

# Informe final

SISTEMATIZACIÓN DE APRENDIZAJES SOBRE EL INCENTIVO A LA PERMANENCIA DE ESTUDIANTES DE ÚLTIMOS CURSOS DE INSTITUTOS TÉCNICO TECNOLÓGICOS IMPULSADO POR EL PROYECTO FORMACIÓN TÉCNICA PROFESIONAL EN ZONAS DE INTERVENCIÓN

AICED S.R.L.  
Carmen Cecilia Yaffar  
Isabel Ascarrunz  
La Paz, 19 de abril de 2022

## ÍNDICE DE CONTENIDO

|  |                              |
|--|------------------------------|
| RESUMEN EJECUTIVO .....  | 1                            |
| <b>1. ANTECEDENTES .....</b>   | <b>4</b>                     |
| 1.1. El Proyecto.....  | 4                            |
| 1.2. Asociación de Investigadores en Comunicación y Educación para el Desarrollo - AICED SRL ..... | Error! Bookmark not defined. |
| 1.3. Organización del documento de sistematización .....   | 4                            |
| <b>2. OBJETIVOS DE LA SISTEMATIZACIÓN .....</b>  | <b>5</b>                     |
| 2.1. Objetivo General.....   | 5                            |
| 2.2. Objetivos Específicos.....  | 5                            |
| <b>3. METODOLOGÍA.....</b>   | <b>5</b>                     |
| 3.1. Fuentes de información .....  | 5                            |
| 3.2. Herramientas y documentos de socialización .....  | 7                            |
| 3.3. Ejes de sistematización .....   | 7                            |
| <b>4. CONTEXTO EN EL QUE FUE CONCEBIDO E IMPLEMENTADO.....</b>                                     | <b>8</b>                     |
| 4.1. Los destinatarios del incentivo .....   | 9                            |
| 4.2. Principales actores del incentivo .....   | 10                           |
| <b>5. RECUPERACIÓN DEL PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN DE INCENTIVO .....</b>                            | <b>11</b>                    |
| 5.1. Selección de la modalidad del incentivo .....   | 11                           |
| 5.2. Recolección de datos de referencia de destinatarios .....                                     | 14                           |
| 5.3. Negociación y beneficios obtenidos con empresas de telefonía móvil .....                      | 15                           |
| 5.4. Proceso de transferencia del incentivo .....  | 17                           |
| 5.5. Uso y destino del incentivo .....   | 19                           |
| 5.5.1. Utilidad del incentivo.....   | 19                           |
| 5.5.2. Influencia del incentivo en la permanencia.....   | 20                           |
| 5.5.3. Suficiencia del incentivo .....   | 20                           |
| 5.5.4. Uso del incentivo .....   | 20                           |
| 5.5.5. Oportunidad.....  | 21                           |
| 5.5.6. Señal de internet.....  | 21                           |
| <b>6. BUENAS PRÁCTICAS, LECCIONES APRENDIDAS Y FACTORES DE ÉXITO/ INHIBIDORES.....</b>             | <b>22</b>                    |
| 6.1. Buenas prácticas .....  | 23                           |
| 6.2. Lecciones aprendidas .....  | 23                           |
| 6.3. Factores de éxito.....  | 23                           |
| 6.4. Factores inhibidores.....   | 24                           |
| <b>7. RECOMENDACIONES .....</b>  | <b>24</b>                    |
| <b>ANEXOS .....</b>  | <b>25</b>                    |
| Anexo 1 Términos de Referencia .....   | 26                           |
| Anexo 2 Boleta censal.....   | 27                           |
| Anexo 3 Informe cuantitativo de los resultados de la encuesta.....                                 | 28                           |
| Anexo 4 Matrices Ejes de análisis de las entrevistas.....  | 29                           |
| Anexo 5 Base de datos (digital).....   | 30                           |
| Anexo 6 Lineamientos metodológicos para la implementación de grupos focales .....                  | 31                           |
| Anexo 7 Lista de entrevistados .....   | 32                           |

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

|   |    |
|---|----|
| Gráfico 1: Ejes de sistematización.....                                     | 7  |
| Gráfico 2: Línea de Tiempo para la definición de Acciones Adicionales.....  | 9  |
| Gráfico 3 Caracterización de los destinatarios.....                         | 10 |
| Gráfico 4 Selección de la modalidad del incentivo.....                      | 11 |
| Gráfico 5 Proceso de recolección de datos de referencia de estudiantes..... | 14 |
| Gráfico 6 Utilidad del incentivo.....                                       | 19 |
| Gráfico 7 Influencia del Incentivo.....                                     | 20 |
| Gráfico 8 Oportunidad del incentivo.....                                    | 21 |

## ÍNDICE DE CUADROS

|  |    |
|--|----|
| Cuadro 1: Número de encuestas logradas por entidad coejecutora.....  | 6  |
| Cuadro 2: Número de ITT, rectores y docentes entrevistados, por entidad coejecutora.....                                 | 6  |
| Cuadro 3: Actores principales de la experiencia de transferencia de incentivo.....                                       | 10 |
| Cuadro 4: RDA Eje 1. Selección de la modalidad del incentivo.....  | 13 |
| Cuadro 5: RDA Eje 2. Recolección de datos de referencia de destinatarios.....  | 15 |
| Cuadro 6: Beneficios obtenidos fruto de las negociaciones con las empresas telefónicas.....                              | 16 |
| Cuadro 7: RDA Eje 3 Negociación y beneficios obtenidos con empresas de telefonía móvil.....                              | 17 |
| Cuadro 8: Estrategia de comunicación para la transferencia del incentivo, implementada por las empresas telefónicas..... | 18 |
| Cuadro 9: RDA Eje 4 Proceso de transferencia del incentivo.....  | 19 |
| Cuadro 10: RDA Eje 6. Uso y destino del incentivo.....   | 22 |

## GLOSARIO DE SIGLAS

|            |   |
|------------|---|
| CEA        | Centro de Educación Alternativa   |
| CEMSE-CEE: | Centro de Multiservicios Educativos - Comisión Episcopal de Educación                 |
| COSUDE     | Cooperación Suiza   |
| COVID 19:  | Corona Virus Disease 19 (por sus siglas en inglés)                                    |
| DGESTTLA   | Dirección General de Educación Superior Técnica, Tecnológica, Lingüística y Artística |
| FAUTAPO:   | Fundación Educación para el Desarrollo  |
| FT:        | Formación técnica   |
| ITT:       | Instituto Técnico Tecnológico   |
| ME:        | Ministerio de Educación   |
| RDA:       | Revisión después de la Acción   |
| SME:       | Sistema de Monitoreo y Evaluación   |
| TICs:      | Tecnologías de Información y Comunicación   |

## Resumen ejecutivo

El Consorcio Swisscontact FAUTAPO es responsable de la implementación del Proyecto Formación técnica profesional que tiene como objetivo general “contribuir a una mayor equidad económica y social, mejorando el acceso al empleo de población vulnerable a la pobreza, priorizando sectores con potencial productivo a través de la formación técnica, tecnológica y la capacitación”.

En agosto de 2021 y con vigencia hasta diciembre 2021, se determinó la implementación de “**Acciones Adicionales para Enfrentar el COVID 19**”, que entre sus componentes contemplaba la provisión de un incentivo (no monetario) a la permanencia a estudiantes del último año/semestre de las carreras apoyadas, en los 40 Institutos Técnicos Tecnológicos (ITT) de dependencia pública ubicados en los municipios de intervención del proyecto en los 9 departamentos de Bolivia. Las entidades a cargo de su implementación fueron FAUTAPO y CEMSE-CEE.

La entrega de este incentivo se planteó con el objetivo de reducir el abandono de los procesos de formación de los estudiantes, problemática latente entre los ITT, particularmente públicos, que se vio agravado por la “reducción de los ingresos monetarios de las familias, el comportamiento preventivo de las personas que perciben un riesgo al asistir a los centros, la falta de recursos para el acceso a la formación virtual y un aumento en las labores domésticas que afectan principalmente a las mujeres, sobre todo, en periodos de cuarentena”. En esa dirección, se estableció que los estudiantes recibirían el cien por cien del incentivo.

El presente estudio se centra en la sistematización de la experiencia impulsada en el componente del incentivo a la permanencia con el objetivo de reconstruir el proceso tanto desde el punto de vista de los propios destinatarios como de los principales actores participantes, resaltando las buenas prácticas, lecciones aprendidas, factores de éxito y factores inhibidores, con el propósito de contribuir a su escalabilidad y replicabilidad.

La metodología de sistematización recupera los lineamientos establecidos en la Guía de Sistematización del proyecto; es en esencia participativa, y busca recuperar, de la manera más completa e integral la experiencia, basándose en la Revisión Después de la Acción (RDA), y la línea del tiempo, como principales herramientas de organización. La sistematización se realiza en torno a 5 ejes: (i) Selección de la modalidad de incentivo; (ii) Recolección de información de referencia de destinatarios; (iii) Negociación y beneficios obtenidos con empresas de telefonía móvil; (iv) Transferencia del incentivo; y (v) Uso y destino del incentivo.

Las fuentes de información principales son de carácter primario, recolectadas a partir de la aplicación de una encuesta electrónica dirigida a 1.571 destinatarios (estudiantes), entrevistas en profundidad a los distintos actores del proceso: docentes (11) y rectores (11), directora del proyecto, entidades coejecutoras (4), empresas telefónicas (5) y grupos focales con estudiantes (25). De manera complementaria, se utilizan como fuentes secundarias documentos conceptuales y de seguimiento, así como bases de datos disponibles en la Dirección de Proyecto. Como producto se cuenta con un informe (documento narrativo) y una infografía.

En lo que respecta la **selección de la modalidad del incentivo (eje 1)**, éste empezó a diseñarse desde abril/2021, con perspectivas de que su implementación se realice a inicios del segundo semestre. En esta etapa de diseño, fue determinante la experiencia y capacidad de las entidades coejecutoras, rescatadas a partir de talleres de análisis e intercambio. Asimismo, la Dirección de Proyecto jugó un rol asertivo de coordinación con la Dirección General de Educación Superior Técnica, Tecnológica, Lingüística y Artística (DGESTTLA) que permitió la apropiación e impulso del incentivo.

En los hechos, el arranque de las acciones se concretizó a fines de septiembre de 2021 debido a (i) procedimientos administrativos entre el Consorcio y la Cooperación Suiza para el Desarrollo (COSUDE) requeridos para la operativización en territorio, y (ii) el cambio de autoridades de DGESTTLA que precisó de un proceso de confirmación para la puesta en marcha de esta iniciativa. Algunos actores manifiestan que la pertinencia del

incentivo se vio afectada, en cierta medida, por ese retraso, ya que no se logró evitar la deserción de algunos estudiantes que no retornaron a clases luego del descanso pedagógico (entre junio y julio). Esto explicaría, de cierta manera, la sobreestimación de la meta planteada de 3.050 estudiantes, versus una lista menor de estudiantes obtenida en septiembre/2021 de casi 2.400 personas.

La selección de la modalidad no monetaria del incentivo, permitió cumplir con la transferencia a los destinatarios en el tiempo reducido de dos meses y medio, mediante un proceso ágil. La modalidad no monetaria permitió evitar los riesgos políticos y diplomáticos que conllevaba un incentivo monetario ante exigencias de movimientos sociales de El Alto de un bono humanitario para toda la población boliviana, con recursos de origen suizo, rumor que empezó a circular en medios de comunicación desde mediados de septiembre de 2020.

Con relación a la **recolección de información de referencia de los destinatarios (eje 2)**, las entidades coejecutoras, FAUTAPO y CEMSE-CEE, coordinaron con rectores y docentes de los 40 ITT de intervención del proyecto, para una recolección de datos minuciosa con el objetivo de que la recarga de megas llegara efectivamente al destinatario correcto, constituido por todos los estudiantes de últimos cursos (3er. año en el caso de las carreras anuales y 6to. semestre en el caso de las semestrales) de las carreras apoyadas por el proyecto.

La recolección de datos no fue una tarea sencilla. Luego de que los equipos centrales de las coejecutoras recibieran de la Dirección del Proyecto los lineamientos para la recolección de listas, los transmitieron a los equipos técnicos y éstos, a su vez, los socializaron con los docentes de los ITT estableciendo acuerdos para la recolección de las listas finales. Finalmente, las listas actualizadas fueron entregadas a las entidades coejecutoras. Algunos estudiantes se mostraron reacios a compartir sus números de celular y otros tenían la costumbre de cambiar constantemente de línea telefónica e incluso de empresa telefónica.

En lo que concierne la **negociación y beneficios obtenidos con empresas de telefonía móvil (eje 3)**, las entidades coejecutoras estuvieron también a cargo y jugaron un rol activo en la obtención de acuerdos con las tres empresas telefónicas ENTEL, VIVA y TIGO, que resultaron ser las más utilizadas entre los estudiantes de los ITT.

Cada coejecutor trabajó separadamente con cada una de las empresas telefónicas obteniendo diferentes acuerdos y ofertas a cambio de los Bs.500 de forma tal que los aproximadamente 40 mil megas equivalentes a ese monto, podrían estar combinados con un cierto número de minutos libres, megas específicos para educación, y otros, de acuerdo con la oferta de cada empresa telefónica.

FAUTAPO logró una significativa cantidad de megas de parte de ENTEL, TIGO y VIVA, obteniendo además la posibilidad de la doble carga con cada una de ellas. CEMSE-CEE también logró, especialmente con la empresa VIVA, importantes beneficios para navegación ilimitada. Con estas ventajas, los usuarios compraron paquetes para plataformas, teleeducación, para investigar, todo con una vigencia de un año, es decir que, si el estudiante no gastaba todo el incentivo en el mes, podía seguir utilizando el sobrante hasta por un año. Con la empresa TIGO, sólo lograron la compra de crédito equivalente a 32 mil megas para la compra de “paquetigos” diarios.

La **transferencia de incentivos (eje 4)**, antes de la transferencia las empresas telefónicas realizaron una última depuración de datos, acciones de comunicación para que los estudiantes activen y logren sus beneficios. Aunque cada empresa telefónica aplicó su propia estrategia relacionada con la recarga de megas, que se efectivizó en dos momentos: octubre y noviembre de 2021. Las empresas telefónicas apoyaron en el proceso (en menor medida la empresa TIGO) para realizar y efectivizar las transferencias ofertando también a los estudiantes distintos paquetes. Las empresas telefónicas se comunicaban con los estudiantes, ya sea mediante grupos de WhatsApp o llamadas telefónicas para que activaran su día de “doble carga” y así obtener el beneficio en doble cantidad.

Finalmente, se logró beneficiar un total de 2.360 estudiantes quienes permitieron conocer sobre el **uso y destino del incentivo (eje 5)**, a partir de la encuesta relevada, indicando en su mayoría (92%) que el incentivo contribuyó a su permanencia en el proceso formativo a pesar de la mala calidad de la señal de internet en Bolivia y los tiempos ajustados en que llegaron los megas. Los estudiantes manifiestan que el incentivo les ayudó con sus gastos para

pasar 1 hora diaria de clases virtuales por las distintas plataformas, investigar, enviar trabajos y realizar reuniones de grupo. Por su parte los docentes y rectores señalan que debió haber llegado antes y no cuando la gestión estaba concluyendo.

Entre las **buenas prácticas** destaca la decisión tomada sobre la modalidad del incentivo: **no monetario** (en forma de transferencia de megas), **universal** (a todos los estudiantes de últimos cursos de todas las carreras apoyadas, semestrales y anuales, de los ITT en las zonas de intervención) mediante las empresas telefónicas. Sobresale, asimismo, la capacidad de **coordinación, comunicación y negociación** de las entidades coejecutoras con los ITT (rectores y docentes) como con las empresas telefónicas. Por último, se rescata la capacidad de **socialización y sensibilización** de esta iniciativa por parte de la DGESTTLA.

Como **lecciones aprendidas**, resalta que con incentivos no monetarios mediante transferencia de megas a los estudiantes, es posible apoyar su permanencia en los procesos de formación virtual, si bien éstos involucran a varios actores, si se aplican acciones de seguimiento y coordinación constante, se pueden generar compromisos en torno a un objetivo común para lograr resultados y puede ser considerado como un aporte innovador probado para las políticas públicas. Las negociaciones directas con las empresas telefónicas pueden potenciar y mejorar esta modalidad de apoyo a la permanencia. Se debe tomar en cuenta que, aunque existen factores externos, como cambio de autoridades, el trabajar con entidades coejecutoras que ya tienen experiencia en el diseño e implementación de proyectos educativos, logra minimizar estas situaciones. La experiencia también permite ser fuente de inspiración para potenciales propuestas de políticas públicas impulsadas desde la sociedad civil y la cooperación internacional. La experiencia de las entidades coejecutoras en el diseño e implementación de proyectos educativos y en el conocimiento de los actores territoriales, es un factor decisivo en situaciones que requieren una rápida implementación de nuevos mecanismos.

