OFICINA NACIONAL DE ESTADISTICA

Programa de Fortalecimiento del Sistema Estadístico Nacional
Préstamo BID 1676/OC-DR

TERMINOS DE REFERENCIA
"Experto Nacional en estrategias de comunicación y posicionamiento institucional"

1. ANTECEDENTES

a. El Gobierno de la RD y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) suscribieron el contrato de préstamo No. 1676 / OC-DR para el financiamiento del Programa de Fortalecimiento del Sistema Estadístico Nacional que se está ejecutando a través de la Oficina Nacional de Estadística (ONE), organismo adscrito a la Secretaria de Estado de Economía, Planificación y Desarrollo (SEEPYD).

b. A fin de efectuar el seguimiento a la ejecución de las acciones e inversiones correspondientes, la Oficina Nacional de Estadísticas (ONE) ha creado un Equipo Ejecutor (EE) integrado por personal de alto nivel de la misma y personal adicional contratado - con vocación de permanencia - como la instancia técnico/gerencial que tendrá la responsabilidad de la ejecución del Programa.

c. Para la ejecución de las tareas administrativas y logísticas del Programa, la ONE ha contratado al personal de apoyo del Equipo Ejecutor, necesario para el desempeño de estas funciones, que entre otras tareas incluye la adquisición de bienes y servicios previstos en el Programa.

d. El propósito de la Oficina Nacional de Estadísticas (ONE) es desarrollar una capacidad institucional permanente y suficiente, para apoyar la toma de decisiones gubernamentales y privadas, a través del mejoramiento de la producción, la calidad, el análisis y la difusión de la información estadístico del país.

e. Este reforzamiento institucional de la ONE se enmarca en una plataforma jurídica de mayor autonomía técnica y de gestión y en el ejercicio de un liderazgo en el seno del Sistema Estadístico Nacional (SEN), basado en una centralización normativa y una descentralización operativa a nivel sectorial y territorial.

f. Las actividades de este Programa se han agrupado en cuatro grandes componentes cuyos objetivos son los siguientes:

Componente 1 – Fortalecimiento Institucional de la ONE
Fortalecer la capacidad gerencial, administrativa y técnica de la ONE, mediante el mejoramiento de su capital humano, la modernización de sus instrumentos, tecnologías, procedimientos estadísticos y la adecuación de sus instalaciones.

Componente 2 – Capacidad de la producción estadística de la ONE
Fortalecer la capacidad técnica de la ONE para asegurar la producción de datos e información estadística para la elaboración, seguimiento y evaluación de planes, estrategias o políticas, a partir del procesamiento y análisis de censos, encuestas y registros administrativos continuos[1].

[1] En todos los casos, los esfuerzos de fortalecimiento incluirán actividades específicas para promover un enfoque sensitivo al género y a grupos minoritarios de relevancia en la producción y el análisis de la información, y poder dimensionar la equidad de participación de los diversos grupos sociales en los procesos de desarrollo económico y social del país.

Componente 3 – Articulación del Sistema Estadístico Nacional (SEN)

Proveer a la ONE instrumentos para poner en marcha y coordinar la producción estadística de las entidades vinculadas al SEN, ejerciendo funciones de regulación, supervisión y control de calidad para asegurar la disponibilidad de datos con cobertura, calidad y oportunidad aceptables.

Componente 4 – Comunicación externa, acceso y difusión

Promover un cambio cultural respecto a la toma de decisiones con base en información y subsanar las deficiencias de los usuarios reales y potenciales de información estadística en su comprensión y uso[2].

g. Un antecedente importante de este Programa ha sido el apoyo recibido por la ONE de PROREFORMA[3], para avanzar en la modernización de nuestra infraestructura tecnológica y equipamiento informático y el rediseño y puesta en marcha de una nueva estructura organizacional. Asimismo, en un diagnostico sobre los procesos de apoyo administrativo, financiero y de personal de cara a la ulterior reingeniería de los mismos.

