres emprendedoras, en articulación con autoridades municipales de El Alto – Bolivia – INTERED, XUNTA GALICIA**

Duración: Del 09 de octubre al 18 de diciembre de 2026.

Presupuesto Fijo: Bs. **00/100 bolivianos**). Sujeto a Impuestos de Ley,

Documentos para entregar en la propuesta: Para la presentación de su propuesta, el consultor/a o la empresa de comunicación proponente deberá entregar:

- Hoja de vida documentada de la persona consultora o del equipo responsable.
- Portafolio de campañas, piezas gráficas, videos, testimonios, pódcast u otros productos comunicacionales realizados.
- Fotocopia simple de documento de identidad del Representante Legal.
- Fotocopia NIT vigente del Representante Legal (indispensable).
- Propuesta técnica que describa el enfoque creativo, la metodología de trabajo, las actividades, los productos y el cronograma.
- Propuesta económica desglosada por producto o actividad, incluyendo los costos de producción, logística, impuestos y otros gastos aplicables.

La propuesta debe ser enviada al correo adquisiciones@gregorias.org.bo hasta el miércoles 07 de octubre, a horas 14:00 p.m.

A. CONTEXTO ORGANIZACIONAL

El Centro de Promoción de la Mujer Gregoria Apaza (CPMGA) es una organización civil sin fines de lucro, fundada el 6 de marzo de 1983. Su Visión de desarrollo es alcanzar una sociedad inclusiva y sin discriminación, con ejercicio de los derechos individuales y colectivos, en la que las mujeres y hombres son democráticamente equivalentes, por ello, su misión se centra en el reconocimiento, goce y ejercicio pleno de los derechos humanos de las mujeres. El CPMGA, asume como objetivo de desarrollo a largo plazo que las mujeres cuenten con mejores condiciones para la exigibilidad, goce y ejercicio de sus derechos individuales y colectivos. Su población objetivo son las mujeres adolescentes, jóvenes y adultas del municipio de El Alto, quienes están expuestas y sometidas a relaciones de discriminación y subordinación en los ámbitos público y privado.

El trabajo del CPMGA está centrada en 2 ámbitos: Ámbito socio político y ámbito económico.

- **Ámbito socio-político:** Agrupa las acciones que, de manera general, buscan contribuir al ejercicio de los derechos de las mujeres, tanto a una vida libre sin violencia, como al ejercicio de sus derechos sexuales y reproductivos.
- **Ámbito económico:** Agrupa las acciones que buscan contribuir a la autonomía económica de las mujeres.

En estos ámbitos se desarrollarán las 5 líneas estratégicas planteadas:

I. Formación: Formar e informar sobre los derechos humanos, enfatizando sobre los derechos de las mujeres como el derecho a una vida libre de violencia, derechos sexuales y reproductivos, derechos políticos y derechos económicos relacionados a la capacitación técnica y gestión empresarial

II. Asesoría: Desarrollando diversos tipos de asesoramiento legal sobre derechos laborales, procesos judiciales en casos de violencia, asesoramiento en incidencia exigibilidad y control social, gestión empresarial y comercialización.

III. Apoyo a la participación ciudadana: Participar en movilizaciones en fechas emblemáticas, apoyando las movilizaciones permanentes ante temas de agenda, e incidencia a los gobiernos municipales, buscando la implementación de políticas públicas en favor de los derechos de las mujeres.

IV. Comunicación: Línea transversal a las otras Líneas y ámbitos de trabajo, mediante distintas metodologías, herramientas para la elaboración y difusión de material educativo y de comunicación.

V. Generación de conocimiento: A través del “Centro de reflexión” destinado a obtener y difundir conocimiento basado en datos reales y/o aprendizajes institucionales que será aplicado a ambos ámbitos.

B. ANTECEDENTES DEL PROYECTO

El Centro de Promoción de la Mujer Gregoria Apaza (CPMGA), en articulación con INTERED y con el apoyo financiero de XUNTA DE GALICIA, implementa el proyecto “Empoderamiento personal, económico y organizativo de mujeres emprendedoras, en articulación con autoridades municipales de El Alto – Bolivia”, orientado a contribuir al fortalecimiento de las capacidades personales, económicas y organizativas de mujeres emprendedoras del municipio de El Alto.