Entre los **factores de éxito** de la experiencia se distinguen contar con objetivos claramente definidos, el compromiso de los participantes que lleva a la cohesión del equipo, el continuo monitoreo y seguimiento a las transferencias realizadas por las empresas telefónicas y los ITT y la existencia de beneficios que potenciaron el incentivo como las dobles cargas y la ampliación del tiempo de vigencia de los megas.

Como **factores inhibidores**, la mala o débil señal de internet, tanto en ciudades grandes, intermedias como en las pequeñas/rurales, agravada por el hecho de que los estudiantes se conectaban mediante sus dispositivos móviles así como el constante cambio de número de teléfono de los estudiantes que no permite realizar un seguimiento adecuado. Los procesos burocráticos y cambios en las autoridades de la DGESTTLA, que alargaron el tiempo de gestión y la firma de adendas a los convenios, imprescindibles para iniciar las Acciones Adicionales.

Como **recomendaciones para** potenciales réplicas las entidades coejecutoras podrían en coordinación con docentes y rectores de los ITT, sincronizar las transferencias con el calendario académico ya que éstas llegaron a los destinatarios en los meses de octubre y noviembre, cuando ya concluía la gestión educativa. De todas formas, el incentivo sirvió para que los estudiantes pudiesen investigar para sus proyectos finales. Para optimizar el incentivo, se deben iniciar negociaciones con las telefónicas con mayor anticipación para que todas ellas puedan comprometerse con los objetivos del incentivo e incluso incluirlos dentro de su política de Responsabilidad Social Empresarial, mejorando los beneficios con una “doble carga automática” (sin necesidad de la activación) y mayor plazo de vigencia para que el saldo de megas pueda seguir siendo usado por el estudiante.

La experiencia del incentivo a la permanencia de los estudiantes a través de la transferencia de megas podría contribuir al desarrollo de una política pública de reducción del abandono tanto en acontecimientos de crisis similares como en casos particulares, sobre la base de la experiencia y capacidad de las entidades que participaron. Por último, se deben potenciar las salas o laboratorios de internet en cada ITT para que permitan el uso del internet, de las plataformas de educación y actúen como wi fi para los estudiantes.

## **1. ANTECEDENTES**

### **1.1. El Proyecto**

El Consorcio Swisscontact FAUTAPO es responsable de la implementación del Proyecto Formación técnica profesional que tiene como objetivo general “contribuir a una mayor equidad económica y social, mejorando el acceso al empleo de población vulnerable a la pobreza, priorizando sectores con potencial productivo a través de la formación técnica, tecnológica y la capacitación”.

El Consorcio cuenta con una Dirección de proyecto a cargo de la coordinación, la asistencia técnica, el monitoreo, la evaluación, la rendición de cuentas y la gestión del conocimiento del proyecto; además tiene (i) 2 coejecutores territoriales, FAUTAPO y CEMSE-CEE responsables de la ejecución directa del proyecto en territorio, y (ii) 2 socios estratégicos, Fundación INFOCAL y el Gobierno Municipal de La Paz, a partir de los cuales se espera rescatar experiencias innovadoras en formación y capacitación técnica.

El proyecto se implementa en 76 centros de formación (73 públicos y 3 privados) ubicados en 42 municipios de los 9 departamentos del país, que en su mayoría corresponden al subsistema de educación alternativa y especial (32) y al subsistema de educación superior (40 institutos públicos y 3 institutos privados).

El plan de implementación del proyecto contempla 4 objetivos de efecto, de los cuales 3 se encuentran bajo mandato del Consorcio, dirigidos al: 1. Mejoramiento de la inserción laboral y emprendimiento de egresados/as de carreras apoyadas; 2. Fortalecimiento integral de centros de formación técnica; y 3. Diálogo entre actores relevantes para la implementación de las políticas nacionales y territoriales de educación técnica, tecnológica y productiva.

De forma complementaria y en respuesta a la situación de pandemia por el COVID 19, el Consorcio define, en junio de 2020, un Plan de Contingencia que asegure la adaptación del proyecto a la situación de crisis sanitaria generada por el COVID 19 e identifique las necesidades para preparar a los Centros de Educación Alternativa (CEA) e Institutos Técnico Tecnológico (ITT) a la nueva realidad. La implementación de este plan se extendió hasta mediados de 2021.

A raíz de la crisis social y económica que Bolivia continuó enfrentando en 2021 como consecuencia de la persistencia de la pandemia, se determinó la implementación de Acciones Adicionales para enfrentar el COVID 19, para un periodo de casi 4 meses comprendidos entre agosto y diciembre de 2021, con el objetivo principal de contribuir a mejorar las capacidades de adaptación de la población y las empresas para enfrentar la crisis generada por la pandemia y sus efectos sobre la formación y el empleo de calidad.

En el marco de la mejora de capacidades de adaptación de la población, se definió la implementación de un incentivo a la permanencia enfocado en estudiantes de últimos cursos de los 40 ITT con los cuales las entidades coejecutoras de FAUTAPO y CEMSE-CEE trabajan. Dada la importancia de esta iniciativa, el Consorcio Swisscontact FAUTAPO ha considerado necesario profundizar en los aciertos y/o dificultades, para recuperar aprendizajes para su replicabilidad o escalabilidad.

### **1.2. Organización del documento de sistematización**

El documento está compuesto de 6 secciones. Luego de los antecedentes, se presentan los objetivos de la sistematización, para luego abarcar el marco metodológico. En las secciones cuatro y cinco se describen y desarrollan todos los aspectos que formaron parte del incentivo a la permanencia. Finalmente, en la sexta sección se plantean lecciones aprendidas, buenas prácticas, factores de éxito e inhibidores y recomendaciones a ser tomadas en cuenta en la implementación futura en procesos similares.

## **2. OBJETIVOS DE LA SISTEMATIZACIÓN**

### **2.1. Objetivo General**

Sistematizar aprendizajes en la implementación de incentivos a la permanencia impulsados por el proyecto Formación Técnica Profesional entre estudiantes de últimos cursos de Institutos Técnicos Tecnológicos de intervención, desde la perspectiva de los destinatarios, autoridades educativas y entidades coejecutoras, a fin de resaltar experiencias significativas, dificultades y oportunidades que contribuyan a su escalabilidad o replicabilidad.

### **2.2. Objetivos Específicos**

- Definir la metodología de sistematización, así como las técnicas e instrumentos para recolectar información que combinen métodos cualitativos y cuantitativos.
- Recolectar, depurar y organizar la información obtenida desde los mismos destinatarios, autoridades educativas y entidades coejecutoras.
- Analizar el proceso de distribución de incentivos a la permanencia implementada, así como los resultados y beneficios generados a partir de esta acción, que deriven en una reflexión en torno a lecciones aprendidas.

## **3. METODOLOGÍA**

La metodología empleada para la sistematización de la experiencia del incentivo a la permanencia es en esencia participativa ya que se involucran a los diferentes actores relacionados con la misma para captar toda la riqueza y distintas perspectivas. La metodología recupera los lineamientos establecidos en la Guía de Sistematización del proyecto, y se basa en herramientas de organización y socialización, fuentes de información y ejes de sistematización.

### **3.1. Fuentes de información**

La principal fuente de información es de carácter primario y en menor medida fuentes de carácter secundario. La información recopilada a partir de ambas fuentes fue ordenada y agregada tanto en cuadros y matrices (formato Excel) para la reconstrucción de la experiencia como para la interpretación crítica de los resultados.

En lo que respecta a las fuentes secundarias, se procedió, en principio a la revisión de los documentos provistos por el Consorcio Swisscontact FAUTAPO y las entidades coejecutoras<sup>1</sup> que permitió comprender los objetivos, alcances y resultados de la experiencia. La revisión de esta información constituyó la base para establecer los ejes de la sistematización. Adicionalmente, se recurrió a la base de datos de egresados de ITT en 2021 (boleta fin de gestión) del Sistema de Monitoreo y Evaluación (SME) que dio lugar a caracterizar a los destinatarios del incentivo.

La recolección de datos de fuente primaria se basó en tres métodos: encuestas, entrevistas en profundidad y grupos focales.

---

<sup>1</sup> CEMSE-CEE. Informe Acciones Adicionales para enfrentar la COVID 19 y FAUTAPO. Informe de ejecución y cierre Acciones Adicionales para enfrentar COVID 19, diciembre 2021

Las **encuestas** estuvieron dirigidas a todos los estudiantes destinatarios del incentivo. Se diseñó una boleta censal<sup>2</sup> con campos para la recolección de datos generales y preguntas organizadas según los ejes de sistematización. La boleta fue consensuada con las coejecutoras y con la Dirección del Proyecto, y fue sometida a una prueba piloto con 12 estudiantes elegidos al azar. Se aplicó bajo modalidad virtual mediante la plataforma Kobo Toolbox.

De acuerdo con las listas oficialmente brindadas por las entidades coejecutoras, se envió la encuesta a un total de 2.360 beneficiarios del incentivo. Para asegurar la mayor cantidad de respuestas, se abonó Bs.5 para cada estudiante que respondiera. El periodo de recolección de información primaria fue ampliado dado que en una primera instancia se obtuvo un 63% de respuestas, no permitiendo cumplir con el objetivo de una cobertura censal. En una segunda instancia se realizaron otras estrategias como la formación de grupos de WhatsApp para enviar recordatorios, mensajes periódicos y hasta llamadas telefónicas. A pesar de ello, no se llegó a elevar significativamente el número de respuestas.

Se logró recabar 1.571 encuestas, lo que representa el 67% respecto al total planificado (Cuadro 1) que, de acuerdo con el análisis estadístico realizado, tiene una adecuada representatividad muestral <sup>4</sup>.

*Cuadro 1: Número de encuestas logradas por entidad coejecutora.*

| Entidad              | Total encuestas esperadas   | Total encuestas logradas    | % sobre total esperado |
|----------------------|-----------------------------|-----------------------------|------------------------|
| CEMSE-CEE            | 1.143<br>48%                | 831<br>53%                  | 73%                    |
| FAUTAPO              | 1.217<br>52%                | 740<br>47%                  | 61%                    |
| <b>Total general</b> | <b>2.360</b><br><b>100%</b> | <b>1.571</b><br><b>100%</b> | <b>67%</b>             |

Fuente: Elaboración propia, abril 2022.

**Las entrevistas a profundidad** estaban dirigidas a rectores y docentes de ITT. Se desarrollaron de manera presencial y virtual, sobre la base de una guía de preguntas concordantes con los ejes de sistematización. La selección de entrevistados se realizó en coordinación con las entidades coejecutoras manteniendo los criterios de tamaño de ciudad y piso ecológico. Se logró un total de 22 entrevistas en 11 ITT, según el detalle expuesto en el siguiente cuadro. Originalmente se acordó que serían 10 ITT que representaban a ciudades grandes (3), intermedias (2) y pequeñas/rurales (5) así como de (altiplano (4), valles (3), tierras bajas (3), para obtener una información de las distintas experiencias vividas; sin embargo, a solicitud de FAUTAPO, en la lista se añadió un Instituto ubicado en la población de Porvenir, Pando, <sup>5</sup> por lo cual se llegó a 11 ITT entrevistados.

*Cuadro 2: Número de ITT, rectores y docentes entrevistados, por entidad coejecutora.*

| Entidad              | Nro. ITT  | Nro. Rectores entrevistados | Nro. Docentes entrevistados |
|----------------------|-----------|-----------------------------|-----------------------------|
| CEMSE-CEE            | 5         | 5                           | 6                           |
| FAUTAPO              | 6         | 5                           | 6                           |
| <b>Total general</b> | <b>11</b> | <b>10</b>                   | <b>12</b>                   |

Fuente: Elaboración propia, abril 2022

<sup>2</sup> La boleta censal se encuentra en la siguiente dirección <https://ee.humanitarianresponse.info/x/j3yzvgxW> y como Anexo 2 del presente informe

<sup>3</sup> Herramienta de uso social para la captura de datos on y off line y el análisis de los datos junto con planillas de Excel

<sup>4</sup> Anexo 3 Representatividad muestral (Informe Cuantitativo de los resultados de la encuesta)

<sup>5</sup> El listado de los institutos y las personas entrevistadas se encuentra en el Anexo 7.

Adicionalmente, se realizaron entrevistas a 5 funcionarios de las empresas telefónicas, 4 representantes de las entidades coejecutores, entre los que resaltan los coordinadores de cada coejecutora, y de la Dirección de Proyecto. Se planificaron entrevistas con autoridades de la DGESTTLA, que finalmente no lograron ser concretadas.

**Los grupos focales** se realizaron en modalidad virtual para complementar información sobre las percepciones de los estudiantes, quienes recibieron un abono de Bs.10 por su inversión en megas para participar. Se realizaron cinco sesiones vía Zoom, con una duración de 45 minutos cada una. En cada sesión participaron 25 estudiantes de ITT ubicados en los 3 pisos ecológicos y 3 tamaños de ciudad donde interviene el proyecto. En dichos grupos se conversó sobre si hubo un uso diferenciado del incentivo, las formas de adaptación a la pandemia tanto de hombres como de mujeres y la tecnología como limitante para pasar las clases prácticas en modo virtual.

### 3.2. Herramientas y documentos de socialización

Toda la información recopilada fue analizada utilizando dos herramientas: la Línea del Tiempo y la Revisión después de la Acción (RDA). La **Línea del Tiempo** es una técnica para reconstruir una secuencia de eventos que permite identificar los sucesos más importantes o hitos externos de la experiencia; mientras La **RDA** permite revisar el proceso vivido y también entender lo que pasó. Cabe resaltar que se seleccionaron dos formatos para la presentación de la sistematización, por un lado, el presente **documento inextenso**, que permite comprender y compartir la experiencia a detalle, y por otro lado una **infografía**, que posibilita transmitir la experiencia de manera atractiva, ágil y sencilla, para alcanzar una audiencia más amplia y heterogénea.

### 3.3. Ejes de sistematización

Se consideró que los aspectos centrales que intervinieron en toda la experiencia estuvieron relacionados con los siguientes 5 ejes, que constituyen el hilo conductor de la sistematización.

1. Selección de la modalidad de incentivo
2. Recolección de información de referencia de destinatarios.
3. Negociación y beneficios obtenidos con empresas de telefonía móvil
4. Procesos de transferencia del incentivo.
5. Uso y destino del incentivo

*Gráfico 1: Ejes de sistematización.*



Fuente: Elaboración propia, abril 2022.

#### 4. CONTEXTO EN EL QUE FUE CONCEBIDO E IMPLEMENTADO

La llegada de la pandemia por el COVID 19 implicó para el proyecto Formación Técnica Profesional una serie de adaptaciones de su estrategia de intervención para responder a las nuevas necesidades que surgieron. Desde marzo de 2020, cuando se declaró la cuarentena rígida en todo el territorio boliviano, todas las actividades propias de la sociedad se vieron afectadas; las actividades productivas y particularmente la educación fueron impactadas en gran medida por un repentino cambio hacia la modalidad virtual, a partir del cual resaltaron problemas relacionados con una débil o inexistente conectividad a internet, el acceso limitado a dispositivos digitales e incluso la necesidad de nuevas competencias tanto en estudiantes como en docentes.

Según registros de algunas compañías telefónicas en el país, el uso de datos (internet) se duplicó durante la pandemia por las muchas necesidades que surgieron (clases virtuales, teletrabajo, ocio, entre otras). Este incremento se mantuvo heterogéneo, ya que el 75% de las conexiones a internet continuaron concentrándose en el eje central de Bolivia (La Paz, Cochabamba y Santa Cruz)<sup>6</sup>, particularmente en ciudades capitales. La calidad de la conectividad tampoco alcanzó niveles óptimos, ya que en junio/2021 se evidenció que Bolivia tenía uno de los servicios más lentos de la región<sup>7</sup> (7,36 Mbps *versus* 13,02 Mbps). Asimismo, entre 2020 y 2021, se registró un incremento importante en el uso de teléfonos móviles para el tráfico web, constituyéndose en el dispositivo de mayor uso entre la población para la conectividad (62,6%), con relación a tabletas (1,5%), y computadoras portátiles o de escritorio (35,9%), instrumentos que son los más adecuados para una actividad laboral o académica<sup>8</sup>.