h. Sobre estas bases –que serán reforzadas y ampliadas por este Programa - vamos a iniciar el proceso de fortalecimiento del Sistema Estadístico Nacional, que incluirá las siguientes actividades: a) remodelación física y dotación de mobiliario; b) equipamiento en hardware, software y redes telemáticas; c) diseño y automatización de sistemas de información estadística vía censos, encuestas y registros administrativos y sus interfases de cartografía, muestreo y clasificadores, así como de los procesos de planificación, control y seguimiento de dicha producían; d) asistencia técnica para la producción y difusión estadística en curso; e) asistencia técnica para el desarrollo institucional.

i. Este proceso requerirá dimensionar adecuadamente los recursos necesarios, humanos, de hardware y de licencias, tanto de aplicaciones base como de gestores de bases de datos, necesarios para dar cabida en su conjunto a todos los sistemas estadísticos. Asimismo es necesario un diseño de las metodologías unificadas concernientes a sistemas de información – sean estos de estadística, gerenciales o geográficos - , que tendrán como fruto en un futuro la obtención de las estadísticas e indicadores necesarios para la toma de decisiones y su operatividad sostenible y oportuna.

j. Asimismo, este proceso esta requerido de una estrategia comunicacional que le permita a la ONE situarse como líder reconocido del SEN por usuarios y productores públicos y privados y por la ciudadanía en general y, de esta forma, facilitar el desempeño de su rol normativo, de productor, de acopiador y difusor de las estadísticas nacionales y sectoriales oficiales en tanto bien público fundamental para apoyar la ejecución, monitoreo y evaluación de la estrategia nacional de desarrollo.

k. Por lo antes expuesto, la ONE necesita contratar un experto residente en estrategias de comunicación institucional que asesore en el diseño y elaboración de una campaña de comunicación estratégica y posicionamiento institucional priorizando un plan de difusión de información estadística, y que la misma procure sensibilizar a la ciudadanía y las audiencias claves sobre la importancia de la producción

[2] La adecuada difusión de datos estadísticos y la capacitacion de los usuarios en su aprovechamiento permitirán la creación de un "circulo virtuoso" en que la demanda de información oportuna, de calidad y con cobertura suficiente presionara a sus generadores a mantener estándares idóneos.

[3] Programa de Apoyo a la Reforma y Modernización del Poder Ejecutivo, ejecutado por el STP/CONARE vía préstamo del BID No. 1676/OC-DR.

estadística para todos y todas. La estrategia debe estar orientadas por el componente 4 que trata sobre el fortalecimiento de la capacidad de comunicación externa y la Difusión de Información Estadística y Geográfica; a fin de satisfacer las necesidades de los usuarios potenciales nacionales e internacionales con calidad de clase mundial.

2. OBJETIVOS DE LA CONTRATACION

2.1 Objetivo general

Proporcionar a la institución una estrategia y plan de comunicación estratégica que permita a la ONE posicionarse como el organismo rector del Sistema Estadístico Nacional, en concordancia con las demandas de la sociedad en su conjunto y, de manera particular, respondiendo a las necesidades de grupos relevantes de tomadores de decisiones públicos y privados.

2.1-Objetivos específicos:

- Fortalecer la capacidad de comunicación de la ONE a nivel institucional e interinstitucional, con la ciudadanía y con usuarios de los servicios provistos.
- Promover comportamientos que favorezcan la producción y uso de información estadística para la toma de decisiones.
- Propiciar una imagen que identifique con claridad la función rectora de la organización.
- Contribuir a cerrar la brecha entre los procesos de producción de información y los de difusión a las audiencias clave.
- Acompañar a la gerencia de Difusión y Comunicación en la implementación del plan de comunicación.

3. PERFIL REQUERIDO

Requerimientos obligatorios

- Profesional de los países miembros del BID.
- Nivel académico mínimo de licenciatura en áreas comunicacionales o afines y especialización de postgrado y/o maestrías en áreas de relaciones públicas, marca institucional, marca país o marca institucional.
- Cinco (5) años de experiencia profesional diseñando y/o implementando estrategias de comunicación y posicionamiento institucional.
- Experiencia mínima de un (1) año en proyectos o programas ejerciendo en esta área y haber coordinado al menos una (1) estrategia de gestión de la Relación con los Clientes (CRM, por sus siglas en inglés) en alguna institución pública, privada u organismo no gubernamental.
- Dominio del Español (escrito y hablado)

Requisitos Opcionales:

- Dominio del inglés con un mínimo de nivel técnico
- Manejo de la herramienta ISO9000

4. DURACIÓN

Los servicios tendrán una duración de doce (12) meses, a tiempo completo, a partir de la fecha en que se firme del contrato.

