

## TERMINOS DE REFERENCIA

### I. NOMBRE DEL SERVICIO:

**Diseñar campaña “Promoción de la lectura con niñas y niños de educación primaria”**

### II. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN:

Save the Children está haciendo esfuerzos por mejorar continuamente la calidad de sus programas para el cumplimiento de su misión de inspirar logros en la manera en que el mundo trata a niñas y niños y lograr cambios inmediatos y duraderos en sus vidas.

El Programa de Educación de SC, junto a los socios, apoyan al MINED en la promoción del desarrollo de las habilidades lectoras de NNA, reconociendo que la lectura está presente en el desarrollo del individuo, es inherente a cualquier actividad académica o de la vida diaria, toda a la vez constituye una base fundamental para el aprendizaje: si un niño no puede leer, seguramente tendrá dificultades en el resto de las asignaturas y que es enriquecedora para la vida personal y su futura vida laboral.

En el período 2010-2014, para medir el desarrollo de las habilidades lectora, se utilizó una versión reducida del EGRA aplicada en aulas de primer grado, esto en el marco de la campaña nacional **“Vamos a leer, Leer es divertido”**, la cual es promovida por una coalición de más de 13 miembros activos y comprometidos en el tema de la lecto-escritura.

En el año 2015 se realiza un estudio de línea base con 46 escuelas acompañadas, con una muestra de 813 niñas y niño. Este fue un punto de partida para conocer los porcentajes de fluidez y comprensión lectora alcanzada en niños y niñas de 3er grado de primaria; dato que permitió reflexionar aún más sobre la importancia de hacer mayores esfuerzos en el tema de promoción de las habilidades lectoras en niños y niñas.

Dentro de los principales resultados de la línea base con la aplicación de la prueba EGRA completa para 3er grado, se identifica que del total de la muestra (404 niñas y 409 niños) sólo 198 niñas y 168 niños logran leer con fluidez y comprensión lectora (60 palabras o más por minuto y 3 a más preguntas de comprensión lectoras respondidas correctamente).

En el caso de los niños y niñas de la Etnia Miskitu (8 niñas y 7 niños) solamente 1 niña logra el estándar de fluidez y comprensión, esto debido a que los niños y niñas aprenden en idioma español y en su lengua materna Miskitu, sumado al poco dominio por parte de los docentes para promover la lectura y trabajar con ambos grupos étnicos.

Dichos resultados hicieron que se fortalezcan los esfuerzos de cara al tema de promoción de habilidades lectoras en los niños y niñas, haciendo principal énfasis de 1er a 3er grado. Save the Children tiene dentro de su planificación anual diseñar una campaña orientada a sensibilizar y propiciar que la comunidad educativa se involucren para promover las habilidades lectoras en niñas y niños, siendo este tema el central y relevante para esta campaña comunicacional.

### **III. PROCESO:**

#### **Ámbito geográfico**

Esta campaña está dirigida a promover la lectoescritura en el ámbito nacional, con énfasis en los territorios o municipios donde están los proyectos de educación del Programa de País: Managua, Tuma – La Dalia, Rancho Grande, El Cuá, Bocay, Prinzapolka, Bluefields y Siuna.

#### **Población meta**

La población la constituyen niñas, niños, de preescolar, de 1ero a 3er grado de primaria que conforman el grupo meta de los proyectos apoyados por SC (grupo de impacto).

Adultos, padres, madres, adolescentes, jóvenes, maestros, funcionarios y tomadores de decisión sobre la educación de 1ero a 3er grado de primaria, principalmente vinculados a los proyectos de Save the Children.

### **IV. OBJETIVOS:**

#### **Objetivo de la contratación**

Contratar a una empresa consultora que diseñe productos comunicacionales orientados a una ***“Campaña de sensibilización y promoción de habilidades lectoras en niñas y niños de 1er a 3er grado de educación primaria”***.

## **Objetivo General**

Sensibilizar y promover entre la población (niñas, niños, madres, padres, comunidad educativa) y tomadores de decisión la importancia de incentivar las habilidades lectoras de niñas y niños de 1er a 3er grado, principalmente de las escuelas apoyadas por Save the Children.