El acceso oportuno y la calidad de la conexión a internet fue aún más limitada en los municipios rurales y de tamaño mediano, que según la Fundación Internet Bolivia está asociado a: (i) infraestructura necesaria no instalada y empresas de telefonía móvil que no operan en todos los municipios; y (ii) dispositivos de conexión no disponibles, pues no todas las familias cuentan con computadoras, tabletas o celulares de gama alta, que permitan navegar en Internet. Las personas que están en las capitales de los municipios acceden a un mejor Internet que quienes se encuentran en las comunidades rurales, debido a la existencia de infraestructura de cableado, mientras que, en los lugares más alejados, sólo existe internet móvil, que es más caro, y de mayor latencia.<sup>9</sup>

El proyecto Formación Técnica Profesional jugó un rol importante para apoyar a los centros de formación de su cobertura a adaptarse y enfrentar los desafíos identificados anteriormente. Este apoyo fue particularmente relevante para aquellos centros ubicados en ciudades intermedias y rurales (más del 50%), donde se enfrentaban mayores desafíos. A partir de la implementación de un **Plan de Contingencia** (agosto/2020), se logró: la mejora de espacios y dotación de equipos para la producción audiovisual/virtualización del proceso educativo, el fortalecimiento de capacidades docentes en la gestión de aulas virtuales y la elaboración de recursos interactivos, y la dotación de simuladores para carreras industriales.

Si bien los centros fueron fortalecidos para responder a una nueva realidad, se evidenciaron ciertas dificultades de adaptación por parte de la población destinataria del proyecto. Un levantamiento rápido de información realizado a fines de 2020, en coordinación con el ME, indicaba un incremento importante de los índices de abandono de estudiantes de ITT. Aunque ese estudio no profundizaba en las causas, se identificaron entre los principales factores “la reducción de los ingresos monetarios de las familias, el comportamiento preventivo de las

---

<sup>6</sup> Instituto Nacional de Estadística, Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes – ATT

<sup>7</sup> Ranking elaborado por el portal internacional cable.co.uk

<sup>8</sup> Informe We Are Social y Hootsuite

<sup>9</sup> Latencia es el tiempo que tarda en transmitirse un paquete de datos dentro de la red. Es decir, es el tiempo exacto que pasa desde que un dispositivo hizo una solicitud al servidor y el tiempo que se tarda en recibir una respuesta desde el servidor.

personas que perciben un riesgo al momento de asistir a los centros, la falta de recursos para el acceso a la formación virtual y un aumento en las labores domésticas que afectan principalmente a las mujeres, sobre todo, en los periodos de cuarentena”<sup>10</sup>.

En ese contexto, y como consecuencia de una pandemia aún latente, el proyecto Formación Técnica Profesional determinó la implementación de **Acciones Adicionales para enfrentar el COVID 19**, en un periodo de casi 4 meses comprendidos entre agosto y diciembre de 2021, que comprendía entre sus componentes la entrega de un incentivo a la permanencia como “un mecanismo de protección de un subconjunto de la población ante los riesgos que implicaba la pandemia, pero también como un mecanismo que los 40 Institutos de cobertura del proyecto podrían disponer para complementar su oferta educativa y así reducir el abandono”<sup>11</sup>.

Gráfico 2: Línea de Tiempo para la definición de Acciones Adicionales.



Fuente: Elaboración propia, abril 2022.

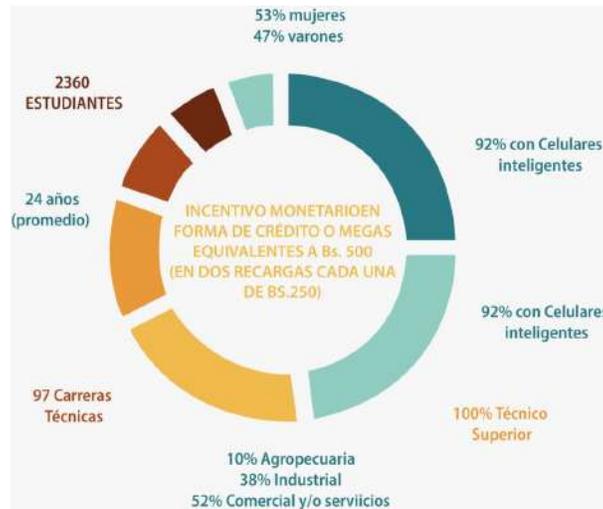
#### 4.1. Los destinatarios del incentivo

La población destinataria del incentivo a la permanencia estuvo constituida por estudiantes de último año (régimen anualizado) y último semestre (régimen semestralizado) de carreras técnicas de formación apoyadas por el proyecto Formación Técnica Profesional en los 40 ITT de su cobertura, es decir estudiantes que egresaban en diciembre de 2021. De acuerdo con la información provista por las entidades coejecutoras, el número de destinatarios alcanzó un número total de 2.360 estudiantes de 97 carreras en las coberturas de FAUTAPO (1.217) y CEMSE-CEE (1.143). Información disponible en el Sistema de Monitoreo y Evaluación del Proyecto que, permite aproximarse a las principales características sociales y académicas de los destinatarios (refiérase al Cuadro 3 para mayor detalle), entre las que destacan:

<sup>10</sup> Consorcio Swisscontact FAUTAPO (2021)

<sup>11</sup> Ibid 6

Gráfico 3 Caracterización de los destinatarios



Fuente: Elaboración Propia, 2022

De acuerdo a la encuesta relevada por AICED S.R.L, se identifica que los estudiantes tanto de áreas rurales como urbanas cuentan en un 92%, con teléfonos celulares “inteligentes” para la conexión a internet que les permite pasar clases virtuales, subir sus trabajos a las plataformas, filmar y sacar fotografías de sus trabajos. Una cantidad menor de estudiantes, el 8% posee otros dispositivos, principalmente computadoras. Las plataformas que más utilizan para pasar clases virtuales son Zoom y Meet.

#### 4.2. Principales actores del incentivo

Se distinguen 7 actores/ entidades que cumplieron un rol antes y durante la entrega del incentivo a la permanencia, que se detalla a continuación:

Cuadro 3: Actores principales de la experiencia de transferencia de incentivo

| Actor/ entidad  | Rol  |
|---|--|
| <b>DGESTTLA, Ministerio de Educación (ME)</b>                 | Brindar, como ente rector, el visto bueno para la operativización del incentivo, dado que las acciones adicionales se desarrollaron en 40 ITT del sistema público.   |
| <b>Cooperación Suiza en Bolivia (COSUDE)</b>                  | Gestión de recursos adicionales para el proyecto, no previsto originalmente, que permitieran el diseño e implementación de acciones en respuesta a la crisis generada por el COVID 19.   |
| <b>Consortio Swisscontact FAUTAPO - Dirección de Proyecto</b> | Analizar diferentes opciones, y definir lineamientos para viabilizar de manera óptima y pertinente las acciones adicionales, considerando factores clave como tiempo límite de ejecución, capacidad operativa, y otros aspectos de contexto. |
|   | Diseñar la propuesta de manera participativa con entidades coejecutoras, y con base a otras experiencias regionales.<br>Realizar el seguimiento y monitoreo de las acciones desarrolladas y logros alcanzados.                               |
| <b>Entidades coejecutoras FAUTAPO y CEMSE-CEE</b>             | Participación en el diseño de la propuesta.<br>Puesta en marcha, en coordinación con ITT, de la experiencia de una manera ágil, efectiva y eficiente, en el tiempo establecido y de acuerdo con las metas definidas.                         |
| <b>Institutos Técnicos Tecnológicos</b>                       | Rectores y docentes: socializar, supervisar y coordinar la implementación del incentivo con sus estudiantes; además de brindar información adicional y permanente a los estudiantes sobre las características y alcance del incentivo.       |
| <b>Empresas telefónicas</b>                                   | ENTEL, TIGO y VIVA: brindar el servicio de recarga telefónica o de megas según los acuerdos establecidos con las entidades coejecutoras, además de corroborar la validez de listas de teléfonos y apoyar en el seguimiento de las recargas.  |

Fuente: Elaboración propia, abril 2022

## 5. RECUPERACIÓN DEL PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN DE INCENTIVO

La recuperación del proceso vivido en la implementación del incentivo permitió ordenar, analizar y clasificar toda la información, hacer una interpretación de todo lo que sucedió durante la experiencia. Esta sección se centra en la reconstrucción de la experiencia siguiendo los ejes de la sistematización.

### 5.1. Selección de la modalidad del incentivo

El diseño del incentivo a la permanencia, en el marco de las “Acciones Adicionales para Enfrentar el COVID 19”, se realizó entre abril y junio de 2021, con la participación de la Dirección del Proyecto y las entidades coejecutoras, considerando los lineamientos establecidos por la Cooperación Suiza y el Consorcio Swisscontact FAUTAPO. A partir de diferentes talleres y reuniones de intercambio, se definieron los siguientes aspectos generales para la entrega del incentivo<sup>12</sup>:

Gráfico 4 Selección de la modalidad del incentivo.



Fuente: Elaboración propia, abril 2022.

1. Para iniciar el proceso de transferencia, se requería el visto bueno de la DGESTTLA del ME, así como la firma de una adenda entre el Consorcio Swisscontact FAUTAPO y la Cooperación Suiza para asegurar e iniciar su implementación.
2. El periodo de implementación sería de 6 meses, con un arranque a inicios de julio.
3. El incentivo sería de carácter universal, sería entregado a todos los estudiantes de últimos cursos de carreras apoyadas por el proyecto en 40 ITT.
4. El incentivo sería no monetario por un valor de Bs.500 (aproximadamente 67 CHF) monto que fue definido considerando costos de una canasta básica, así como la experiencia de las entidades coejecutoras en el uso de megas para una formación virtual.

El arranque de las Acciones Adicionales se concretizó a fines de septiembre/2021 debido a que la aprobación verbal de la DGESTTLA para impulsar esta iniciativa - lograda a partir de una gestión asertiva por parte de la Dirección de proyecto - se vio afectada por el cambio de autoridades de esa Dirección. Esto significó retomar un proceso de socialización y concertación con el ME, en la primera quincena de septiembre.

<sup>12</sup> Extractado de Consorcio Swisscontact FAUTAPO (2021) y entrevistas a jefes y dirección de proyecto.

Por otro lado, la firma de la adenda al convenio entre el Consorcio y COSUDE se materializó recién a mediados de agosto siguiendo los procesos de ajuste como de administración requeridos. Esta situación dio la posibilidad a las entidades coejecutoras de iniciar, en ese tiempo, coordinaciones en territorio, a partir de un taller de arranque donde se establecieron los lineamientos y prioridades operativas.

El periodo efectivo para la implementación del incentivo fue de dos meses y medio, tomando en cuenta que el periodo lectivo concluía a mediados de diciembre/2021. Finalmente, el incentivo no monetario, por un valor de Bs.500, manteniendo su carácter universal, fue transferido mediante cargas virtuales a los celulares de estudiantes en dos momentos: Bs.250 en octubre y Bs.250 en noviembre.

Algunos actores involucrados en el diseño conceptual de esta iniciativa expresaron que esta modalidad no monetaria permitió cumplir con las transferencias en un corto plazo y respondió a los riesgos políticos y diplomáticos que conllevaba impulsar un incentivo monetario ante exigencias de movimientos sociales de El Alto que empezaron a circular en medios de comunicación, respecto a un bono humanitario para toda la población boliviana, con recursos de origen suizo.<sup>13</sup>

Si bien el estímulo no monetario fue un elemento clave para operativizar el incentivo en un corto plazo, se identifican diferentes perspectivas sobre su efectividad de acuerdo a cada uno de los actores. En la encuesta aplicada, un 50% de los estudiantes considera que un incentivo en efectivo es una forma más efectiva de incentivar su permanencia en el proceso de formación mientras que un 30% considera que no había mejor opción que los megas para asegurar la conclusión de clases y un 20% sugiere que un incentivo en especie (insumos para laboratorios, materiales, alimentación o material de escritorio) podría haber dado mejor respuesta a sus necesidades. En los grupos focales, afirman que una modalidad monetaria les permitiría administrar mejor la compra de megas o destinar para otras necesidades como ser pasajes, compra de celulares con capacidad para pasar las clases virtuales u otros.

*“...de haber recibido un incentivo en efectivo lo habrían gastado en otras necesidades y no necesariamente en la compra de megas”. Estudiante de ITT de último año - Grupos focales*

Por su parte las entidades coejecutoras coinciden en señalar que un incentivo monetario habría complicado el proceso de transferencia y que si los estudiantes hubieran recibido un incentivo en efectivo habrían priorizado otros gastos antes que su conexión a internet. Los docentes y rectores señalan que también podría funcionar otro tipo de incentivos como becas, ferias, pasantías o incentivos “en especie” (uniformes, herramientas menores, insumos de bioseguridad, alimentos, materiales, etc.).

Con relación al carácter universal del incentivo, se identifican también diferentes posiciones que surgieron de acuerdo con información proporcionada por rectores y docentes. El hecho de que el incentivo se haya enfocado en estudiantes del último curso de las carreras semestrales y anuales priorizadas de los ITT, generó algunos reclamos por parte de estudiantes de otros cursos (primer y segundo año en las carreras anuales, o primer a quinto semestre en las carreras semestrales) así como de otras carreras no apoyadas por el proyecto. Esta situación exigió a rectores y docentes profundizar en la socialización de la información a los/as estudiantes sobre el alcance y fundamentos del incentivo.

En las entrevistas, se sugiere extender el incentivo al plantel docente ya que durante la cuarentena estuvieron en contacto casi permanentemente con los estudiantes incurriendo en gastos relacionados con megas y crédito; sin embargo las entidades coejecutoras señalan que se puede subsanar esta necesidad con la continuación del pago

<sup>13</sup>[https://unitel.bo/la-paz/organizaciones-sociales-de-el-alto-exigen-un-bono-humanitario-de-us-300-mensuales-por-cinco-anos\\_156614#:~:text=El%20sector%20pide%20un%20monto,beneficiar%C3%ADa%20a%20todos%20los%20bolivianos.](https://unitel.bo/la-paz/organizaciones-sociales-de-el-alto-exigen-un-bono-humanitario-de-us-300-mensuales-por-cinco-anos_156614#:~:text=El%20sector%20pide%20un%20monto,beneficiar%C3%ADa%20a%20todos%20los%20bolivianos.)

de las plataformas (Moodle y Zoom, por ejemplo) y del internet en los Institutos así como del asesoramiento técnico para que el ancho de banda alcance para todo el conjunto de estudiantes.

Finalmente, en lo que respecta la pertinencia del incentivo, rectores y docentes manifiestan que éste fue de gran

*“Ha llegado tarde, imagino que, por los trámites del principio, pero, aunque llegó tarde, colaboró con los estudiantes” Docente, ITSA Riberalta.*

*“También hubiese sido bueno fraccionar la recarga. Fueron suficientes los Bs.500 pero hubiese sido mejor Bs.100 por mes y con doble carga hubiesen sido Bs.200 por mes. Estos megas no siempre son para pasar clases sino también para buscar e investigar para las tareas”. Docente, ITT Nuevo Amanecer.*

utilidad para los/as estudiantes, pero llegó “tarde”. Por su parte los/as estudiantes, en su mayoría consideran que “hubiera sido más útil” recibir la transferencia desde el inicio del segundo semestre/2021 o a partir del mes de julio en el caso de las carreras anuales, manifestando “que llegó justo a tiempo” para la presentación de sus trabajos y proyectos de fin de carrera en los cuales se requiere, a decir de los destinatarios, “mucho investigación”. Para los rectores y docentes habría sido mejor dosificar y

fraccionar el monto transferido y coordinarlo para que llegue de acuerdo a los momentos de mayor requerimiento según el calendario académico. Es decir, que los estudiantes tuviesen la disponibilidad en los momentos previos a entrega de trabajos o exámenes y desde el inicio del semestre/año.

El incentivo no monetario en forma de megas liberó a los estudiantes de un gasto que hubieran tenido que hacer de una u otra forma y les permitió cumplir con sus obligaciones como parte de la carrera así como al interior de sus familias.

