**Términos de Referencia (TdR)**
**Diseño e implementación de una campaña digital de comunicación y captación de participantes para la versión en línea del Curriculum globALE**
**Proyecto Continental - Oficina Regional Sudamérica - DVV International**

## 1. Antecedentes

DVV International es una organización con sede en Bonn, Alemania, que promueve el fortalecimiento de la Educación de Personas Jóvenes y Adultas (EPJA) en América Latina y el resto del mundo mediante el desarrollo de capacidades, la mejora de la oferta educativa y el apoyo a actores institucionales y sociales. En Sudamérica, trabaja a través de proyectos nacionales en Colombia, Ecuador y Perú, y un proyecto continental orientado a fortalecer las condiciones marco de la EPJA mediante la cooperación regional, el intercambio de experiencias, la incidencia normativa y el desarrollo de líneas estratégicas.

En este marco, DVV International ha impulsado el desarrollo e institucionalización de una versión en línea del Curriculum globALE para América Latina, junto con Unesco UIL, como una herramienta de formación dirigida a formadores y profesionales vinculados a la educación de personas jóvenes y adultas. Esta iniciativa busca contribuir al fortalecimiento de las competencias profesionales de quienes participan en procesos de formación de personas jóvenes y adultas, promoviendo referentes y enfoques compartidos para el ejercicio de su labor educativa.

Actualmente, el curso se encuentra desarrollado y disponible en una plataforma virtual, con acceso permanente para las personas interesadas en participar. Sin embargo, para aprovechar su potencial formativo y ampliar su utilización en la región, resulta necesario fortalecer su posicionamiento y generar mecanismos de difusión que permitan acercar esta oferta educativa a sus públicos prioritarios.

En este sentido, DVV International requiere implementar una campaña digital de comunicación y captación de participantes, centrada principalmente en redes sociales y canales institucionales. La iniciativa contempla el diseño y difusión de contenidos comunicacionales, la promoción del curso entre actores vinculados a la EPJA a través de activaciones digitales, webinarios y otras iniciativas, organizadas con actores institucionales (por ej.: docentes de ministerios de educación) y la implementación de mecanismos de seguimiento que permitan identificar y medir las inscripciones generadas a través de la campaña.

## 2. Objeto

A través de una campaña digital de comunicación y captación de participantes, visibilizar y posicionar el Curriculum globALE, con el fin de ampliar su alcance entre educadores comunitarios, talleristas, facilitadores, formadores y profesionales de la educación de personas jóvenes y adultas (EPJA) en el contexto latinoamericano y promover la inscripción y participación de nuevos estudiantes, con dicho perfil.

## 3. Actividades

La persona o equipo consultor deberá realizar las siguientes actividades:

- Asistir a reuniones periódicas de revisión, avance y presentación de resultados y trabajo.
- Identificar los públicos prioritarios y definir los mensajes clave para la promoción del Curriculum globALE.
- Diseñar el concepto creativo, la línea gráfica y el plan de difusión de la campaña digital.
- Elaborar un calendario de publicaciones y contenidos para las redes sociales y canales institucionales.
- Diseñar y producir piezas gráficas y audiovisuales para la difusión del curso.
- Implementar y gestionar la campaña digital en redes sociales, incluyendo la pauta publicitaria.
- Establecer mecanismos de seguimiento y trazabilidad que permitan identificar las inscripciones generadas a través de la campaña.
- Monitorear el alcance, las interacciones, las visitas a la plataforma y las inscripciones durante el período de difusión.
- Elaborar un informe final de resultados que incluya el desempeño de la campaña, el número de inscripciones atribuibles a esta y recomendaciones para futuras acciones de difusión.

## 4. Descripción de productos

Los productos esperados por parte del/ de la profesional son:

| Producto | Descripción del producto | Entregables |
|---|---|---|
| **Producto 1: Plan de campaña digital** | Documento de planificación que establezca los lineamientos para el diseño e implementación de la campaña de comunicación y captación de participantes del Curriculum globALE. Deberá definir los públicos prioritarios, mensajes clave, canales de difusión, propuesta creativa, calendario de publicaciones (entre 6 y 8 semanas), estrategia de pauta, al menos dos activaciones virtuales (por ej. Webinarios) con grupos institucionales, y mecanismos para el seguimiento y medición de resultados (tasa de conversión). | a) Documento de planificación de la campaña digital.<br>b) Propuesta creativa y línea gráfica de la campaña.<br>c) Calendario de publicaciones (cronopost). |
| **Producto 2: Informe de avance de implementación de la campaña digital** | Informe que documente el desarrollo e implementación de la campaña digital durante el período de ejecución, incluyendo las acciones de difusión realizadas, la producción y publicación de contenidos, la gestión de redes sociales, la pauta publicitaria y las activaciones virtuales con grupos institucionales. Deberá presentar resultados preliminares de alcance, interacciones, visitas a la plataforma e inscripciones registradas hasta la fecha. | a) Informe de avance que incluya gestiones realizadas para viabilizar nuevas participaciones.<br>b) Paquete de piezas gráficas y audiovisuales. |