## **Objetivos Específicos**

1. Contar con el concepto creativo de una campaña que pueda desarrollarse en los próximos 3 años sobre la promoción de la lectura.
2. Contar con variedad de artes o piezas gráficas que faciliten sensibilizar por medio de una campaña sobre la promoción de habilidades lectoras con niñas y niños de 1ero a 3er grado de educación primaria.
3. Obtener productos comunicacionales adecuados al contexto y situación educativa de las escuelas apoyadas por SCI, los que deberían de ser realistas, accesibles, sostenibles y fáciles de promocionar en los diferentes territorios acompañados.
4. Contar con los principales mensajes y sugerencias sobre la estrategia de difusión de la campaña de “promoción de habilidades lectoras con niñas y niños”.

## **V. PRODUCTOS ESPERADOS:**

- a) Un documento que contenga el concepto creativo de una campaña para sensibilizar y promover la lectoescritura que incluya: metodología, concepto creativo, público meta, mensajes y sugerencias de estrategia (público de advocacy, relaciones públicas e implementación de la comunicación y propuestas de movilización social). Es necesario hacer un mapeo de medios locales con mayor audiencia en las zonas de intervención.
- b) Propuesta de línea gráfica digital para desarrollar en redes sociales del organismo contratante.
- c) Piezas comunicacionales diseñadas utilizando medios tradicionales como alternativos y creativos, que sean del agrado de los grupos consultados.
- d) Validación de las piezas de comunicación propuestas en el diseño de campaña.

### **Actividades sugeridas para el proceso:**

Se deben de considerar en el cronograma detallado que el oferente realice, especificando la metodología de realización de cada etapa.

#### **Fase 1: Etapa de diseño:**

- a) Consultas a una muestra de niñas, niños, adolescentes y jóvenes organizados por socios apoyados por SCI, la que debe realizarse de forma participativa y reflexiva, para conceptualizar, elaborar mensajes y definir medios innovadores/tradicionales de la campaña.
  
- b) Entrevistar a 3 organizaciones que participan en el Comité de lectoescritura, Entrevistar a 2 personas expertas en el tema, Entrevistar a personal de educación y comunicación de Save the Children.
  
- c) Realizar un grupo focal con maestros y padres/madres seleccionados por el programa de educación de Save the Children.

#### **Fase 2: Etapa de Diseño de productos comunicacionales y producción.**

Elaborar mensajes, definir medios innovadores/tradicionales de la campaña y principales componentes de abogacía, comunicación y movilización social. Elaborar propuestas de material gráfico y de medios.

#### **Fase 3: Validación de los productos.**

Proceso de reunión con las comunidades educativas y retroalimentación con el equipo de SC, con maestros y padres/madres de 3 escuelas con las cuales esté trabajando Save the Children.

#### **Fase 4: Retroalimentación de los productos diseñados.**

Presentar la propuesta final a funcionarios de Save the Children, Incorporar sugerencias a productos finales. Entregar productos finales, en formatos solicitados.

Durante el proceso de consulta y diseño de los productos se debe tener reuniones periódicas con personal de educación y comunicación de Save the Children para ir avanzando, adaptando y elaborando el documento y productos finales.

SCI se reserva el derecho de propiedad intelectual de los productos generados con la consultoría así como los derechos patrimoniales sobre todo documento, imágenes, piezas comunicacionales que resulten en el proceso, dando los créditos respectivos a la empresa consultora/equipo consultor.

## **VI. DURACIÓN DEL CONTRATO**

El diseño del concepto creativo de la campaña y entrega de los productos esperados, **deberán de durar un mes y dos semanas**, a partir de la firma de contrato.

La empresa consultora o equipo consultor tendrá la libertad de presentar su propia programación de acuerdo a su proceso de elaboración del concepto creativo.