*Cuadro 4: RDA Eje 1. Selección de la modalidad del incentivo.*

|   |  |
|---|--|
| <b>¿Qué debió haber sucedido?</b>           | <i>Entrega de un incentivo a la permanencia no monetario por un monto de Bs.500 y con carácter universal para estudiantes de últimos cursos de carreras apoyadas en 40 ITT, en un periodo de 6 meses comprendido entre julio y diciembre de 2021, bajo el visto bueno de la DGESTTLA y según procesos administrativos requeridos por la Cooperación Suiza para el Desarrollo en Bolivia.</i>   |
| <b>¿Qué sucedió realmente?</b>              | <i>Entrega de un incentivo a la permanencia en una única modalidad no monetaria, mediante la transferencia de megas equivalentes a Bs.500, en dos momentos, y de carácter universal para estudiantes de últimos cursos de las carreras apoyadas por el Proyecto en 40 ITT, en un periodo de dos meses y medio, bajo visto bueno de la DGESTTLA y según procesos administrativos requeridos por la Cooperación Suiza para el Desarrollo en Bolivia.</i>   |
| <b>¿Por qué se presentaron diferencias?</b> | <i>Porque hubo menos tiempo para realizar las transferencias del incentivo debido a: Los procesos administrativos requieren tiempos para la formalización de acuerdos (firma de adendas). El cambio de autoridades en la DGESTTLA requirió retomar procesos de sociabilización de la iniciativa, con el consecuente retrasos en el inicio de la transferencia</i>  |
| <b>¿Qué se aprendió?</b>                    | <i>Considerar los tiempos efectivos de los procesos administrativos requeridos según experiencias ya desarrolladas, que permitan la definición de tiempos de operativización más reales, como la implementación de modalidades acorde a necesidades identificadas. Identificar mecanismos de formalización de acuerdos establecidos con el ME, de tal manera que los cambios de autoridad no afecten la operativización de la iniciativa. Definir acciones con márgenes de flexibilidad que permitan adaptarse inmediatamente a factores internos como externos (de contexto). Factores de contexto externos al proyecto requieren una lectura y análisis sobre la pertinencia y los riesgos que conlleva impulsar una determinada iniciativa.</i> |

Fuente: Elaboración propia, abril 2022.

## 5.2. Recolección de datos de referencia de destinatarios

En el diseño de la propuesta, se estableció como meta beneficiar con el incentivo a la permanencia a un total de 3.050 estudiantes de últimos cursos de 97 carreras apoyadas en los 40 ITT de coberturas de FAUTAPO (1.407) y CEMSE-CEE (1.643). Esta meta fue definida en función a un levantamiento rápido de información realizada por las entidades coejecutoras en coordinación con rectores de ITT. Una vez aprobado el arranque de esta iniciativa, las entidades coejecutoras fueron identificadas como responsables para recabar información detallada del número de destinatarios, en una estrecha coordinación con los institutos.

En esa dirección, FAUTAPO y CEMSE-CEE iniciaron el procedimiento de recolección de datos de referencia de estudiantes. Ambas entidades siguieron un proceso en cascada (gráfico 4). A partir de los lineamientos establecidos en el taller de arranque, las entidades realizaron talleres de organización con sus equipos técnicos regionales o de zona, quienes posteriormente estuvieron (en ciertos casos con el apoyo de sus oficinas centrales) a cargo de impulsar reuniones de socialización y sensibilización con rectores y docentes de los ITT sobre el objetivo, alcance y requisitos para implementar el incentivo a la permanencia. La recolección de datos se realizó con el apoyo importante de rectores y docentes con base a un formato preestablecido que requería el nombre completo, número de línea telefónica móvil (vigente) y operadora telefónica a la que pertenecía.

*Gráfico 5 Proceso de recolección de datos de referencia de estudiantes.*



Fuente: Elaboración propia abril, 2022.

Ambas coejecutoras manifestaron enfrentar dificultades para la obtención de las listas, con mayor incidencia en el caso de CEMSE-CEE, entre las que destacan: (i) estudiantes que no quisieron proporcionar sus datos, (ii) estudiantes con 2 números de teléfono; (iii) cambios constantes en el número de celular, en ciertos casos acompañadas de cambio de empresas de telefonía móvil, y (iv) demora de los centros en la entrega de las listas. Los aspectos expuestos pueden constituir factores por los que la obtención de datos varió en la cobertura de cada entidad; en el caso de FAUTAPO se logró recopilar toda la información necesaria en una semana, mientras que en el caso de CEMSE-CEE se efectivizó en tres semanas. En todo caso, ambas entidades y sus equipos técnicos requirieron redoblar esfuerzos para realizar el seguimiento a este proceso y obtener listas consistentes con líneas telefónicas vigentes.

A pesar de las dificultades enfrentadas, los/as estudiantes encuestados/as, tanto en el área urbana como rural, indicaron que el proceso de recolección de datos, para la recarga de megas, fue desarrollado de manera clara y organizada. Ante la misma pregunta en los grupos focales y en las entrevistas, los estudiantes y los docentes corroboran que no tuvieron mayores problemas en este tema.

A partir de este proceso se logró recolectar información de 2.360 estudiantes, que constituyó el número final de destinatarios del incentivo a la permanencia (77% de la meta prevista). A partir de las entrevistas con equipos de entidades coejecutoras, rectores y docentes, es posible identificar tres factores principales que explicarían la diferencia entre la meta y el logro efectivo: (i) la recolección rápida de información para la definición de metas en abril/2021, se basó en listas no depuradas por ITT, que incluyeron estudiantes que abandonaron la carrera antes del segundo trimestre; (ii) la ausencia de líneas telefónicas móviles activas de ciertos estudiantes, a pesar de estar en las listas de últimos cursos; y (iii) el abandono de estudiantes en el primer semestre de 2021, luego del descanso pedagógico entre junio y julio. No se cuenta con mayor información para conocer el peso de cada uno de estos factores en la diferencia con la meta.

*Cuadro 5: RDA Eje 2. Recolección de datos de referencia de destinatarios*

|   |  |
|---|--|
| <i>¿Qué debió haber sucedido?</i>           | <i>Recolección, en coordinación estrecha con 40 ITT, de listas actualizadas de 3.050 estudiantes de últimos cursos de 97 carreras apoyadas, que constituye el número de destinatarios planificado para la entrega del incentivo a la permanencia.</i>  |
| <i>¿Qué sucedió realmente?</i>              | <i>Listas recolectadas a partir de un proceso en cascada impulsado por las entidades coejecutoras, que contó con el apoyo de rectores y docentes de los 40 ITT, que permitió obtener información de 2.360 estudiantes, constituyéndose en el número final de destinatarios del incentivo.</i>  |
| <i>¿Por qué se presentaron diferencias?</i> | <i>Definición de metas basada en listas preliminares.<br/>Estudiantes con líneas telefónicas móviles no vigentes.<br/>Abandono de estudiantes en su paso del primer al segundo semestre.</i>   |
| <i>¿Qué se aprendió?</i>                    | <i>La experiencia de trabajo en campo y la disponibilidad de equipos de trabajo descentralizados de entidades coejecutoras permiten una ágil y óptima organización de procesos para cumplir con requerimientos oportunamente.<br/>La coordinación con entidades beneficiarias del proyecto (ITT) puede acelerar los procesos o bien demorarlos, aspecto que debe ser considerada en el tiempo previsto de implementación.<br/>Analizar con los ITT mecanismos para mantener actualizadas las líneas telefónicas móviles de los estudiantes puede ser de utilidad para un seguimiento a egresados/as.</i> |

Fuente: Elaboración propia, abril 2022

### 5.3. Negociación y beneficios obtenidos con empresas de telefonía móvil

El incentivo no monetario en forma de megas requería un trabajo coordinado con las empresas telefónicas. Se definió que “la coordinación con las empresas telefónicas a nivel local permitiría aprovechar las oportunidades que éstas brindan de manera recurrente (el caso de las “dobles cargas”) y otras que podrían derivarse del volumen de compra el cual habilitaría opciones para acceder, por ejemplo, a aparatos electrónicos que mejoren la oferta de los Institutos”.<sup>14</sup>

Las entidades coejecutoras realizaron gestiones con las empresas telefónicas ENTEL, TIGO y VIVA, considerando la cobertura de éstas dentro de la población a beneficiarse con el incentivo, según las listas recopiladas en el proceso en cascada. Las entidades coejecutoras corroboraron el alcance de las empresas telefónicas móviles tanto en ciudades grandes, intermedias, pequeñas y en el área rural.

Cada entidad coejecutora realizó negociaciones para su área de cobertura, considerando criterios de cobertura en la región respectiva como número de usuarios, con el objetivo de sacar el mayor beneficio posible. Las entidades lograron distintos acuerdos y ciertos beneficios diferenciados con las 3 empresas telefónicas ENTEL, TIGO y VIVA, como se presenta en el siguiente cuadro.

<sup>14</sup> Ibid 11

*Cuadro 6: Beneficios obtenidos fruto de las negociaciones con las empresas telefónicas*

| entel |  | FAUTAPO   | CEMSE-CEE   |
|-------|--|---|---|
|       |  | Recarga en forma de crédito<br>60 mil megas                                       | Recarga en megas<br>50 mil megas  |
|       |  | Paquete para plataformas,<br>para investigar, teleducación,<br>para navegar, etc. | Paquete para plataformas,<br>para investigar, teleducación,<br>para navegar, etc. |
|       |  | Doble carga   | No doble carga  |
|       |  | 2 meses de vigencia   | 1 año de vigencia   |

| FAUTAPO                                     | CEMSE-CEE                                   | tigo |  |
|---|---|------|--|
| Recarga en forma de crédito<br>80 mil megas | Recarga en forma de crédito<br>32 mil megas |      |  |
| Paquetigos de distintos montos              | Paquetigos de distintos montos              |      |  |
| Doble carga                                 | Doble carga                                 |      |  |
| 2 meses de vigencia                         | 1 mes de vigencia                           |      |  |

| viva |  | FAUTAPO                                     | CEMSE-CEE   |
|------|--|---|---|
|      |  | Recarga en forma de crédito<br>30 mil megas | Recarga en forma de megas<br>46 mil megas                                   |
|      |  | Paquetes diarios ilimitados                 | Navegación ilimitada<br>usando todas las aplicaciones<br>a máxima velocidad |
|      |  | Doble carga                                 | No doble carga  |
|      |  | vigencia permanente                         | 3 meses de vigencia   |

Fuente: Elaboración propia, abril 2022.

El coejecutor FAUTAPO ya tenía una experiencia anterior en la que contactó con el área comercial de las empresas telefónicas por lo cual pudo encarar un proceso de negociación y concertación rápido y sencillo. FAUTAPO logró que las tres empresas telefónicas brinden el mismo beneficio de “doble carga” a todos los estudiantes teniendo como única diferencia, las promociones y condiciones específicas de cada una de ellas.<sup>15</sup> El tiempo restringido para la implementación del incentivo, limitó sus posibilidades para realizar mayores negociaciones.

Por su parte CEMSE-CEE también realizó las negociaciones con el área comercial de las empresas telefónicas, exceptuando la empresa telefónica TIGO, logrando diferentes acuerdos:

- Con la empresa ENTEL se estableció contacto con el área comercial y se acordó realizar una “oferta a la medida” de los requerimientos de CEMSE-CEE, lo que significó adaptar su oferta a una venta de volúmenes de datos independientemente de la cantidad de usuarios, brindando a los estudiantes ofertas de paquetes ilimitados de teleducación y también paquetes de volumen y crédito. ENTEL transfirió megas acumulables por tres meses.

<sup>15</sup> La doble carga es un beneficio que otorgan las empresas telefónicas una vez al mes). La condición para acceder a este beneficio es que cada usuario debe programar y activar desde su móvil la doble carga y ese mismo día realizar la compra y recarga, caso contrario pierde el beneficio.

- Con la empresa VIVA la negociación también se realizó con el área comercial, logrando obtener 46 mil megas con vigencia extendida de tres meses en cada recarga y navegación ilimitada para acceder a plataformas, redes sociales y teleeducación las 24 horas del día y los 7 días de la semana.
- Con la empresa TIGO, CEMSE-CEE identificó que la negociación idealmente debería realizarse con el área de patrocinio de la empresa para lograr mayores beneficios, enviaron su solicitud por escrito; sin embargo, la coordinación con esta área requería varios trámites que superaban al tiempo de implementación. Por tanto, el contacto fue directo con la Jefa de Agencia quien no colaboró en el proceso de transferencia. La entidad coejecutora realizó el abono del incentivo a los estudiantes directamente, para que luego ellos se compraran los “paquetigos” con vigencia de un mes, sin ningún otro beneficio.

*Cuadro 7: RDA Eje 3 Negociación y beneficios obtenidos con empresas de telefonía móvil*

|   |   |
|---|---|
| <b>¿Qué debió haber sucedido?</b>           | <i>Optimización de las negociaciones con empresas telefónicas para obtener las mejores ventajas por la compra de megas, en cuanto a cantidad y vigencia, además de otros beneficios derivados por el volumen de compra.</i>   |
| <b>¿Qué sucedió realmente?</b>              | <i>Negociaciones realizadas por área de cobertura que permitieron obtener beneficios con ciertas diferencias, como dobles recargas o ampliación en la vigencia de megas. Se lograron beneficios adicionales con las telefónicas (segimiento y monitoreo de las recargas por medio de mensajería de texto, grupos de Whatsapp e incluso llamadas telefónicas, excepto con TIGO en el área de cobertura de CEMSE-CEE)</i> |
| <b>¿Por qué se presentaron diferencias?</b> | <i>FAUTAPO ya tenía relación previa con las empresas telefónicas por tanto el trato fue rápido y directo mientras que CEMSE-CEE inició su proceso de negociación con éstas. Las entidades sólo disponían de dos meses y medio para desarrollar toda la implementación del incentivo a la permanencia.</i>   |
| <b>¿Qué se aprendió?</b>                    | <i>Las negociaciones requieren más tiempo para lograr mejores ventajas de las empresas telefónicas. Par lograr mayores beneficios, y con disponibilidad de un mayor tiempo, se podrían identificar mecanismos para realizar negociaciones en bloque, como un proyecto en su conjunto y apelar a las instancias de Responsabilidad Social Empresarial.</i>   |

Fuente: Elaboración propia, abril 2022.

#### **5.4. Proceso de transferencia del incentivo**

Se definió que el proceso de transferencia del incentivo se realizaría en dos etapas, con Bs.250 en cada una de ellas, haciendo un total de Bs.500 La entrega de los beneficios sería coordinada y monitoreada de manera permanente con las autoridades de los ITT.

Para hacer efectiva la transferencia del incentivo, las entidades coejecutoras entregaron las listas finales con los datos de los estudiantes a las empresas telefónicas. Éstas realizaron una nueva depuración de datos, realizando llamadas a las líneas telefónicas que aparecían como “no activas” y que en realidad eran líneas que los estudiantes habían dejado de utilizar. Asimismo, las empresas de telefonía móvil estuvieron a cargo de realizar acciones de comunicación entre los estudiantes para que activen sus beneficios (caso doble recarga) o bien para que tengan conocimiento de la transferencia. Solo en el caso de la empresa TIGO para el área de cobertura de CEMSE-CEE, no se contó con su apoyo para la depuración de datos ni para la transferencia, que finalmente quedó a cargo de la misma entidad coejecutora. Las estrategias de comunicación empleadas por cada empresa se presentan en el siguiente cuadro.

*Cuadro 8: Estrategia de comunicación para la transferencia del incentivo, implementada por las empresas telefónicas*

| Operadora telefónica | FAUTAPO   | CEMSE-CEE   |
|----------------------|---|---|
| ENTEL                | Grupos de WhatsApp y mensajes SMS. para indicar a los estudiantes que activen su día de doble carga.  | Grupos WhatsApp y mensajes SMS indicando la efectivización del beneficio.                             |
| TIGO                 | WhatsApp y mensajes SMS   | Ninguno   |
| VIVA                 | La responsable de VIVA llamó uno por uno para habilitar la doble carga. También hubo comunicación por grupos de WhatsApp y mensajes SMS, permanentemente. | La responsable de VIVA hizo un seguimiento permanente en grupos de WhatsApp, mediante SMS y llamadas. |

Fuente: Elaboración propia, abril 2022.

Si bien el beneficio es palpable, algunos estudiantes indican no haber logrado activar su “doble carga” por una mala comunicación de parte de las empresas telefónicas móviles, las cuales les avisaban para “activar” la doble carga, pero no llegaban a realizar la transferencia. De acuerdo con la forma cómo trabajan las empresas telefónicas, si una persona activa su doble carga y no realiza ninguna recarga en ese día, pierde la posibilidad de activar nuevamente en ese mes y debe esperar hasta el siguiente mes para activarla nuevamente. Por su parte, las telefónicas indican que llamaban a los estudiantes, de acuerdo con el ordenamiento que habían realizado por orden alfabético y si avisaban a un estudiante del grupo “A a F” y uno, fuera de ese grupo, se anoticiaba y creía que también le tocaría ese día a su grupo, activaba su “día de doble carga” y la perdía.

Aunque la transferencia como tal estuvo a cargo de las telefónicas, todas las acciones previas y posteriores como la comunicación, el seguimiento y el monitoreo, se trabajaron en equipo compuesto por rectores, docentes, coejecutores, estudiantes y empresas telefónicas. Se realizaron las dos recargas como estaba planificado, una en octubre de 2021 y la siguiente y última en noviembre de 2021. La suma total fue de Bs.500 (Bs.250 en cada recarga), que se tradujo en megas o crédito según los beneficios acordados con cada empresa. (Ver Cuadro 7).