Las mujeres emprendedoras, particularmente aquellas que desarrollan sus actividades económicas en contextos de vulnerabilidad, enfrentan barreras estructurales que limitan sus posibilidades de crecimiento y sostenibilidad. Entre estas se encuentran la informalidad laboral, las dificultades de acceso a financiamiento y protección social, la reducida escala de producción, la competencia en mercados saturados y las limitadas oportunidades de innovación y comercialización. Estas condiciones se relacionan con desigualdades de género que atraviesan la distribución del trabajo productivo y de cuidados, el acceso a recursos económicos y la participación de las mujeres en espacios de decisión.

Frente a esta realidad, el proyecto promueve el fortalecimiento de mujeres emprendedoras mediante procesos de formación técnica en diseño y elaboración de productos decorativos a partir del reciclaje y aprovechamiento de **residuos de madera, vidrio** y otros materiales similares. Esta iniciativa busca impulsar emprendimientos artesanales con valor agregado, incorporando principios de economía social y solidaria, sostenibilidad ambiental, justicia de género y autonomía económica.

Asimismo, el proyecto contempla el fortalecimiento de organizaciones de mujeres emprendedoras, la generación de espacios de diálogo con autoridades municipales y la articulación de propuestas favorables al ejercicio de los derechos económicos y sociales de las mujeres.

La intervención prevé trabajar inicialmente con 60 mujeres emprendedoras, de las cuales al menos 42 participarán en procesos de conformación de cuatro organizaciones de mujeres emprendedoras. También se contempla el fortalecimiento de capacidades de al menos 15 autoridades y funcionarias/os públicos del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto.

El proyecto se alinea con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 5 (ODS 5) de la Agenda 2030, particularmente con las metas 5.1, referida a la eliminación de todas las formas de discriminación contra las mujeres; 5.5, relativa a la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo; y 5.a, vinculada con la igualdad de derechos a los recursos económicos.

En este contexto, la comunicación constituye una herramienta estratégica para visibilizar los aportes económicos, sociales y ambientales de las mujeres emprendedoras, cuestionar los estereotipos de género que limitan su reconocimiento y promover una comprensión de la autonomía económica como un derecho y una condición fundamental para el ejercicio de otros derechos.

Por ello, se requiere contratar una consultoría especializada para el diseño e implementación de una campaña comunicacional con enfoque feminista y de justicia ambiental, que combine estrategias digitales, audiovisuales, testimoniales, sonoras y gráficas para sensibilizar a la opinión pública, posicionar los derechos de las mujeres emprendedoras y difundir las experiencias, los avances y los resultados del proyecto.

La campaña deberá partir de las experiencias y voces de las propias mujeres, reconocer su capacidad de decisión y transformación, y comunicar sus emprendimientos no únicamente como iniciativas individuales de generación de ingresos, sino también como expresiones de autonomía, organización, creatividad, sostenibilidad y aporte a la economía de sus comunidades.

Para su implementación, se contará con un banco fotográfico, testimonios vivenciales de experiencias de éxito y otros materiales del proyecto, que servirán como insumos y canales complementarios para la producción y difusión de los contenidos comunicacionales.

C. PRODUCTOS ESPERADOS

La consultoría deberá entregar los siguientes productos. Las cantidades constituyen una propuesta de referencia que podrá ajustarse en la etapa de contratación, de acuerdo a la propuesta del/a consultor, el presupuesto, el cronograma y las necesidades institucionales.

1. Producto 1: Estrategia y plan de campaña, con el siguiente contenido mínimo:

- Documento de estrategia comunicacional y conceptualización de la campaña.
- Diagnóstico comunicacional breve a partir de la revisión de documentos e insumos proporcionados por el CPMGA.
- Concepto creativo, nombre de campaña, eslogan y mensajes clave.
- Identificación y segmentación de públicos destinatarios.
- Propuesta de identidad gráfica y línea visual de campaña alineados a la línea gráfica del CPMGA y la incubadora de emprendimientos.