## **VI. REQUISITOS:**

### **Perfil del consultor**

- a) Empresa de Comunicación Estratégica, de Publicidad y/o Mercadeo Social legalmente constituidas, con acreditada experiencia en diseño de campañas de sensibilización educativa, social.
- b) Con amplia experiencia en comunicación para el cambio y desarrollo social, y experiencia comprobable en diseño e implementación de campañas educativas con preferencia en el énfasis de campañas de lectura.
- c) Contar con un equipo que incluya una cámara que trabaje en HD, luces, trípode y micrófono de solapa, o cualquier otro equipo especializado que se requiera para garantizar la calidad de los productos diseñados.
- d) Con experiencia comprobada haciendo trabajo de campo en zonas rurales y de preferencia en realización de productos comunicacionales en forma participativa.
- e) Con destrezas para elaborar cuñas radiales, spots de TV y diseño gráfico.
- f) Con experiencia comprobada en la realización de piezas o artes gráficas educativas, orientadas a campañas de lectura.
- g) Las ofertas deben reflejar el conocimiento y manejo del enfoque de marketing social propio para realización de campañas educativas, lo que será determinante en la selección de la oferta. Con conocimientos sobre derechos de niñez.

## **VII. COORDINACIÓN:**

El seguimiento técnico a esta consultoría estará a cargo la Coordinadora del Programa de Educación y del Coordinador del Programa de Abogacía y Comunicación de Save the Children, con el apoyo técnico de la coordinadora de proyecto de educación y participación infantil, apoyo técnico de la directora de programa.

Para efectos de coordinar con socios y maestros/delegaciones del MINED se contará con el

apoyo del área de educación y para contar con sugerencias relacionadas a campañas (abogacía, comunicación y movilización social) con el área de abogacía y comunicación de Save the Children. Para efectos de información operativa se apoyará tanto en Coordinadores de Proyectos de Educación del territorio.

#### **VIII. LOGISTICA Y GASTOS PRE ACEPTADOS**

El presupuesto de la oferta técnica es a todo costo, es decir debe contemplar los gastos de honorarios, de logística (incluye alimentación, transporte) y administrativos.

Save the Children, bajo esta modalidad de consultoría, no solicitará rendición de cuentas al consultor o consultora y se aplicará las retenciones de ley (IR) al monto total del presupuesto, sin distinguir gastos en concepto de salarios o administrativos.

#### **IX. Presentación de las ofertas**

La empresa consultora deberá presentar:

1. Carta de interés
2. Oferta técnica, la cual debe incluir:
  - a) Propuesta metodológica para el diseño de la campaña.
  - b) Cronograma de trabajo
  - c) Resultados y productos claramente explicados con fechas propuestas de entrega.
  - d) Perfil institucional con referencias de campañas realizadas, detallando información de contacto para referencias.
  - e) Ejemplos de documentos/materiales/productos realizados que demuestran experiencia en actividades similares.
  - f) Curriculum vitae del personal involucrado, que soporte la experticia requerida.
3. Oferta económica la cual debe reflejar el presupuesto a detalle (que sea racional y realista con la naturaleza técnica del proceso) para el diseño de la campaña, expresado en dólares de los Estados Unidos de América. En la oferta se deberá indicar el tiempo de validez de la misma.
4. Documentos legales: presentar copia del No RUC, carta poder de respaldo lega de constitución de la empresa.

## **X. CONDICIONES ADMINISTRATIVAS**

### **Moneda, Forma y Mecanismo de Pago**

Según lineamientos generales de Finanzas el anticipo máximo en concepto de honorarios, incluyendo gastos operativos es por el 20% del valor total del contrato. El oferente debe indicar en su oferta su preferencia de mecanismo de pago. Puede ser transferencia bancaria si posee cuenta en el BANCENTRO, en el caso de los nacionales, o cheque. En el caso de las transferencias Save the Children asume los gastos de envío y el consultor(a) los costos de comisión y otros del Banco receptor. Si el oferente es una empresa, la cuenta debe estar a nombre de ésta y en caso de pago mediante cheque, éstos serán emitidos únicamente a nombre de la misma.

### **Penalización**

Se aplicará un 0.15% de penalización por cada día de retraso en la entrega hasta un máximo del 10% del valor del servicio, cuando la empresa incurra en incumplimiento según las fechas convenidas en el contrato sin que medie una justificación previa de extensión de plazo soportada con un Adendo.

### **Principios Éticos y Código de Conducta**

Todo consultor(a) o empresa consultora deberá conocer y firmar la aceptación de los Principios Éticos, Código de Conducta, Política Antifraude y la Política de Protección de la Niñez de Save the Children. Debe hacerlo al momento de aceptar la adjudicación de la consultoría.