El seguimiento y monitoreo fueron acciones claves en la transferencia no sólo utilizados para verificar, en una anterior etapa, la validez y vigencia de los números de celulares de los destinatarios sino también para comprobar que los estudiantes hubiesen recibido las dos recargas. Si bien este proceso estuvo a cargo de las entidades coejecutoras, también apoyaron los docentes y las empresas telefónicas, especialmente ENTEL y VIVA.

El seguimiento realizado por las telefónicas ENTEL y VIVA fue importante porque permitió a los coejecutores, saber qué líneas no estaban activas, cuáles requerían ponerse al día en sus pagos de consumo de telefonía móvil, antes de recibir las recargas y cuáles habían migrado de operadora telefónica. Las telefónicas abrieron grupos de WhatsApp con los cuales mantenían comunicación con los estudiantes y realizaban el envío de mensajes sin costo adicional: de apertura y recordatorios especialmente para el día de activación de la doble carga

Los docentes afirman que estuvieron en permanente contacto con los estudiantes, y en los grupos de WhatsApp creados para las clases virtuales, se mantenían informados con respecto a quienes habían recibido las recargas. Aunque en los hechos hubo una adecuada coordinación y se optimizó el incentivo con las “dobles cargas”, docentes y rectores afirman que ésta debe ser mejor planificada para que el beneficio llegue al 100% de los estudiantes. Por su parte las telefónicas indican que “estaban felices y agradecidos por haber recibido los megas”.

El factor inhibitor lo presenta la empresa telefónica TIGO que no colaboró de la forma esperada. Si bien FAUTAPO pudo trabajar eficientemente con el “distribuidor” autorizado, CEMSE-CEE no logró colaboración de parte de

TIGO. Entretanto, un factor de éxito fue la activación de la “doble carga” en la mayoría de las transferencias, que permitió doblar la cantidad de megas recibidos.

Cuadro 9: RDA Eje 4 Proceso de transferencia del incentivo

|                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| ¿Qué debió haber sucedido?           | La transferencia del incentivo a la permanencia debió realizarse en los meses de octubre (1ra. Recarga) y noviembre (2da. Recarga), transfiriendo Bs.250 en cada recarga. Los responsables de las recargas deberían ser las empresas telefónicas.  |
| ¿Qué sucedió realmente?              | La transferencia se realizó en los meses de octubre y noviembre con el monto indicado; sin embargo, en el caso de las líneas telefónicas pertenecientes a TIGO, en el caso de CEMSE-CEE, fue el propio coejecutor quien realizó las transferencias.  |
| ¿Por qué se presentaron diferencias? | La empresa telefónica TIGO no apoyó el proceso indicando que el área de comercialización no podía realizar este tipo de procesos y que el área encargada era el área de patrocinios.   |
| ¿Qué se aprendió?                    | Con mayor tiempo, se debe realizar un acercamiento al área de Patrocinios de las empresas de telefonía móvil, en especial de TIGO.<br>Se debe trabajar “en equipo” para lograr la mayor cantidad de transferencias, cumpliendo cronogramas previamente pactados.<br>Las empresas telefónicas, con excepción de TIGO, pueden apoyar en el seguimiento de las transferencias e incluso enviar mensajes motivadores o informativos a los destinatarios. |

Fuente: Elaboración propia, abril 2022.

5.5. Uso y destino del incentivo

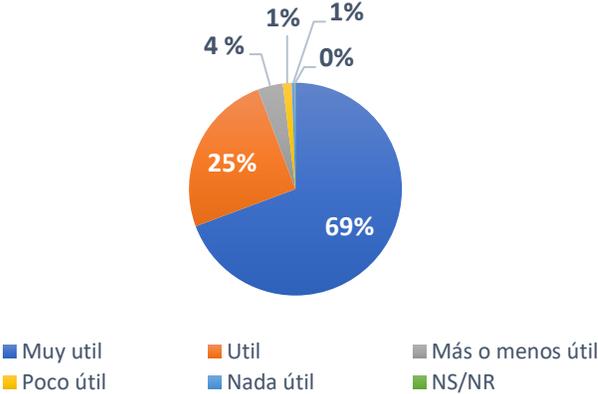
El uso del incentivo como forma para reducir el abandono, fue el principal objetivo de uno de los componentes de las Acciones Adicionales para enfrentar el COVID 19. Las encuestas y grupos focales dirigidos a los/as estudiantes beneficiarios/as, constituyen las principales fuentes de información para analizar si el incentivo contribuyó a los fines mencionados-

La información que se muestra ha sido organizada de tal manera que se pueda comprender la utilidad, influencia, suficiencia y oportunidad del incentivo. Complementariamente, se presentan datos sobre la conectividad y otros aspectos que pueden haber condicionado también la permanencia del estudiante en su proceso formativo.

5.5.1. Utilidad del incentivo

En cuanto a la pregunta ¿En qué medida fue útil el incentivo en forma de megas para continuar/concluir tus clases? Se encontró que el 94% de los estudiantes considera “muy útil” (69%) o “útil” (25%) . 4% considera que fue más o menos útil y los que consideran que fue poco útil o nada útil son el 1%.

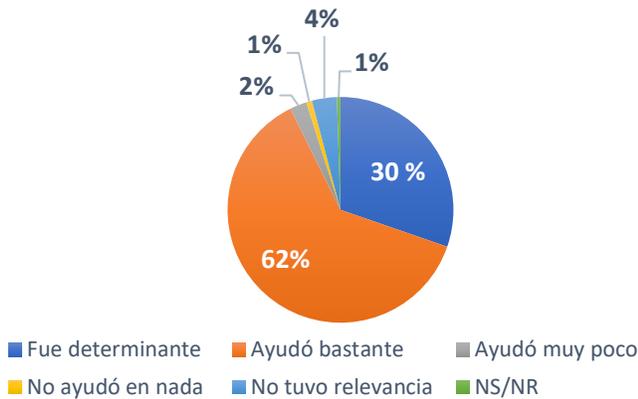
Gráfico 6 Utilidad del incentivo



Elaboración propia, abril 2022.

### 5.5.2. Influencia del incentivo en la permanencia

Gráfico 7 Influencia del Incentivo



Elaboración propia, abril 2022.

lectivo, éste al parecer no logró hacer frente a otro problema estructural latente en el sistema educativo plurinacional: la repetición.

De acuerdo con los registros del SME se identifica que, de un total de 2.360 destinatarios del incentivo, 2.174 logró cumplir con todos los requisitos para el egreso hasta diciembre/2021; esto significa una tasa de repitencia (repetición del curso) cercana al 8%. Son diversos los factores que influyen en la repitencia educativa, entre los que se identifican aspectos familiares y pedagógicos, así como características propias del estudiante; aspectos que podrían profundizarse para la formación técnica en particular, y que no forma parte del alcance de esta sistematización.

### 5.5.3. Suficiencia del incentivo

De acuerdo con los resultados de la encuesta, un 68% de los estudiantes considera que el incentivo fue suficiente para pasar clases, mandar trabajos e investigar, mientras que un 28% considera que fue más o menos suficiente; un 4% lo considera insuficiente y un 1%, no sabe, no responde.

Según apreciaciones de algunos docentes y las coejecutoras, y de las empresas telefónicas, el monto de Bs.500 equivalentes a entre 30 mil y 80 mil megas, constituía una cantidad por demás suficiente porque, combinada con las ofertas de cada empresa telefónica y las “dobles cargas”, alcanzaba para pasar clases mediante plataformas, investigar, enviar videos, compartir megas, etc. En el intercambio con los estudiantes en los grupos focales, en muchos casos, los megas recibidos no sólo sirvieron para uso del destinatario sino para el resto de la familia, hermanos menores y niños que también pasaban clases virtuales, investigar, así como para temas personales y el uso de redes sociales.

### 5.5.4. Uso del incentivo

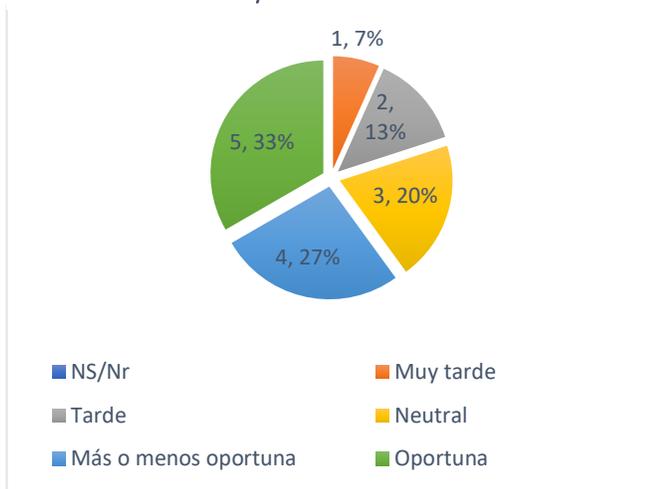
Un alto porcentaje de hombres (86%) y mujeres (97%), afirman que usaron en su totalidad o la mayor parte de la carga en las clases virtuales. Los estudiantes del área rural aprovecharon en mayor medida la carga de megas, especialmente los ubicados en los llanos donde el 87% indica que utilizaron en su totalidad o la mayor parte los megas. A los estudiantes varones (7%) y mujeres (9%) que indicaron que utilizaron al menos la mitad, muy poco (varones 4% y mujeres 3% o casi nada (varones 3% y mujeres 1%), se les pidió identificar la razón, indicando que el incentivo llegó muy tarde, cuando las clases ya estaban terminando. Este tema también fue tratado en los grupos focales coincidiendo con la afirmación anterior, el incentivo sirvió a los estudiantes de últimos cursos porque éstos debían realizar bastantes investigaciones, enviar trabajos y elaborar sus proyectos finales. En los grupos focales los estudiantes indicaron que fue muy útil añadiendo que:

Acerca de cómo influyó el incentivo, en forma de megas, para continuar/concluir las clases, se consideró un rango de calificación, donde el 30% de estudiantes opina que el beneficio fue “determinante” para su permanencia, seguido de un 62% de estudiantes que considera que el beneficio le “ayudó bastante”, interpretando a partir de ambas categorías como que, sin este apoyo, no habrían podido continuar/concluir sus procesos de formación. Un 4% considera que no tuvo relevancia; el 2% afirma que ayudó muy poco y el 1% cree no ayudó en nada.

Sin embargo, si bien las encuestas y grupos focales con estudiantes señalan que el incentivo a la permanencia contribuyó a su asistencia y culminación del año

*“Me ha beneficiado en gran manera especialmente para mi última materia: Taller de Grado, en la que sí o sí hay que investigar y no podía acceder a una biblioteca ni comprar un libro. Eso estaba lejos de mis posibilidades” (Estudiante ITT Brasil Bolivia).*

Gráfico 8 Oportunidad del incentivo



*“Nos ha servido mucho porque las clases realmente consumen muchos megas. He intentado comprar los paquetes de educación. Me ha servido mucho porque estaba en último curso y tenía que hacer mucha investigación” Estudiante ITT Brasil Bolivia.*

### 5.5.5. Oportunidad

Ante la pregunta de si la recarga de megas fue transferida oportunamente para asegurar su asistencia a las clases o para la entrega de tareas, se pidió que se calificara del 1 al 5, donde 1 significa “fue muy tarde o a destiempo” y 5 “fue justo a tiempo”; el 65% de los estudiantes señala que fue realizada “a tiempo” (respuestas en rango 4 y 5).

Un análisis por tamaño de ciudad, indica que el 50% de estudiantes ubicados en ciudades grandes considera que las transferencias fueron oportunas; mientras que en las ciudades intermedias éste alcanza al 36 % y en las ciudades chicas el 47%. Cerca del 16% de los estudiantes de ciudades grandes e intermedias califican la recarga como más o menos oportuna (3 en el rango de 1 a 5). Este mismo criterio es expresado por el 13% de las ciudades pequeñas.

*“Nos ha ayudado bastante porque se necesitaba investigar mucho, pero la verdad me hubiese gustado que el apoyo sea desde el inicio de clases” (Estudiante ITT Emborozú).*

En los grupos focales también se encuentra que la mayor parte de los estudiantes perciben que las transferencias fueron oportunas, y que les permitió cumplir con su calendario académico; sin embargo, algunos también sugieren que este tipo de incentivos se realice desde el principio del semestre o del año, de acuerdo con el calendario de cada carrera.

Por su parte los rectores y docentes, en las entrevistas realizadas, señalan que la transferencia debió realizarse con mayor anticipación, es decir a inicios del semestre/año y que deberían realizarse a principio de mes y no al final para aprovechar mejor los beneficios de cada telefónica.

### 5.5.6. Señal de internet

Los resultados también muestran que la señal de internet se convirtió en un problema para los estudiantes tanto en las ciudades pequeñas/rurales como en las ciudades intermedias y grandes. Si bien existe mejor cobertura en las ciudades grandes, la señal no es buena y “baja” en condiciones climáticas adversas. En las poblaciones pequeñas/rurales, en muchas de las cuales no existía, se subsanó

*“La señal es mala cuando no hay buen tiempo y uno, a veces, tiene que dejar las clases porque no se puede por la señal” (Estudiante ITT Silverio Rocha).*

*“La señal de TIGO y ENTEL se cortaba, sólo daban hasta cierta hora (Estudiante ITSA Riberalta)*

pasando clases semi presenciales debido a la flexibilidad de las cuarentena a diferencia de las ciudades grandes en las que las clases presenciales recién iniciaron plenamente en la gestión 2022, es decir después de la transferencia del incentivo. Los estudiantes califican,

desde su propia experiencia, la señal de internet como regular en un 52% y como buena en un 27%.

El incentivo contribuyó a la permanencia de los estudiantes de todas las carreras, tanto las de servicios, las técnicas y las tecnológicas ya que la pandemia afectó, sin discriminación de tipo de carrera o de género. Los estudiantes y docentes de carreras tecnológicas (que requieren mayor porcentaje de clases prácticas) se dieron modos para realizar clases prácticas pese a las restricciones y fuera del ITT. Lo mismo sucedió en las áreas rural y urbana. En el área rural se trabajó más con clases presenciales mientras que en las ciudades las clases eran, por completo virtuales.

*Cuadro 10: RDA Eje 5. Uso y destino del incentivo.*

|   |  |
|---|--|
| <b>¿Qué debió haber sucedido?</b>           | <i>El incentivo a la permanencia debió haber servido a los estudiantes de últimos cursos de las carreras apoyadas por el Proyecto de los 40 ITT, para pasar clases, investigar y enviar trabajos, de manera suficiente y oportuna, contribuyendo así a su permanencia.</i>   |
| <b>¿Qué sucedió realmente?</b>              | <i>El incentivo fue transferido en octubre y noviembre de 2021, un poco antes de terminar las clases; sin embargo, sirvió pues permitió la investigación y el envío de proyectos finales de carrera y otros trabajos. En algunos casos la mala señal de internet no permitió una buena conexión de los estudiantes a sus clases ni el aprovechamiento del incentivo perjudicando el normal desarrollo de las clases virtuales.</i> |
| <b>¿Por qué se presentaron diferencias?</b> | <i>Las empresas telefónicas, sin excepción, no tienen buena señal ni cobertura. La señal de ENTEL, aunque es la de mayor cobertura, oscila con condiciones climatológicas adversas. La mala señal de internet impidió, en muchos casos, el aprovechamiento del incentivo, especialmente en ciudades pequeñas/rurales.</i>  |
| <b>¿Qué se aprendió?</b>                    | <i>Pese a la mala señal de internet, en algunos lugares, el incentivo permitió a una gran mayoría, concluir sus procesos de formación, fue muy útil y útil, llegó “justo a tiempo” y permitió a los estudiantes pasar clases, enviar trabajos e investigar. La transferencia del incentivo debe iniciarse antes y, de preferencia, de manera coordinada con el calendario académico para optimizar su aprovechamiento.</i>         |

*Fuente: Elaboración propia, 2022.*

## **6. BUENAS PRÁCTICAS, LECCIONES APRENDIDAS Y FACTORES DE ÉXITO/ INHIBIDORES**

En Bolivia no existe una política pública de incentivo a la permanencia de estudiantes; la iniciativa de las acciones adicionales fue innovadora en su género, si bien tuvo un alcance limitado a algunas carreras e institutos en regiones de Bolivia, los resultados alcanzados y su contribución a la permanencia de la matrícula tiene potencial de ser replicado tanto a nivel nacional, regional o local por las instancias de Gobierno.