- Plan de contenidos para redes sociales, productos audiovisuales y materiales impresos.
- Cronograma de producción y difusión, con canales, formatos y periodicidad sugerida.
- Propuesta de indicadores para el seguimiento de la difusión y la sensibilización, KPIs de redes sociales.

2. Producto 2: Materiales gráficos digitales, con las siguientes características:

- Mínimo, 20 piezas gráficas digitales.
- Artes estáticos para redes sociales sobre los derechos económicos y sociales de las mujeres emprendedoras.
- Piezas sobre autonomía económica, trabajo productivo y trabajo de cuidados.
- Artes para visibilizar los emprendimientos, sus productos y sus aportes a la economía local.
- Piezas sobre reciclaje, aprovechamiento de materiales y justicia ambiental.
- Carruseles informativos y educativos.
- Piezas de difusión de actividades, avances y resultados del proyecto.
- Adaptaciones de las piezas principales a los formatos de publicación y de historias, según el plan aprobado.

3. Producto 3: Cápsulas y videos de campaña, con las siguientes características:

- Mínimo 10 piezas audiovisuales, distribuidas entre cápsulas informativas y videos de sensibilización.
- Cápsulas audiovisuales breves sobre derechos de las mujeres emprendedoras y autonomía económica.
- Videos de sensibilización sobre desigualdades de género en el ámbito económico, estereotipos y reconocimiento del trabajo de las mujeres.
- Contenidos audiovisuales que relacionen emprendimiento, reciclaje, economía social y solidaria y justicia ambiental.
- Piezas de difusión sobre las actividades, los aprendizajes y los resultados del proyecto.

Características técnicas: Videos cortos de mínimo 40 segundos y máximo 2 minutos de duración, en formatos verticales y/o horizontales según el canal de difusión; subtítulos; edición de imagen y sonido; musicalización con derechos de uso; identidad gráfica de campaña y créditos institucionales.

4. Producto 4: Videos testimoniales, con las siguientes características:

- Mínimo, 4 videos testimoniales.
- Historias de vida y experiencias de mujeres emprendedoras participantes del proyecto.
- Testimonios sobre los desafíos que enfrentan las mujeres para desarrollar y sostener sus emprendimientos.
- Experiencias relacionadas con el fortalecimiento de capacidades, la autonomía económica, la organización y el liderazgo.
- Relatos sobre el aprovechamiento de materiales reciclados y la contribución de los emprendimientos a la sostenibilidad ambiental.
- Experiencias y expectativas sobre la participación colectiva y la relación con las autoridades municipales.

Los testimonios deberán priorizar la voz y la capacidad de decisión de las participantes, evitando narrativas que las presenten únicamente desde la carencia o la vulnerabilidad.

5. Producto 5: Contenidos sonoros (podcast, cuñas radiales y/o microprogramas radiales) con las siguientes características:

- Mínimo 6 productos sonoros.
- Conversaciones con mujeres emprendedoras sobre autonomía económica, organización, derechos y experiencias productivas.
- Diálogos sobre economía social y solidaria, sostenibilidad ambiental, reciclaje y justicia de género.
- Guion, grabación, edición y postproducción de los episodios.

Características técnicas: audio limpio, identificación de la campaña, introducción y cierre, musicalización autorizada y adaptación para difusión digital.

6. Producto 6. Materiales gráficos para imprenta, con las siguientes características:

- Mínimo, 6 tipos de materiales gráficos impresos o mock up de souvenir:
- Afiche de campaña.
- Cuaderno informativo sobre los derechos de las mujeres emprendedoras y la autonomía económica.
- Banner gráfico para ferias, encuentros y actividades institucionales.
- Juego de Stickers y otros.

La selección definitiva, las dimensiones y otros elementos deberán ser aprobadas por el CPMGA antes de la producción y de acuerdo al plan de campaña.

7. Producto 7. Informe final y banco de materiales.

- Informe de las actividades desarrolladas y los productos elaborados.
- Matriz de materiales entregados, con formatos, especificaciones y canales de uso.
- Banco digital organizado de artes, videos, fotografías utilizadas, audios, guiones, copys y archivos editables.
- Registro de los indicadores de producción y difusión disponibles.
- Recomendaciones para la continuidad de la campaña y el aprovechamiento de los materiales.
- Sistematización breve de los principales aprendizajes y aspectos a mejorar.