5. PRODUCTOS ESPERADOS

El orden cronológico de la entrega de los productos podrá variar en función de las prioridades establecidas de común acuerdo. El mismo será establecido de manera consensuada en el plan de trabajo, primer producto a ser entregado por el experto.

5.1 Plan de trabajo: la persona contratada presentará un plan de trabajo y un cronograma detallado de actividades en función del análisis de situación y su metodología de trabajo, así como la estrategia y el plan de acción para su ejecución.

5.2 Diagnóstico de situación de la comunicación institucional: Conjuntamente con la Gerente de Difusión y Comunicación y el nivel directivo-gerencial alto y medio de la institución diseñará una encuesta de percepción con el fin de detectar los mecanismos de comunicación interna y externa de la institución para validar y recomendar medidas que mejoren las actuaciones de los usuarios internos y externos.

5.3 Estructura organizativa interna de la Gerencia de Comunicación y Difusión revisada: Conjuntamente con la Dirección de la ONE, la Gerencia de Difusión y Comunicación, la encargada de Recursos Humanos y en consulta con el resto de los Gerentes de la ONE, propondrá una estructurar organizativa de la Gerencia de Comunicación y Difusión para que responda satisfactoriamente a los requerimientos de las demás áreas con el fin de profundizar el acceso y diseminación de la información estadística.

5.4 Formular y acompañar la implementación de una estrategia de comunicación y posicionamiento institucional: Conjuntamente con la Gerencia de Difusión y Comunicación y los encargados de las Divisiones de Relaciones Públicas, Prensa, Mercadeo, Publicaciones y del Centro de Información y Documentación, en consulta con la Coordinación Técnica de la ONE, diseñará la estrategia a emplearse para difusión de información estadística pública e investigaciones de nivel nacional y sectorial, y acompañará la implementación de un Sistema de Comunicación que tenga en cuenta:

- Medios electrónicos de transferencia de información virtual y digital
- Público que demandan mecanismo de difusión tradicional
- Plan de capacitación y desarrollo del Personal en función de las nuevas modalidades de Difusión Estadística a implementarse.

5.5 Elaborar un manual de normas y políticas de comunicación: El experto en función de los modelos de Comunicación vigentes en la institución y la información levantada en el punto 4.2, conjuntamente con la Gerencia de Difusión y Comunicación, la Unidad de Relaciones Públicas, revisará los manuales editoriales, de difusión electrónica, y elaborará un Manual de Políticas de Comunicación, basado en las normas consensuadas

en la institución, a la vez definirán el lineamiento general de contenido de la comunicación interna y externa, que fortalezcan la capacidad de comunicación y difusión de información estadística.

5.6 Formular y acompañar el desarrollo de un plan de "advocacy" y probarlo en por lo menos 3 Jornadas Estadísticas y/o Encuentros Interinstitucionales: Conjuntamente con, la Gerencia de Difusión y Comunicación y los Gerentes de la ONE, se diseñará, desarrollará e implementará un Prototipo de Alianzas con Audiencias Externas (usuarios y productores), el cual debe incluir los aspectos señalados a continuación:

- Protocolo y logística operativa, calendario y cronograma de las mismas para fomentar la discusión y actualización sobre la producción, análisis y uso de la información estadística a nivel local y nacional.
- Sistema que posibilite la retroalimentación de las audiencias claves.
- Se requiere que el Plan esté consensuado con lo propuesto por el experto.