La decisión de implementar acciones adicionales, específicamente el incentivo no monetario a través de megas contribuyó a la permanencia de los estudiantes y por lo tanto a disminuir la deserción en los ITT. A pesar de la mala calidad de la señal de internet en Bolivia, la cantidad de megas transferida y el tiempo de las recargas fueron adecuadas y podrían ser aún más eficaces en una similar réplica si son dosificadas de acuerdo con el calendario académico, entregadas a principios de mes y coordinadas para que los estudiantes puedan potenciar el monto y la vigencia.

Esta iniciativa se une a otras similares realizadas en la región por entidades gubernamentales tales como ayudas financieras (transferencias directas a los ITT y reorientación de recursos financieros) y no financieras (recursos físicos, técnicos y pedagógicos en forma de orientación psicológica a los estudiantes). Destaca la iniciativa de Brasil que realizó compra de conectividad, materiales y equipos. Perú también adquirió paquetes de internet para estudiantes y docentes y Colombia inició la implementación de 250.000 accesos a internet fijo para igual número de familias. Por otro lado, las universidades realizaron considerables inversiones en equipos y materiales para ayudar a la conectividad y para la compra de equipos de computación.<sup>16</sup>

<sup>16</sup> Educación superior y COVID-19. Financiamiento para los estudiantes. BID, 2021

### 6.1. Buenas prácticas

- La modalidad del incentivo: no monetario (en forma de transferencia de megas), universal (a todos los estudiantes de últimos cursos de todas las carreras apoyadas, semestrales y anuales, de los ITT en las zonas de intervención, mediante las empresas telefónicas, que contribuyó directamente a reducir el abandono de los estudiantes.
- La coordinación con los rectores y docentes y con la mayoría de las telefónicas para depurar las listas de distribución, que permitió implementar el incentivo de forma rápida considerando que ya existía un retraso en el inicio del proceso.
- El proceso de comunicación mediante grupos de WhatsApp, mensajería móvil y llamadas telefónicas, que facilitó que los destinatarios accedieran a este beneficio de manera oportuna e informada.
- Los beneficios obtenidos de las negociaciones realizadas directamente por las entidades coejecutoras con las empresas telefónicas, que permitieron optimizar el monto del incentivo, en casi todos los casos.
- El monto del incentivo que fue por demás suficiente para cubrir las necesidades y continuar los procesos de formación de los estudiantes.
- La comunicación y coordinación de las instituciones involucradas, entidades coejecutoras, ITT, y el ME DGESTTLA en torno a un fin común.

### 6.2. Lecciones aprendidas

- Con un incentivo no monetario mediante transferencia de megas a los celulares de estudiantes, es posible apoyar la permanencia en los procesos de formación virtual, especialmente en situaciones de crisis en las que se juntan factores económicos y sanitarios.
- Los procesos de transferencia de megas involucran a varios actores que, mediante un adecuado seguimiento y monitoreo, en coordinación pueden generar compromisos con miras al cumplimiento del objetivo en tiempos más cortos-
- Negociaciones directas con las empresas telefónicas, sobre la base de su cobertura y alcance pueden lograr mejores acuerdos que potencien los montos del incentivo. El trabajo coordinado entre la Cooperación, las entidades coejecutoras, los docentes y rectores de los ITT y las empresas telefónicas, permite una mayor eficiencia en el logro del objetivo que fue reducir el abandono en los últimos semestres de los ITT, motivando a los estudiantes, a continuar sus estudios.
- Resalta, la asignación de tiempo por parte del personal de los Institutos tanto rectores como docentes en el diseño, seguimiento etc., esto quiere decir que de todas maneras ya tienen experiencia en este “tipo de modalidad de incentivo”, resultaría ser más eficiente si se aplica el mismo modelo.
- Ante la ausencia de una política específica de reducción del abandono y mitigación del impacto en la pandemia, las organizaciones de la sociedad civil y de la cooperación internacional, se organizan y plantean una propuesta innovadora que se implementa de manera eficaz.
- Las organizaciones de la sociedad civil y la cooperación internacional pueden aportar con propuestas innovadoras, efectivas y con buenos resultados a las políticas públicas.
- Si bien las gestiones administrativas de firma de convenios pueden ser impactadas por factores externos como cambios de autoridades y otros, trabajar con entidades coejecutoras que ya tienen experiencia en el diseño e implementación de proyectos educativos y en el tema, logran minimizar estas circunstancias.
- La modalidad de transferencia de incentivo a celulares fue una forma efectiva de apoyar a los estudiantes de escasos recursos económicos a terminar sus procesos de formación podría ser promovida por las instituciones que participaron de esta experiencia.

### 6.3. Factores de éxito

- El continuo monitoreo y seguimiento mediante grupos de WhatsApp y llamadas telefónicas realizado por las empresas telefónicas para verificar las transferencias realizadas..

- El objetivo claramente definido, la transferencia de megas para lograr la permanencia de los estudiantes, permitió que todas las actividades que se plantearon estuvieran claramente dirigidas hacia ese logro como un medio para lograr la conectividad de los estudiantes y así contribuir a evitar el abandono de los procesos de formación.
- El compromiso de los participantes, las personas involucradas tanto de las entidades coejecutoras FAUTAPO y CEMSE-CEE, como de los docentes y rectores de los Institutos. Este compromiso permitió alcanzar una cohesión de equipo para llevar adelante el proyecto en un tiempo relativamente corto.
- La doble carga y la ampliación del tiempo de vigencia de la transferencia permitió potenciar el monto del incentivo.

#### 6.4. Factores inhibidores

- La mala o débil señal de internet, tanto en ciudades grandes, intermedias como en las pequeñas/rurales, agravada por el hecho de que los estudiantes se conectaban mediante sus dispositivos móviles.
- Cambios en las autoridades que alargaron el tiempo de gestión y firma de la adenda a los Convenios.
- Los procesos burocráticos en el ME para implementar respuestas rápidas en función a necesidades emergentes del contexto.
- La migración de las líneas móviles es un fenómeno constante sobre todo en población joven y población con menos recursos (de ahí que la oferta con mejores tarifas, duración etc. es la base del constante cambio de números). Ante este fenómeno no se puede hacer nada, salvo que se puedan negociar por ejemplo contratos de larga duración con alguna telefónica, para que durante el tiempo que dure la profesionalización de los jóvenes, éstos puedan obtener mejores paquetes, etc. a cambio fidelizar el servicio con una operadora. Incluso la operadora podría obtener el beneficio de la “marca”.

#### 7. Recomendaciones

- Para potenciales réplicas las entidades coejecutoras podrían en coordinación con docentes y rectores de los ITT, sincronizar las transferencias con el calendario académico ya que éstas llegaron a los destinatarios en los meses de octubre y noviembre, cuando ya se estaba concluyendo la gestión educativa. De todas formas, el incentivo sirvió para que los estudiantes pudiesen realizar investigaciones con miras a la presentación de sus proyectos finales en el mes de diciembre.
- En potenciales réplicas, las entidades coejecutoras deben iniciar procesos de negociación con las empresas telefónicas con mayor anticipación de forma tal que todas ellas puedan comprometerse con los objetivos del incentivo e incluso incluirlos dentro de su política de Responsabilidad Social Empresarial, mejorando los beneficios con una “doble carga automática” (sin necesidad de la activación) y mayor plazo de vigencia de forma tal que el saldo de megas pueda seguir siendo utilizado por el estudiante.
- La experiencia del incentivo a la permanencia de los estudiantes a través de la transferencia de megas podría contribuir al desarrollo de una política pública de reducción del abandono tanto en acontecimientos de crisis similares como en casos particulares, sobre la base de la experiencia y capacidad de las entidades que participaron; sin embargo el alto costo monetario de esta iniciativa requiere la socialización entre otras cooperaciones para obtener financiamiento en caso de que se decida su réplica.
- Los resultados alcanzados y su contribución a la permanencia de la matrícula de los ITT podrían ser transferidos al Ministerio de Educación a partir de la organización de una mesa de experiencias de subsidios financieros y no financieros a la educación.

# ANEXOS

## **Anexo 1 Términos de Referencia**

**TÉRMINOS DE REFERENCIA**  
**CONSULTORÍA “SISTEMATIZACIÓN DE APRENDIZAJES SOBRE EL INCENTIVO A LA PERMANENCIA DE ESTUDIANTES DE ÚLTIMOS CURSOS DE INSTITUTOS TÉCNICOS TECNOLÓGICOS IMPULSADO POR EL PROYECTO FORMACIÓN TÉCNICA PROFESIONAL EN ZONAS DE INTERVENCIÓN”**

*VERSIÓN AL 1° DE NOVIEMBRE DE 2021*

## 1. ANTECEDENTES

**El Proyecto.** El Consorcio Swisscontact FAUTAPO es responsable, a través de un convenio de mandato establecido con la Cooperación Suiza, de la implementación del proyecto Formación técnica profesional, que tiene como objetivo general “contribuir a una mayor equidad económica y social, mejorando el acceso al empleo de población vulnerable a la pobreza, priorizando sectores con potencial productivo a través de la formación técnica, tecnológica y la capacitación”.

El plan de implementación del proyecto contempla 4 objetivos de efecto, de los cuales 3 se encuentran bajo mandato del Consorcio, dirigidos al: 1. Mejoramiento de la inserción laboral y emprendimiento de egresados/as de carreras apoyadas; 2. Fortalecimiento integral de centros de formación técnica; y 3. Diálogo entre actores relevantes para la implementación de las políticas nacionales y territoriales de educación técnica, tecnológica y productiva. El proyecto adopta los enfoques de gestión por resultados, sistémico, territorial, y de desarrollo de capacidades. La equidad de género y la gobernabilidad constituyen temas transversales a las acciones a desarrollarse.

Complementariamente, en junio/ 2020, el Consorcio definió un Plan de Contingencia que asegure la adaptación del proyecto a la situación de crisis sanitaria por el COVID – 1,9 e identifique las necesidades para preparar a los centros a la “nueva realidad”. Este incluyó el fortalecimiento de capacidades de docentes en el manejo de herramientas de enseñanza virtual, la dotación de material y señalética de bioseguridad, el mejoramiento de servicios higiénicos, la mejora de espacios y dotación de equipos de producción audiovisual/ virtualización del proceso educativo.

En julio de 2021, y con vigencia hasta diciembre/ 2021, se determinó la implementación de acciones adicionales que responden a la crisis que enfrenta Bolivia como consecuencia de la pandemia. Por un lado, se ha definido la provisión de incentivos a la permanencia (no monetarios) en los Institutos Técnicos y Tecnológicos (ITT) en zonas de cobertura de las entidades coejecutoras de FAUTAPO y CEMSE CEE. Por otro lado, se ha resuelto la entrega de capacitaciones flexibles a personal de un grupo seleccionado de empresas medianas en ciudades grandes que posibilite mejorar la formación y preservar los empleos. A partir de estas acciones se espera alcanzar resultados complementarios al Proyecto que faciliten el cumplimiento de las metas.

**Organización.** El Consorcio cuenta con una Dirección de proyecto que está a cargo de la coordinación, la asistencia técnica, el monitoreo, la evaluación y la rendición de cuentas del proyecto; además cuenta con (i) 2 coejecutores territoriales, FAUTAPO y CEMSE-CEE (como aliados), responsables de la ejecución directa del proyecto en territorio, y (iii) 2 socios estratégicos, Fundación INFOCAL y la Escuela Taller Municipal del GAM La Paz, a partir de los cuales se espera rescatar experiencias innovadoras en formación y capacitación técnica. El proyecto arrancó formalmente a fines de junio 2018, con una duración prevista de 4 años y medio. Luego de un periodo de organización y coordinación, FAUTAPO inició la intervención en territorio en septiembre de 2019, mientras que el resto de las entidades arrancaron a partir del segundo semestre de 2021.

**Cobertura.** El proyecto se implementa en 76 centros de formación (73 públicos y 3 privados) ubicados en 42 municipios de los 9 departamentos del país, con una importante concentración en ciudades grandes (42%) con respecto a ciudades intermedias (26%) o ciudades pequeñas/ rurales (32%). Por piso ecológico, los centros están concentrados en zonas altiplánicas, valles y yungas (76%), en relación con tierras bajas (24%). En su mayoría, los centros de formación corresponden al subsistema de educación alternativa y especial (32) como

al subsistema de educación superior (40 ITT públicos y 3 ITT privados). Por tanto, se diferencian en la atención de determinados grupos poblacionales (bachilleres, personas sin educación regular, o personas con discapacidad), así como en los niveles de certificación que cada uno otorga (operarios, técnico básico, técnico auxiliar, técnico medio, técnico superior).

**Requerimiento.** A nivel del proyecto en general existe la necesidad de generar conocimiento respecto a las intervenciones impulsadas, que podría derivar en un conjunto de lecciones aprendidas que contribuyan en la implementación de medidas en áreas de intervención del proyecto, pero que también podría orientar a los tomadores de decisiones en el ámbito de la formación técnica. El proyecto ha definido una serie de acciones de gestión de conocimiento, y cuenta con un sistema de monitoreo, medición y evaluación basado en un enfoque de gestión por resultados que coadyuvan en la generación de ese conocimiento.

En ese sentido, el Consorcio Swisscontact FAUTAPO requiere profundizar, en esta ocasión, sobre los aciertos y/o dificultades del incentivo a la permanencia que fue impulsado en el marco de las acciones adicionales en respuesta a la crisis económica social que enfrenta el país como consecuencia de la pandemia por el COVID 19. Para tal efecto se ha previsto contratar los servicios de una entidad consultora o consultor(a) individual que lleve a cabo este trabajo.

## 2. OBJETIVO DE LA CONSULTORIA

### *General*

Sistematizar aprendizajes en la implementación de incentivos a la permanencia impulsados por el proyecto Formación Técnica Profesional entre estudiantes de últimos cursos de Institutos Técnicos Tecnológicos de intervención, desde la perspectiva de los destinatarios, autoridades educativas y entidades coejecutoras, a fin de resaltar experiencias significativas, dificultades y oportunidades que contribuyan a su escalabilidad o replicabilidad.

### *Específicos*

- Definir la metodología de sistematización, así como las técnicas e instrumentos para recolectar información que combinen métodos cualitativos y cuantitativos.
- Recolectar, depurar y organizar la información obtenida desde los mismos destinatarios, autoridades educativas y entidades coejecutoras.
- Analizar el proceso de distribución de incentivos a la permanencia implementado, así como los resultados y beneficios generados a partir de esta acción, que deriven en una reflexión en torno a lecciones aprendidas.

## 3. RESULTADOS ESPERADOS

- Metodología definida
- Encuesta de percepción de estudiantes diseñada
- Guía de preguntas para entrevistas a profundidad y/o grupos focales elaborada
- Base de datos depurada con información primaria
- Información cualitativa organizada
- Documento de sistematización de aprendizajes elaborado y socializado

## 4. ALCANCE DE LA CONSULTORÍA

Se espera que el equipo consultor, tome en cuenta los siguientes aspectos:

**Sobre el diseño metodológico.** La sistematización tendrá un enfoque de aprendizaje y se centrará en la percepción de los destinatarios del incentivo a la permanencia, equipos técnicos de las entidades coejecutoras, directores de ITT, autoridades educativas departamentales y en lo posible autoridades de la Dirección General de Educación Superior Técnica, Tecnológica, Lingüística y Artística (DGESTTLA) del

Ministerio de Educación. Para la definición metodológica, la entidad consultora o consultor(a) individual deberá considerar como referencia los conceptos básicos y lineamientos de sistematización empleados por el proyecto Formación Técnica Profesional para la recolección de aprendizajes desde los docentes y directores, que se encuentra sintetizadas en la “Guía de Sistematización para la Recuperación de Buenas Prácticas y Lecciones Aprendidas”.

**Sobre el ámbito de estudio.** La propuesta se basa en la entrega de incentivo por un valor de 500 bolivianos (aproximadamente 67 CHF) a los estudiantes que se encuentran en el último año de su formación en aproximadamente 107 carreras de 40 ITT públicos apoyados por el Proyecto; a través de cargas virtuales a sus dispositivos móviles para asegurar la conectividad. Los 40 ITT se ubican en territorios donde operan las entidades coejecutoras de FAUTAPO (Chuquisaca, Potosí, Tarija, Santa Cruz y Pando) y CEMSE – CEE (La Paz, Oruro, Cochabamba y Beni), constituyéndose por tanto en el ámbito de estudio principal.

**Sobre el proceso de distribución de los incentivos.** Se definió que las entidades coejecutoras FAUTAPO y CEMSE CEE, coordinen a nivel local con las empresas telefónicas (TIGO, ENTEL y VIVA) para aprovechar oportunidades que brinden de manera recurrente y otras que podrían derivarse del volumen de compra. Asimismo, se determinó que la entrega de la carga virtual sea “dosificada” empezando en septiembre y terminando en noviembre, otorgando un 10% adicional al monto del incentivo para las mujeres.