| | | |
|---|---|---|
| **Producto 3: Informe final de resultados de la campaña digital** | Informe que presente los resultados consolidados de la campaña, evaluando su alcance, interacción y contribución a la captación de nuevos participantes del Curriculum globALE. Deberá incluir el análisis de las métricas de desempeño de los canales utilizados, el número de inscripciones atribuibles a la campaña, el detalle de las activaciones virtuales y los principales resultados alcanzados y recomendaciones para dar continuidad a las acciones de difusión. | a) Informe final.<br>b) Registro de inscripciones generadas a través de la campaña.<br>c) Reporte de ejecución de la pauta publicitaria y métricas finales de desempeño. |

## 5. Cronograma

La totalidad de las actividades y productos que forman parte de la contratación deberán realizarse y entregarse en un plazo no mayor a 120 días a partir de la fecha del contrato. Las entregas se realizarán de acuerdo con las siguientes indicaciones:

| Producto | Entregables | Fecha de entrega |
|---|---|---|
| **Producto 1: Plan de campaña digital** | a) Documento de planificación de la campaña digital.<br>b) Propuesta creativa y línea gráfica de la campaña.<br>c) Calendario de publicaciones (cronopost). | 8 de enero de 2027 |
| **Producto 2: Informe de avance de implementación de la campaña digital** | a) Informe de avance.<br>b) Paquete de piezas gráficas y audiovisuales. | 19 de febrero de 2027 |
| **Producto 3: Informe final de resultados de la campaña digital** | a) Informe final.<br>b) Registro de inscripciones generadas a través de la campaña.<br>c) Reporte de ejecución de la pauta publicitaria y métricas finales de desempeño. | 22 de marzo de 2027 |

Las fechas estimadas de pago son referenciales y pueden variar según el avance, entrega, revisión, corrección y aceptación de productos, sin que esto modifique el valor global de la consultoría.

## 6. Presupuesto y pago

La consultoría **"Diseño e implementación de una campaña digital de comunicación y captación de participantes para la versión en línea del Curriculum globALE"** tiene un presupuesto de **USD 4000 (cuatro mil dólares)** incluidos todos los costos bancarios e impuestos derivados de la actividad.

Los pagos se realizarán contra entrega de los productos y facturas, una vez que dichos productos hayan sido recibidos a satisfacción por DVV International, de acuerdo con la siguiente distribución:

| Producto | Pagos | Fecha estimada de pago |
|---|---|---|
| A la firma del contrato | 40% | 16 de diciembre de 2026 |
| Producto 1: Plan de campaña digital | - | - |
| Producto 2: Informe de avance de implementación de la campaña digital | 60% | 25 de febrero de 2027 |
| Producto 3: Informe final de resultados de la campaña digital | - | - |

Las fechas estimadas de pago son referenciales y pueden variar según el avance, entrega y aceptación de productos, sin que esto modifique el valor global de la consultoría.

## 7. Perfil profesional:

La convocatoria está abierta para equipos profesionales que acrediten el siguiente perfil:

- Profesional en Educomunicación, Comunicación para el desarrollo, Comunicación para el cambio social, Comunicación, Pedagogía o áreas afines, con formación de tercer nivel.
- Experiencia en diseño, planificación e implementación de campañas de comunicación digital orientadas a la difusión de iniciativas educativas y la captación de participantes.
- Manejo de redes sociales, plataformas digitales, herramientas de diseño gráfico y producción de contenidos multimedia.
- Experiencia en segmentación de públicos, estrategias de posicionamiento digital, gestión de pauta publicitaria y análisis de métricas de alcance, interacción y conversión.

## 8. Postulación

Para aplicar, se solicita leer detalladamente los TdR. Las personas interesadas pueden enviar su hoja de vida, carta de presentación y portafolio hasta el 27 de noviembre de 2026 a los correos:

- velasco@dvv-international.de
- maya@dvv-international.de
- proyectocontinental@dvv-international.de

## 9. Criterios de evaluación de las propuestas

Las propuestas se calificarán considerando su hoja de vida, carta de presentación, portafolio y entrevista.