5.7 Diseñar Estrategia y plan de comunicación y posicionamiento de IX Censo de población y acompañar su implementación: El experto en función de lo previsto en materia de Difusión Censal dentro del marco conceptual del Censo 2010, conjuntamente con los Gerentes de Difusión y Comunicación y de Censos y Encuestas, asesorará, diseñará y acompañará la implementación una estrategia de Comunicación que tome en cuenta los aspectos señalados a continuación:

5.7.1 Programa de encuentros con los medios y los líderes de opinión para debatir y propiciar redes de apoyo a la coyuntura del evento censal, en sus diferentes etapas.
5.7.2 Serie de conferencias de prensa, envío de comunicados de prensa, resúmenes ejecutivos, organización de actos públicos o sociales con líderes de opinión y organizar un viaje con comunicadores para observar la prueba censal.
5.7.3 Redacción de módulo explicativos relacionados al Censo2 010 para distribución impresa o en el subportal del Censo 2010, la página Web de la institución y páginas de redes sociales establecidas para diseminar la información censal.
5.7.4 Una gestión de la comunicación que sea normativamente centralizada y operativamente descentralizada.
5.7.5 Propondrá procedimientos de comunicación y difusión para la entrega de los resultados preliminares y finales del Censo Nacional de Población y Vivienda.
5.7.6 Elaborará una propuesta de contenidos de la Memoria del Censo Nacional de Población y Vivienda.

6. ACTIVIDADES

- Coordinación de encuentros con Audiencias Externas:
- Analizar, revisar, recomendar y apoyar la implementación de mejoras a la base de datos de directorio institucional y los grupos electrónicos diseñados en función de la estrategia de comunicación.
- Analizar y recomendar y apoyar la implementación de mejoras en los Acuerdos Interinstitucionales para potenciar el "advocacy" y la comunicación estratégica.
- Elaborar los términos de referencial para realizar una encuesta que permita elaborar la línea base de Difusión Estadística que posibilite el Diseño de la Campaña Estratégica de comunicación y posicionamiento de la ONE.
- Identificar los receptores potenciales y junto a todos los gerentes de de la ONE, priorizar las audiencias claves, así como establecer las metas y el procedimiento de la estrategia comunicacional que garanticen los canales de transmisión mas adecuados.

- Formular un plan de comunicación que defina los conceptos que la ONE espera difundir respecto a los productos en marcha según lo contemplado en el Plan Estratégico 2009-2012.
- Proponer para su Implantación un calendario anticipado de difusión y publicidad institucional sobre la base de un plan de medios que corresponda al programa de eventos de las Jornadas Estadísticas Nacionales (foros, charlas, conferencias, talleres, videoconferencias, otros).
- Definir, proponer y aplicar las políticas integrales de comunicación que garanticen una imagen uniforme que identifiquen con claridad a la organización (marca-institución).
- Desarrollar y proponer nuevas líneas de acción de cara a la opinión pública, que se traducirá en una presión a favor del cambio que requiere la institución.
- Diseñar una estrategia para incrementar el nivel de cultura estadística de los usuarios individuales e institucionales.
- Establecer mecanismos de fomento de la cultura estadística promoviendo la universalización del uso de la información electrónica potencializando el portal electrónico.
- Promover reuniones y alianzas con usuarios institucionalizados para fortalecer la estructura del Sistema Estadístico Nacional.
- Establecer prototipo de medición de usuario que puedan evidenciar percepción de utilidad de todo lo antes expuesto.
- Establecer dinámicas de trabajo y consultas con actores institucionales del sector público y privado.

7. PRESENTACION DE INFORMES

CRONOGRAMA DE ENTREGA DE INFORMES MENSUALES DE AVANCE												
	M E S E S											
No. del Informe	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Informe No. 1												
Informe No. 2												
Informe No. 3												
Informe No. 4												
Informe No. 5												
Informe No. 6												
Informe No. 7												
Informe No. 8												
Informe No. 9												
Informe No. 10												
Informe No. 11												
Informe No. 12												

8. ÁMBITO DE EJECUCIÓN

Localización

La persona contratada prestará servicios en las instalaciones de la Oficina Nacional de Estadísticas (ONE). La institución proporcionará el espacio físico adecuado para el desarrollo de sus labores en la gerencia de difusión y comunicación. Esta prestará servicios en función al plan de trabajo acordado en los espacios que sean requeridos para el buen desarrollo de sus actividades, según la calendarización de las actividades que es establezcan de común acuerdo entre las partes.