Si bien se cuenta con un marco referencial para la distribución de los incentivos, cada entidad coejecutora ha seguido un proceso diferente para contactar y sacar el mayor provecho de las empresas, así como ha implementado estrategias diferentes para recabar información de los destinatarios. Se espera que la entidad consultora o consultor(a) individual reconstruya estos procesos, remarcando las diferencias y analizando los aciertos o dificultades que se hayan podido enfrentar.

**Sobre los destinatarios del incentivo a la permanencia.** Hasta fin de año, se proyectó beneficiar con el incentivo a la permanencia a más de 3.000 estudiantes de los últimos niveles de las carreras de ITT públicos apoyados por el Proyecto. Al 31 de octubre de 2021 ya se realizaron las primeras recargas, y se evidenció que el número efectivo de destinatarios asciende a 2.338 estudiantes (1.216 en la cobertura de FAUTAPO y 1.122 en la de CEMSE CEE).

La entidad consultora o consultor(a) individual debe planificar la aplicación de una encuesta censal al total de destinatarios a través de medios digitales, y en estrecha coordinación con las entidades coejecutoras. El diseño de encuesta debe abarcar los temas necesarios que permitan cumplir con el objetivo del estudio, considerando las siguientes preguntas orientadoras:

- Sí el proceso de recolección de números celulares fue adecuado.
- Si la entrega del incentivo fue oportuna para cumplir con las clases.
- Sí la cantidad de megas contribuyo a cumplir con la asistencia a clases virtuales o semi presenciales, así como la entrega de trabajos.
- Sí el acceso a este incentivo fue un factor que contribuyó a la continuidad/ conclusión de la formación técnica.
- Si considera que había otras formas más efectivas de incentivar su permanencia en el proceso de formación (por ejemplo, incentivo económico, incentivos en especie, entre otros).

**Sobre otros informantes clave.** La Dirección de Proyecto como las entidades coejecutoras coordinaron estrechamente con diferentes autoridades educativas para la entrega de incentivos, entre las que destacan:

- Directivos o docentes de 40 Institutos Técnicos Tecnológicos.
- 9 autoridades de las Direcciones Departamentales de Educación.
- Directora de la DGESTTLA del Viceministerio de Educación Superior del Ministerio de Educación.

La entidad consultora o consultor(a) individual debe proponer la mejor forma de recolectar información representativa de este conjunto de informantes, lo que significa que no necesariamente debe llegar al total de éstos. Es importante contrastar la opinión de estos informantes con la información recopilada entre los destinatarios, por lo que se debe considerar las mismas preguntas orientadoras sugeridas en el anterior punto. Adicionalmente, se debe indagar sobre las posibilidades de replicabilidad o escalabilidad de este tipo de incentivos.

**Sobre las bases de datos disponibles en el proyecto.** El actual Sistema de monitoreo y evaluación (SME) del Proyecto permite recolectar información de los estudiantes del último curso a través de la aplicación de formularios. La entidad consultora o consultor(a) individual debe revisar la información disponible en estas bases de datos para evaluar su utilidad para el presente estudio, y así evitar recolectar el mismo tipo de información ya disponible.

**Sobre los niveles de desagregación.** En la medida de lo posible, se debe considerar las desagregaciones que resultan de utilidad para el proyecto Formación técnica profesional, tales como:

- Piso ecológico
- Género (si corresponde)
- Tamaño de ciudad
- Sectores económicos de las carreras: agropecuario, industrial y servicios

**Sobre la coordinación con entidades socias y co ejecutoras.** La consultoría debe coordinar estrechamente con las entidades coejecutoras para contactar a los destinatarios y a los informantes clave, dado que éstas cuentan con un conocimiento cercano de la dinámica de los ITT y están en permanente contacto con sus respectivas autoridades educativas.

**Sobre la información de referencia.** La entidad consultora o consultor(a) individual considerará la siguiente documentación disponible en la Dirección de Proyecto, como referente para comprender el proyecto, las acciones adicionales y los conceptos básicos de sistematización:

- Cooperación Suiza en Bolivia (2018), “Documento de Proyecto Formación técnica profesional 2018 – 2022 de la Cooperación Suiza en Bolivia”. La Paz, Bolivia.
- Consorcio Swisscontact FAUTAPO (2020). “Guía de Sistematización para la Recuperación de Buenas Prácticas y Lecciones Aprendida”. La Paz, Bolivia.
- Consorcio Swisscontact FAUTAPO (2021). “Proyecto Formación Técnica Profesional: Acciones adicionales para enfrentar el COVID-19”. La Paz, Bolivia
- Instrumentos de recolección de información (Formulario de Fin de Gestión y Formulario de Participantes de capacitación).

## 5. PRODUCTOS ESPERADOS

El equipo consultor deberá entregar los productos especificados en la siguiente tabla.

| N° | Producto   | Información básica requerida y aspectos a considerar   |
|----|--|--|
| 1  | Propuesta metodológica y plan de trabajo acordado con la Dirección de Proyecto | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Metodología de trabajo y organización del equipo.</li> <li>✓ Mecanismos de <u>coordinación con las entidades coejecutoras</u> para asegurar la accesibilidad a las autoridades de ITT seleccionados.</li> <li>✓ Formulario de encuesta diseñado y sometido a una prueba piloto.</li> <li>✓ Criterios de selección de informantes clave.</li> <li>✓ Guía general de temas abarcar con los beneficiarios.</li> <li>✓ Cronograma de actividades, que incluya hitos importantes (talleres, reuniones ya sea virtuales o que requieran viajes) durante el desarrollo de la consultoría.</li> </ul> |

| N° | Producto                                      | Información básica requerida y aspectos a considerar   |
|----|---|--|
| 2  | Informe de sistematización versión preliminar | Informe de máximo 20 páginas, con un resumen ejecutivo de 2 páginas. El índice deberá ser coordinado con la Coordinadora de Planificación, Monitoreo y Medición de Resultados del Proyecto. El informe puede comprender los anexos necesarios, entre los requeridos se encuentran:<br>✓ Términos de Referencia<br>✓ Metodológico (si tuviera mayor detalle que aquel incluido en el documento principal)<br>✓ Anexo electrónico que incluya las bases de datos trabajadas en STATA con los programas utilizados para su procesamiento (sí corresponde)<br>En primera instancia, el informe preliminar será revisado por la Dirección de Proyecto, para luego ser presentado a los representantes de las entidades co ejecutoras y a la Oficial Nacional de Programas de la Cooperación Suiza, dos momentos en los que posiblemente la entidad consultora o consultor(a) individual recibirá comentarios y sugerencias de ajuste y/o complementación. |
| 3  | Informe de sistematización final              | El informe final será elaborado con base a las recomendaciones que surjan de las presentaciones antes mencionada y con los ajustes que el equipo consultor vea por conveniente para mejorar el documento.<br>El informe debe ser presentado bajo criterios de calidad establecidos por el Consorcio Swisscontact FAUTAPO que incluye: índice de contenido, índice de gráficos y tablas, siglas, consistencia en la redacción, letra calibri número 11 y margen moderado.<br>Se recuerda que el informe final no deberá sobrepasar las 20 páginas (además de 2 páginas de resumen ejecutivo),   |

## 6. PERFIL REQUERIDO

El equipo consultor deberá contar con las siguientes características:

- Formación profesional en ciencias sociales o económicas.
- Mínimo de 5 años de experiencia en la investigación y análisis de programas sociales, política social o experiencia relevante similar.
- Amplia experiencia en la recolección de información a través de métodos cuantitativos y cualitativos.
- Se valora conocimiento y experiencia en educación técnica.
- Capacidad analítica y de sistematización.
- Habilidad para redactar informes técnicos.
- Conocimiento y experiencia en el manejo y procesamiento de base de datos.

## 7. MODALIDAD DE CONTRATACION

El servicio será contratado bajo la modalidad de consultoría por producto, por lo cual se deberá contar con equipo y material de trabajo propio. Las actividades de consultoría se desarrollarán en sus propias oficinas.

## 8. DURACIÓN DE LOS SERVICIOS

El contrato de consultoría tendrá una duración de dos meses y medio contabilizados desde la firma del contrato, plazo en el cual todos los productos deberán ser entregados por la entidad consultora (o consultor/a individual) y aprobados por la Coordinadora de Fortalecimiento de Centros y la Coordinadora de Planificación, Monitoreo y Medición de resultados.

## 9. COSTO TOTAL Y MODALIDAD DE PAGO

El costo total de la consultoría será definido de acuerdo con la propuesta presentada. Los pagos se realizarán previa aprobación de informes por la Coordinadora de Fortalecimiento de Centros y la Coordinadora de Planificación, Monitoreo y Evaluación del Proyecto, de acuerdo con el siguiente detalle:

| N° | Informe  | Porcentaje de pago |
|----|--|--------------------|
| 1  | Propuesta metodológica y plan de trabajo acordado con la Dirección de Proyecto | 40%                |
| 2  | Informe descriptivo y analítico final  | 60%                |

De acuerdo con lineamientos internos, como garantía de cumplimiento de contrato, se realizará la retención del 7% sobre el costo total, el mismo que será devuelto al proveedor a la conclusión y cumplimiento del contrato, previa solicitud escrita.

## 10. PAGO DE IMPUESTOS Y AFPs

La entidad contratada será responsable del cumplimiento a obligaciones legales nacionales, sean tributarias, laborales, de seguridad social u otra.

## 11. COORDINACION Y SUPERVISIÓN

La entidad consultora trabajará bajo supervisión de la Coordinadora de Fortalecimiento de Centros y la Coordinadora de Planificación, Monitoreo y Evaluación del proyecto Formación técnica profesional.

## 12. PRESENTACION DE PROPUESTAS

### a. Contenido de la propuesta técnica

- Descripción de la metodología para realizar el trabajo (2 páginas)
- Plan de trabajo preliminar (1 página)
- Un resumen del CV (1 – 2 páginas)

### b. Contenido de la propuesta económica

La propuesta económica deberá ser presentada en bolivianos, diferenciando los siguientes ítems:

- Honorarios
- Materiales e insumos requeridos para el Desarrollo del trabajo
- Otros gastos asociados (si corresponde)
- Impuestos y requisitos establecidos por Ley

En la actual situación de pandemia, evaluar la posibilidad de desarrollar las entrevistas o los grupos focales en línea. En caso de que esto no sea posible, se debe incluir gastos de viajes y viáticos.

### c. Documentos Legales

Copia simple de los siguientes documentos:

- Cédula de Identidad
- NIT
- Certificado vigente de NIT, emitido por el sistema del SIN
- Documento de constitución de la empresa (si corresponde)
- Poder de representante legal (si corresponde)
- Registro de FUNDEMPRESA actualizado (si corresponde)

### d. Plazo

La propuesta para la realización de la consultoría deberá ser presentada en un sobre cerrado hasta las 17:00 del 12 de noviembre de 2021.

#### **e. Dirección**

La propuesta debe ser enviada a la siguiente dirección:

Asunto: **CONSULTORÍA: “SISTEMATIZACIÓN DE APRENDIZAJES SOBRE EL INCENTIVO A LA PERMANENCIA DE ESTUDIANTES DEL PROYECTO FORMACIÓN TÉCNICA PROFESIONAL EN ZONAS DE INTERVENCIÓN”**

Dirección: Swisscontact: Fundación Suiza de Cooperación para el Desarrollo Técnico  
Calle Jacinto Benavente 2176 entre F. Guachalla y A. Aspiazu, Sopocachi  
La Paz – Bolivia

Y una copia digital al correo: [cecilia.larrea@swisscontact.org](mailto:cecilia.larrea@swisscontact.org), con copia a [marlen.flores@swisscontact.org](mailto:marlen.flores@swisscontact.org)

### **13. CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN**

Toda la información que la entidad consultora recopile y desarrolle en el marco del presente contrato de consultoría, será mantenida en estricta confidencialidad y reserva, por tanto, la entidad contratada se compromete a no divulgar ningún resultado parcial o total de la información reunida o que ha tenido acceso durante la elaboración de la reglamentación, y a no utilizarla sin previa y expresa autorización del Ministerio de Educación y del Consorcio Swisscontact - FAUTAPO.

### **14. PROPIEDAD INTELECTUAL**

Los derechos de autor y de propiedad intelectual de los trabajos, informes e información producida bajo el contrato establecido serán de propiedad exclusiva del contratante. De la misma manera, toda la información que entidad contratada recopile y desarrolle en el marco del contrato de consultoría, será mantenida en estricta confidencialidad y reserva, salvo autorización expresa del proyecto Formación técnica profesional.

# **Anexo 2 Boleta censal**

# Programa de incentivos

**El presente cuestionario tiene el objetivo de recolectar información que permita sistematizar la experiencia en la entrega de incentivos a estudiantes de últimos cursos de formación, esta iniciativa fue impulsada por el proyecto Formación Técnica Profesional, que apoya al Instituto Técnico Tecnológico del cual Usted egresó. Sus datos de contacto fueron obtenidos a partir de las entidades que trabajan con su instituto: FAUTAPO o CEMSE CEE. La información que nos proporcione será tratada de manera confidencial y los datos serán analizados en forma colectiva y no individualmente. El llenado del cuestionario tiene un tiempo estimado de 10 min. Cuando usted finalice el mismo, recibirá un valor de Bs.5 (Cinco 00/100 bolivianos) en forma de megas a su línea de celular. Agradecemos mucho su participación.**

---

Nombre completo

---

Sexo

- Masculino
- Femenino

Número de Carnet de identidad

---

Nombre del Instituto Tecnológico del que egresó

---

Nombre de la carrera de la que egresó

---

1. ¿Qué tipo de dispositivo usaste para pasar clases virtuales?

- Celular
- Tablet
- Computadora
- Otro

1.1. Si la respuesta a 1.1. fue "otro", especifíque:

---

**2. ¿Qué aplicación fue la que más usaste para pasar clases virtuales?**

- Zoom
- Googel Meet
- Microsoft Teams
- Sisco Webex
- Otra

**2.1. Si la respuesta a 2 fue "Otra", especifique:**

---

**3. ¿Cómo defines la capacidad de tu dispositivo(celular, tablet o computadora) en relación con la instalación de aplicaciones para pasar clases virtuales?**

- Excelente
- Suficiente
- Mínima
- Deficiente
- Pesima

**4. Indica en qué medida estas de acuerdo con la siguiente afirmación: El proceso de recolección de mis datos telefónicos para la recarga de megas fue desarrollado de manera clara y organizada:**

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Muy en desacuerdo

**5. ¿En que medida fue útil el incentivo en forma de megas para continuar/concluir tus clases?**

- Muy útil
- Útil
- Más o menos útil
- Poco útil
- Nada útil

6. ¿Los momentos en los que usted recibió la recarga de megas en su celular fueron los adecuados para asegurar su asistencia a clases o para la entrega de tareas? (califique de 1 a 5; donde: 1 significa "fue muy tarde o a destiempo", 5. "fue justo a tiempo")

| | | | |

1 5

7. La cantidad de megas que el incentivo te proporcionó fue:

- Suficiente para asistir a las clases y cumplir con las tareas
- Más o menos suficiente para asistir a las clases y cumplir con las tareas
- Insuficiente para asistir a las clases y cumplir con las tareas

8. ¿Qué parte de la carga de megas recibidos usaste para pasar clases?

- En su totalidad
- La mayor parte
- Al menos la mitad
- Muy poco
- Casi nada o nada

8.1. Si la respuesta a 8 fue "Al menos la mitad", "Muy Poco" o "Casi Nada o Nada". ¿Qué otras fuentes de internet tienes para poder asistir a clases?

- Tengo internet en mi casa
- Tengo internet en mi trabajo o lugar de estudio
- Los megas que me otorgaron fueron demasiados y me sobraron
- Otro

8.1.1. Si la respuesta a 8.1 fue "otro", especifique:

---

9. ¿Qué servicio de telefonía usas principalmente?