Todos los productos deben ser entregados mediante un cronograma de planificación, tomando en cuenta que su entrega implica la revisión y ajuste de correcciones (en caso de existir correcciones) las veces necesarias, hasta la aprobación por parte del CPMGA e INTERED Bolivia.

Los productos digitales no deberán ser elaborados con inteligencia artificial (IA) y deberán ser entregados en alta resolución full HD, además de los materiales editables y digitales como las piezas gráficas y demás, en copia de 2 CD debidamente serigrafiados.

La empresa consultora es responsable de los servicios, gastos y otros que se presenten o incurran, para lograr el cumplimiento y presentación de los productos solicitados.

D. PERFIL DEL CONSULTOR/A O EMPRESA DE COMUNICACIÓN.

Podrán postular personas naturales, profesionales independientes, equipos consultores o empresas especializadas en comunicación, producción audiovisual y diseño gráfico que acrediten experiencia en el

desarrollo de campañas comunicacionales y capacidad para integrar enfoques de género, derechos humanos y sostenibilidad ambiental.

- Nivel de formación:
 - Formación profesional en Comunicación Social, Comunicación Estratégica, Periodismo, Publicidad, Diseño Gráfico, Producción Audiovisual o áreas afines.
 - En el caso de empresas o equipos multidisciplinarios, se valorará la participación de profesionales con formación complementaria en comunicación digital, marketing social, producción audiovisual, diseño y áreas relacionadas.
- Experiencia profesional:
 - Diseño e implementación de campañas comunicacionales institucionales, sociales o de sensibilización.
 - Producción de contenidos para redes sociales y plataformas digitales.
 - Diseño gráfico y preparación de materiales para impresión.
 - Producción, grabación y edición de videos, cápsulas audiovisuales y testimonios.
 - Producción de pódcast, entrevistas o contenidos sonoros.
 - Desarrollo de conceptos creativos, mensajes y narrativas adaptadas a distintos públicos.
- Conocimientos
 - Dominio de herramientas profesionales de diseño gráfico y edición audiovisual.
 - Capacidad para desarrollar productos en formatos verticales, horizontales y cuadrados, según las necesidades de difusión.
 - Conocimientos de narrativa audiovisual, fotografía, iluminación, sonido y postproducción.
 - Capacidad para redactar textos claros, creativos, inclusivos y adecuados a los públicos destinatarios.
 - Conocimientos de comunicación con enfoque feminista, derechos humanos, igualdad de género y prevención de estereotipos.
 - Capacidad para desarrollar contenidos sobre justicia ambiental y sostenibilidad sin reducir la campaña a una perspectiva exclusivamente ecológica, articulándolos con los derechos económicos y las condiciones de vida de las mujeres.
 - Capacidad para organizar archivos digitales, entregar fuentes editables y gestionar adecuadamente los derechos de uso de los materiales.
 - Habilidades de coordinación, planificación, cumplimiento de plazos y trabajo colaborativo.

E. RESPONSABILIDADES DE LA EMPRESA

La persona consultora o empresa contratada tendrá las siguientes responsabilidades:

- **Planificación estratégica:** revisar la documentación del proyecto, la estrategia general de comunicación y los insumos institucionales proporcionados por el CPMGA, INTERED y el proyecto.
- **Diseño conceptual y creativo:** desarrollar la propuesta de campaña, la identidad gráfica, los mensajes clave, las líneas narrativas y los criterios de aplicación visual.
- **Planificación de contenidos:** elaborar una matriz de contenidos que detalle temas, formatos, públicos, objetivos comunicacionales, canales y cronograma de producción.