Supervisión

La coordinación y supervisión de las actividades estará a cargo de la Gerente de Difusión y Comunicación de la ONE

Los entregables deberán ser aprobados por un equipo integrado por:

- Gerente de Difusión y Comunicación
- Gerente de Coordinación Técnica o su alterno
- Coordinadora General del Proyecto

Para la realización de su trabajo el experto deberá interactuar/coordinar/colaborar con todas las Gerencia y Departamentos de la institución: Además, trabajará en equipo liderando los grupos de trabajo integrado por el personal del área de la Gerencia de de Difusión y Comunicación y participará con los expertos temáticos y, de manera particular, trabajará de manera articulada con el experto en mercadeo.

9. MONTO DEL CONTRATO

El monto total del contrato se negociará en función al historial salarial del candidato

10. CALENDARIO DE PAGO

Se pagará el 40% del monto total del contrato en cuotas mensuales consecutivas contra la entrega de informes de avances. Asimismo, se efectuarán cuatro (4) pagos correspondientes al 60% restante del monto contractual contra la entrega de los siete (7) productos estipulados en estos Términos de Referenicia.

11- CRONOGRAMA DE ENTREGA DE LOS PRODUCTOS ESPERADOS

A continuación se muestra un tiempo estimado que deben durar la ejecución de los productos para el cumplimiento de los objetivos.

CRONOGRAMA DE ENTREGA DE PRODUCTOS PROPUESTO*

	MESES											
PRODUCTOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
5.1 Plan de trabajo: la persona contratada presentará un plan de trabajo y un cronograma detallado de actividades en función del análisis de situación y su metodología de trabajo, así como la estrategia y el plan de acción para su ejecución.	X											
5.2 Diagnóstico de situación de la comunicación institucional: Conjuntamente con la Gerente de Difusión y Comunicación y el nivel directivo-gerencial alto y medio de la institución diseñará una encuesta de percepción con el fin de detectar los mecanismos de comunicación interna y externa de la institución para validar y recomendar medidas que mejoren las actuaciones de los usuarios internos y externos.		X										
5.7 Estrategia de comunicación y posicionamiento de IX Censo de población: El experto en función de lo previsto en materia de Difusión Censal dentro del marco conceptual del Censo 2010, conjuntamente con los Gerentes de Difusión y Comunicación y de Censos y Encuestas, asesorará, diseñará y acompañará la implementación una estrategia de Comunicación que tome en cuenta los aspectos señalados a continuación: 5.7.1 Programa de encuentros con los medios y los líderes de opinión para debatir y propiciar redes de apoyo a la coyuntura del evento censal, en sus diferentes etapas. 5.7.2 Serie de conferencias de prensa, envío de comunicados de prensa, resúmenes ejecutivos, organización de actos públicos o sociales con líderes de opinión y organizar un viaje con comunicadores para observar la prueba censal. 5.7.3 Redacción de módulo explicativos relacionados al Censo2 010 para distribución impresa o en el			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

subportal del Censo 2010, la página Web de la institución y páginas de redes sociales establecidas para diseminar la información censal. 5.7.4 Una gestión de la comunicación que sea normativamente centralizada y operativamente descentralizada. 5.7.5 Propondrá procedimientos de comunicación y difusión para la entrega de los resultados preliminares y finales del Censo Nacional de Población y Vivienda. 5.7.6 Elaborará una propuesta de contenidos de la Memoria del Censo Nacional de Población y Vivienda.												
5.3 Estructura organizativa interna revisada: Conjuntamente con la Dirección de la ONE, la Gerencia de Difusión y Comunicación, la encargada de Recursos Humanos y en consulta con el resto de los Gerentes de la ONE, propondrá una estructurar organizativa de la Gerencia de Comunicación y Difusión para que responda satisfactoriamente a los requerimientos de las demás áreas con el fin de profundizar el acceso y diseminación de la información estadística.			X	X	X							
5.4 Formular y acompañar la implementación de una estrategia de comunicación y posicionamiento institucional: Conjuntamente con la Gerencia de Difusión y Comunicación y los encargados de las Divisiones de Relaciones Públicas, Prensa, Mercadeo, Publicaciones y del Centro de Información y Documentación, en consulta con la Coordinación Técnica de la ONE, diseñará la estrategia a emplearse para difusión de información estadística pública e investigaciones de nivel nacional y sectorial, y acompañará la implementación de un Sistema de Comunicación que tenga en cuenta: • Medios electrónicos de transferencia de información virtual y digital • Público que demandan mecanismo de difusión tradicional • Plan de capacitación y desarrollo del Personal en función de las nuevas modalidades de Difusión Estadística a implementarse.					X	X	X					
5.5 Elaborar un manual de normas y políticas de comunicación: El experto en función de los modelos de Comunicación vigentes en la institución y la información levantada en el punto 4.2, conjuntamente con la Gerencia de Difusión y Comunicación, la Unidad de Relaciones Públicas, revisará los manuales editoriales, de difusión electrónica, y elaborará un Manual de Políticas de Comunicación, basado en las normas consensuadas en la institución, a la vez definirán el								X	X	X		