- **Coordinación institucional:** mantener una comunicación permanente con el área de comunicación del CPMGA, participar en reuniones de coordinación y presentar los avances para su revisión y aprobación.
- **Producción de materiales:** desarrollar los guiones, textos, diseños, grabaciones, fotografías complementarias, entrevistas, ediciones audiovisuales y demás piezas contempladas en los productos contratados.
- **Trabajo con las participantes:** coordinar con el CPMGA la participación de las mujeres emprendedoras en entrevistas, testimonios y otras actividades de producción, respetando sus tiempos, decisiones y condiciones de participación.
- **Enfoque ético y de derechos:** asegurar que los contenidos no reproduzcan estereotipos discriminatorios, no revictimicen a las participantes y respeten su dignidad, privacidad, consentimiento y derecho a decidir sobre el uso de su imagen y voz.
- **Calidad técnica:** garantizar la calidad de los materiales, su legibilidad, accesibilidad, adecuación cultural y compatibilidad con los canales de difusión previstos.
- **Revisión y ajustes:** incorporar las observaciones del CPMGA e INTERED dentro de las rondas de revisión acordadas mutuamente y entregar las versiones finales aprobadas.
- **Gestión de derechos de uso:** asegurar que las fotografías, tipografías, recursos audiovisuales, música y otros elementos de terceros cuenten con las licencias o autorizaciones necesarias para los usos previstos.
- **Organización y entrega de archivos:** proporcionar los materiales finales y editables debidamente identificados, clasificados y respaldados en los formatos acordados.
- **Seguimiento y evaluación:** presentar información sobre los productos elaborados y los indicadores de producción y difusión que estén disponibles. La consultoría deberá distinguir entre la producción de materiales, su alcance comunicacional y los cambios de sensibilización que puedan medirse efectivamente.
- **Confidencialidad:** resguardar la información institucional y los datos personales a los que tenga acceso durante la ejecución de la consultoría.
- **Informe final:** presentar el informe de cumplimiento, la sistematización de los productos y las recomendaciones para la continuidad de las acciones comunicacionales.

De manera general:

- Cumplir con el plazo establecido de entrega de los productos previa aprobación del Centro de Promoción de la Mujer Gregoria Apaza.
- Entregar los productos de acuerdo a los formatos requeridos en versión física y digital (editable).
- El/a consultor/a de requerirse contará con un espacio en la institución en días definidos en coordinación con la técnica responsable.
- La institución proporcionará los antecedentes e información como la estrategia educomunicacional y los temas previstos para la realización del servicio.
- La presente consultoría no es de dedicación exclusiva si no por trabajo realizado en días, horas programadas y entrega de productos establecidos dentro de éste TDR.

F. FORMA DE PAGO

El pago se realizará a contra entrega de productos, previa aprobación del CPMGA, de la siguiente manera:

N°	Descripción	Fechas de Entrega	Forma de Pago
Producto 1:	Estrategia y plan de campaña.	20/10/2026	Se pagará el 30% del monto total por la entrega del primer y segundo producto, previa recepción de nota fiscal (factura).
Producto 2:	Materiales gráficos digitales.	30/10/2026	
Producto 3:	Cápsulas y videos de campaña.	13/11/2026	Se pagará el 30% del monto total por la entrega del tercer y cuarto producto, previa recepción de nota fiscal (factura).
Producto 4:	Videos testimoniales.	30/11/2026	
Producto 5:	Contenidos sonoros (podcast y/o cuñas radiales).	10/12/2026	Se pagará el 40% del monto total por la entrega del quinto, sexto y séptimo producto, previa recepción de nota fiscal (factura).
Producto 6:	Materiales gráficos para imprenta.	15/12/2026	
Producto 7:	Informe final y banco de materiales.	18/12/2026	

Los productos deben contar con la aprobación del Centro de Promoción de la Mujer Gregoria Apaza e INTERED Bolivia y ser presentadas en fechas establecidas en el cronograma previsto en la sección F.

G. DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Todo el material producido bajo los términos de referencia que forma parte del contrato, tales como escritos, grabados en audio, visuales, informes y/u otros materiales elaborados por el consultor/a en virtud de la presente consultoría, serán de propiedad del CPMGA. Este derecho continuará vigente aún después de concluida la relación contractual, respetándose los derechos de autor.

H. MULTAS Y SANCIONES

El/a consultor/a está obligado/a a cumplir con el plazo de ejecución de los productos establecidos en los Términos de Referencia, caso contrario será multado con el 1% del monto del contrato por cada día de retraso pactado en el presente TDR o contrato de consultoría.

Firma de recepción del consultor/a

VoBo Coordinación de Área