lineamiento general de contenido de la comunicación interna y externa, que fortalezcan la capacidad de comunicación y difusión de información estadística.												
5.6 Formular un plan de "advocacy" diseñado y probado en las Jornadas Estadísticas y/o Encuentros Interinstitucionales: Conjuntamente con, la Gerencia de Difusión y Comunicación y los Gerentes de la ONE, se diseñará, desarrollará e implementará un Prototipo de Alianzas con Audiencias Externas (usuarios y productores), el cual debe incluir los aspectos señalados a continuación: • Protocolo y logística operativa, calendario y cronograma de las mismas para fomentar la discusión y actualización sobre la producción, análisis y uso de la información estadística a nivel local y nacional. • Sistema que posibilite la retroalimentación de las audiencias claves. • Se requiere que el Plan esté consensuado con lo propuesto por el experto.										X	X	
Informe final												X
*Este plan debe ser ajustado en el Plan de trabajo a ser presentado por el experto												

12. CRITERIOS DE EVALUACION Y CALIFICACION

La selección del experto será efectuada por el Comité de Evaluación integrado por: Gerencia de Gestión Humana de la ONE, la Coordinadora, la Gerente y la Encargada del Componente IV: (Difusión y Comunicación) del Proyecto BID, aplicando los siguientes criterios de evaluación a los antecedentes presentados por el o la concursante.

Sistema de evaluación

a) Presentación de Documentos

DOCUMENTOS SOLICITADOS	CONFORMIDAD	
	Cumple	No Cumple
Fotocopia de Títulos Académicos obtenidos		
Certificado vigente de registro en el colegio profesional respectivo (sí aplica)		

b) Grado Académico y Experiencia del Experto Técnico

DESCRIPCIÓN	Puntaje asignado según nivel	Puntaje máximo posible	Puntaje evaluado
GRADO ACADÉMICO		10	
Licenciatura	3		
Post Grado	7		
Maestría	10		
EXPERIENCIA GENERAL (a partir del año de obtención del Certificado de egreso)		20	
Igual o mayor a 7 años	20		
Igual a 6 o menor a 7 años	18		
Igual a 5 o menor a 6 años	15		
Igual a 0 años	0		
EXPERIENCIA ESPECÍFICA		50	
PROYECTOS EN EL AREA ESPECIFICA (información extraída del Currículum Vitae)		45	
Igual o mayor a 3	45		
Igual a 2 o menor a 3	40		
Igual a 1 año o menor a 2	35		
Igual a 0 años	0		
COORDINACION DE UNA (1) ESTRATEGIA EN CRM		5	
Más de 1 coordinación	5		
Coordinación de 1 estrategia	3		
Ninguna coordinación	0		

c) Entrevista

DESCRIPCIÓN	Puntaje asignado según nivel	Puntaje máximo posible	Puntaje evaluado
ENTREVISTA *		20	

TOTAL PUNTAJE DE EVALUACIÓN	MAX	100	
PUNTAJE MÍNIMO PARA CALIFICAR	MIN: 66	CUMPLE	NO CUMPLE

*Entrevista

La entrevista tendrá una puntuación máxima de 20 puntos, cada evaluador puntuará en función de su percepción y el promedio de cada puntuación dará el puntaje final a ser asignado a la persona participante

La persona participante deberá obtener por lo menos 56 puntos en la sumatoria del puntaje de Formación académica y Experiencia para ser convocada a la entrevista.