- Entel
- Tigo
- Viva

**10. En el lugar donde vives, trabajas o estudias, ¿Cómo es la señal de internet?**

- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala
- Muy mala

**11. ¿Tuviste algún problema de conexión a internet para pasar tus clases virtuales?**

- Si
- No

**11.1. Si la respuesta a 11 fue "si", explique el problema**

- Mala calidad de conexión a internet
- Mi celular no tenía capacidad suficiente para instalar los programas de clases virtuales
- Problemas de cámara y/o audio en mi celular
- otro

**11.1.1. Si la respuesta a 11.1. fue "otro", especifique:****12. ¿Cómo influyó el incentivo, en forma de megas, para que tu continuaras/concluyeras tus clases?**

- Fue determinante, ayudo mucho
- Ayudo bastante
- No tuvo relevancia
- Ayudo muy poco
- No ayudo en nada

**13. ¿Crees que había otras formas más efectivas de incentivar tu permanencia en el proceso de formación? (puede elegir mas de una opción)**

- Incentivo en efectivo (monetario)
- Incentivo en especie
- Otros

**13.1. Si respondio "otros" a la pregunta 13 por favor especifique:****13.2 Si eligió alguna casilla en la pregunta 13, explique el ¿Por qué?**

**14. Además de la carga de megas del proyecto, ¿Recibiste algún otro tipo de apoyo para continuar/concluir tus clases?**

- Ninguno
- Más carga de megas
- Incentivo en especie
- Incentivo monetario
- otro

**14.1. Si la respuesta a 14 fue "otro", especifique:**

---

## **Anexo 3 Informe cuantitativo de los resultados de la encuesta**

# Informe cuantitativo de los resultados de la encuesta virtual

**En el marco de la “Sistematización de aprendizajes sobre el incentivo a la permanencia de los estudiantes de últimos cursos de institutos técnico tecnológicos, impulsado por el proyecto Formación Técnica Profesional en zonas de intervención”**

## CONTENIDO

|  |    |
|--|----|
| 1. Introducción.....   | 4  |
| 2. Metodología .....   | 5  |
| 2.1. Proceso de recolección de datos .....   | 5  |
| 3. Resultados .....  | 8  |
| 4. Análisis de los resultados .....  | 14 |
| 4.1. Resultados por pregunta.....  | 14 |
| 4.1.1. Pregunta 1. Dispositivo usado para pasar clases.....  | 14 |
| 4.1.2. Pregunta 2. Aplicación usada para pasar clases .....  | 14 |
| 4.1.3. Pregunta 3. Capacidad del dispositivo para pasar clases.....                                    | 15 |
| 4.1.4. Pregunta 4. Nivel de aceptación de la organización y claridad en la elaboración de listas ..... | 16 |
| 4.1.5. Pregunta 5. Utilidad del incentivo para la continuación o conclusión de las clases .....        | 16 |
| 4.1.6. Pregunta 6. Oportunidad en el envío de recargas.....  | 19 |
| 4.1.7. Pregunta 7. Cantidad de megas del incentivo.....  | 20 |
| 4.1.8. Pregunta 8. Parte de la carga en megas recibidas usada en clases ...                            | 22 |
| 4.1.9. Pregunta 9. Servicio de empresa telefónica usada.....   | 24 |
| 4.1.10. Pregunta 10. Calidad del servicio en las regiones de los estudiantes                           | 25 |
| 4.1.11. Pregunta 11. Problemas de conexión a internet para pasar clases virtuales .....                | 27 |
| 4.1.12. Pregunta 12. Influencia del incentivo en la continuación o conclusión de los estudios .....    | 28 |
| 4.1.13. Pregunta 13. ¿Cree que había otras formas de incentivo mejores que los megas? .....            | 30 |
| 4.1.14. Pregunta 14. ¿Además de megas que otros incentivos recibió? .....                              | 31 |
| 5. Conclusiones del proceso de recolección de datos.....   | 33 |
| 6. Recomendaciones del proceso de recolección .....  | 34 |

## Índice de gráficos

|  |    |
|--|----|
| Gráfico 1. Distribución de encuestas por entidad y por municipio .....   | 10 |
| Gráfico 2. Distribución de encuestas por empresa telefónica y entidad ejecutora .....  | 10 |
| Gráfico 3. Distribución de encuestas por entidad coejecutora y sexo .....  | 11 |
| Gráfico 4. Distribución de encuestas por tamaño de ciudad y sexo .....   | 12 |
| Gráfico 5. Distribución de encuestas por tipo de área y sexo* .....  | 12 |
| Gráfico 6. Distribución de encuestas por piso ecológico y sexo .....   | 12 |
| Gráfico 7. Dispositivos usados según sexo y tipo de área.....  | 14 |
| Gráfico 8. Distribución de aplicaciones usadas según tamaño de ciudad .....  | 15 |
| Gráfico 9. Capacidad del dispositivo según sexo y tamaño de ciudad .....   | 15 |
| Gráfico 10. Nivel de aceptación de la afirmación por tipo de área.....   | 16 |
| Gráfico 11. Utilidad del incentivo según el sexo, tamaño de ciudad, piso ecológico, tipo de área y entidad .....             | 17 |
| Gráfico 12. Oportunidad en el envío de recargas de megas por tamaño de ciudad ....   | 19 |
| Gráfico 13. Oportunidad de las recargas de megas por empresa telefónica .....  | 20 |
| Gráfico 14. Suficiencia de la cantidad de megas por tipo de área .....   | 20 |
| Gráfico 15. Cantidad de megas según sexo .....   | 21 |
| Gráfico 16. Cantidad de megas según piso ecológico.....  | 22 |
| Gráfico 18. Parte de la carga en megas usada en clases por sexo y por tamaño de ciudad.....                                  | 22 |
| Gráfico 19. Parte de la carga en megas usada en clases por piso ecológico y tipo de área .....                               | 23 |
| Gráfico 20. Razones por la que no usaron la mayor parte de los megas en clases ....  | 23 |
| Gráfico 21. Respuestas a la opción otros sobre el uso de megas recibidos.....  | 24 |
| Gráfico 22. Servicio de telefonía usado por sexo .....   | 24 |
| Gráfico 23. Servicio de telefonía usado por tamaño de ciudad y tipo de área.....   | 25 |
| Gráfico 24. Calidad del servicio de internet por tamaño de ciudad y tipo de área .....                                       | 25 |
| Gráfico 25. Calidad del servicio según piso ecológico.....   | 26 |
| Gráfico 26. Calidad del servicio de internet según empresa telefónica .....  | 26 |
| Gráfico 27. Porcentaje de estudiantes que tuvo problemas de conexión a internet por sexo.....                                | 27 |
| Gráfico 28. Porcentaje de estudiantes que tuvo problemas de conexión a internet por tamaño de ciudad y por tipo de área..... | 27 |
| Gráfico 29. Distribución de los tipos de problemas de conexión a internet por tipo de área .....                             | 28 |
| Gráfico 30. Influencia del incentivo en la culminación de clase por sexo.....  | 29 |
| Gráfico 31. Influencia del incentivo en la culminación de clase por tamaño de ciudad .....                                   | 29 |
| Gráfico 32. Otras formas más efectivas para motivar la conclusión de clases mejores que los megas .....                      | 30 |
| Gráfico 33. Otros incentivos recibidos además de los megas organizado por sexo del estudiante .....                          | 32 |
| Gráfico 34. Otros incentivos recibidos además de megas por tamaño de ciudad.....   | 32 |

## Introducción

El presente informe corresponde al componente cuantitativo del proceso de sistematización de las acciones adicionales para enfrentar el COVID-19 dentro del proyecto “Proyecto Formación Técnica Profesional”. Este proceso fue complementado y completado con las entrevistas a actores clave y grupos focales con estudiantes destinatarios del incentivo.

Este estudio fue realizado entre diciembre y enero de 2022 en un contexto virtual marcado por los siguientes aspectos a resaltar por su incidencia en la cantidad de encuestas logradas.

- El estudio fue realizado después de la conclusión de la gestión educativa, es decir cuando los estudiantes, en la mayoría de los casos, ya habían culminado sus estudios y no tenían mayor relación con los Institutos.
- Al momento del estudio, tampoco existía la relación directa entre los coejecutores y los participantes / destinatarios.
- El contexto de la pandemia se agudizó con la denominada cuarta ola, lo que impidió una mayor aproximación a los estudiantes.
- Muchos de los estudiantes, al haber concluido la gestión, retornaron a sus lugares de origen, buena parte de ellos en el área rural, donde no existe buena señal de internet.
- Algunas de las operadoras telefónicas que apoyaron en el proceso de recarga de megas a los estudiantes, durante el proceso de recolección de datos, ya no apoyaron en la emisión de mensajes y recarga de megas.
- Muchos de los estudiantes desconfiaron de los mensajes por Whatsapp enviados para motivarlos al llenado de encuestas.
- Ya no existían los grupos de Whatsapp utilizados durante el proceso de transferencias.

Con esas consideraciones, el presente estudio presenta un resumen del componente cuantitativo del estudio, del proceso de recolección de datos, del proceso de sistematización de la información y el análisis de los resultados de la recolección de datos.

## 1. Metodología

Cumpliendo con los Términos de Referencia se planificó realizar un censo del total de la población atendida por ambas entidades coejecutoras, de acuerdo a los listados entregados se trata de un total de 2.350 estudiantes que cursaron el último año o semestre en sus respectivas carreras en diferentes institutos de Bolivia, en los nueve departamentos del país.

La recolección de datos se realizó mediante una encuesta virtual realizada con la plataforma **Kobotoolbox**, que es una herramienta que permite la captura de datos on y off line, esta herramienta también se aplicó para el análisis de los datos junto con planillas Excel para la construcción de gráficos.

Las preguntas de la encuesta fueron consensuadas con las entidades coejecutoras y con la Dirección del Proyecto. Se realizó una prueba piloto con 12 estudiantes elegidos al azar, que permitió mejorar el diseño de las preguntas y la inclusión de los logos para la identificación de la fuente del solicitante de información.

La boleta de encuesta utilizada se encuentra en:

<https://ee.humanitarianresponse.info/x/j3yzvgxW>

Los pasos seguidos para la recolección de datos fueron los siguientes:

### 1.1. Proceso de recolección de datos.

Para la recolección de datos se contó con la siguiente información:

Dos entidades fueron las responsables de recolección de listas y asignación de megas a los estudiantes, estas entidades fueron: FAUTAPO y CEMSE-CEE, cada una con su propia estrategia contactó con las autoridades responsables de los institutos superiores asignados para recolectar listas de estudiantes que cumplen con la condición de estar en el último semestre o año, justo antes de concluir sus carreras. De la misma manera, contactaron y establecieron alianzas con las tres principales operadoras telefónicas presentes en Bolivia: Entel, Tigo y Viva, para entregar los incentivos en forma de megas.

Para recoger los datos, el equipo consultor contactó a las mismas operadoras utilizadas en el proceso de transferencias para enviar la invitación a los estudiantes para participar de la encuesta y recibir Bs.5 de crédito en megas como agradecimiento por su participación.

Lamentablemente, no en todos los casos las operadoras pudieron atender a esta tarea, por lo que se usaron diferentes estrategias para lograr la participación de los estudiantes:

- El equipo consultor realizó el cargado de los listados números telefónicos de estudiantes en la aplicación Whatsapp para hacer envíos masivos de mensajes a los estudiantes invitándoles a participar de la encuesta y enviando la dirección o enlace donde podían llenar la encuesta.
- Sólo una de las operadoras telefónicas (VIVA), aún mantenía grupos de direcciones para hacer el envío del mensaje y el enlace de la encuesta.
- El contacto de la empresa TIGO en La Paz, no sólo ya no contaba con los grupos de Whatsapp, sino, que además afirmó que no podían “molestar” a sus clientes con una invitación al llenado de la encuesta. En el caso de TIGO Chuquisaca, se contactó con el “dealer” de la empresa, quien, en el caso de las transferencias, fue el encargado de enviar los mensajes vía Whatsapp; sin embargo, no realizó una buena campaña de motivación (como consta por las respuestas de ese grupo de estudiantes) y finalmente, el grupo consultor se hizo cargo de esas listas.
- En el caso de la empresa telefónica ENTEL, su representante indicó que no podían enviar una encuesta y realizar la recarga de Bs.5 a aquellas encuestas “llenadas” ya que esta condición implicaba la participación de la Autoridad del Juego por lo cual el grupo consultor también tuvo que hacerse cargo de la conformación de estos grupos de estudiantes.
- Ante la falta de Whatsapp o buena señal de algunos estudiantes, realizamos llamadas telefónicas directas para el llenado de las encuestas vía celular.
- El proceso de motivación desde el Whatsapp implicó el envío de una serie de mensajes individualizados que explicaban el objetivo de la encuesta. En este proceso de comunicación con los estudiantes se tuvo que aclarar dudas y contestar preguntas.
- Paralelamente a este proceso se realizó la recarga de Bs.5 a los estudiantes que enviaron sus encuestas, trabajo que implicó un trabajo de verificación de listas, recarga línea por línea, etc.

A pesar de los esfuerzos y diferentes estrategias utilizadas, algunos estudiantes se mostraron susceptibles de participar en la encuesta, ya que se solicitaba algún tipo de información personal, en algunos casos se negaron a participar de la encuesta y salieron de los grupos inmediatamente recibir los mensajes.

Una vez recibidas las encuestas en la plataforma Kobotoolbox, los datos fueron revisados y validados antes de pasar al proceso de análisis, en este proceso se tomaron algunas medidas para evitar inconsistencias:

- Algunas encuestas fueron enviadas con preguntas no respondidas (respuestas en blanco), en esos casos para el análisis se colocó la sigla ns/nr que representa la respuesta “no sabe / no responde”.
- Se verificó que todos los registros tuvieran coincidencias en el número de carnet de identidad registrado en la encuesta y el número de carnet de identidad registrado en las listas de participantes proporcionados por FAUTAPO y CEMSE-CEE.
- Las encuestas con más del 80% de las preguntas en blanco no fueron tomadas en cuenta para el análisis.
- Algunas de las encuestas fueron recibidas y forman parte del análisis, aunque mencionan que no recibieron ningún tipo de incentivos.

Para el análisis se utilizaron algunas variables mencionadas en los Términos de referencia y en las reuniones de coordinación tanto con el equipo contratante, como con el equipo ejecutor. Estas variables son:

- **Tamaño de ciudad.** Se clasificó la población en función del tamaño de la ciudad donde se encuentra el instituto al que asisten, en ese sentido se tiene ciudades:
  - Grandes,
  - Intermedias
  - Pequeñas
- **Área.** Aunque la definición de la variable tiene un error de concepción ya que muy probablemente la mayor parte de los institutos de ciudades intermedias y también grandes atienden a estudiantes de áreas rurales, se consideró que institutos en ciudades grandes corresponde a área urbana y el resto a área rural, Esta variable intenta diferenciar en qué tipo de área se encuentra el instituto:
  - Urbana
  - Rural
- **Piso ecológico.** Esta variable toma en cuenta la ubicación del instituto con respecto al piso ecológico, se tomaron los siguientes pisos:
  - Altiplano
  - Valles
  - Llano y
  - Yungas

- **Sexo.** Durante todo el proceso de análisis se tomó en cuenta la variable de género para estudiar si el comportamiento de las diferentes variables recolectadas muestra algún tipo de tendencia en función del sexo de la persona que responde la encuesta, en este caso, se clasificó en:
  - Masculino y
  - Femenino

## 2. Resultados

Se recibieron un total de 1596 encuestas en la plataforma que represente al 67% de toda la población. No obstante, luego de la depuración y validación de los registros se depuraron 25 encuestas (es decir, no fueron incluidas en el análisis) entre las que se encuentran registros en blanco o con más del 80% de las respuestas en blanco, encuestas duplicadas, si bien se configuró la plataforma para recibir un solo registro por persona, algunos participantes enviaron encuestas utilizando dos diferentes dispositivos.

Haciendo una comparación del total obtenido con el total de registros proporcionados por las entidades coejecutoras se tiene que se alcanzó un 68% de cobertura total.

Para el presente análisis se han tomado un total de 1571 registros válidos.

### Análisis de representatividad

Para determinar la representatividad de la muestra obtenida, utilizaremos la fórmula de determinación del tamaño de la muestra para poblaciones finitas (ecuación 1)

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

N – Total de la población (2350)

$Z_{\alpha}$ - 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%); 2.576 al cuadrado (si la seguridad es del 99%)

p - Proporción de respuesta esperada (en este caso es 50%; es decir 0,5)

q = p – 1; (para nuestro caso 1-0,5=0,5)

d – Precisión (usando una precisión de 5%)

Reemplazando los valores, para un nivel de seguridad/ confianza del 95%, tenemos:

$$n = \frac{2350 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (2350 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5} = 330,3$$

Como se puede ver en la ecuación anterior, para un nivel de confianza del 95% y un error del 5% se obtiene una muestra de 330 individuos que representan el 14% de la población total.

Repitiendo el ejercicio para un nivel de seguridad/confianza del 99%, tenemos:

$$n = \frac{2350 * 2,576^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (2350 - 1) + 2,576^2 * 0,5 * 0,5} = 517,6 \approx 518$$

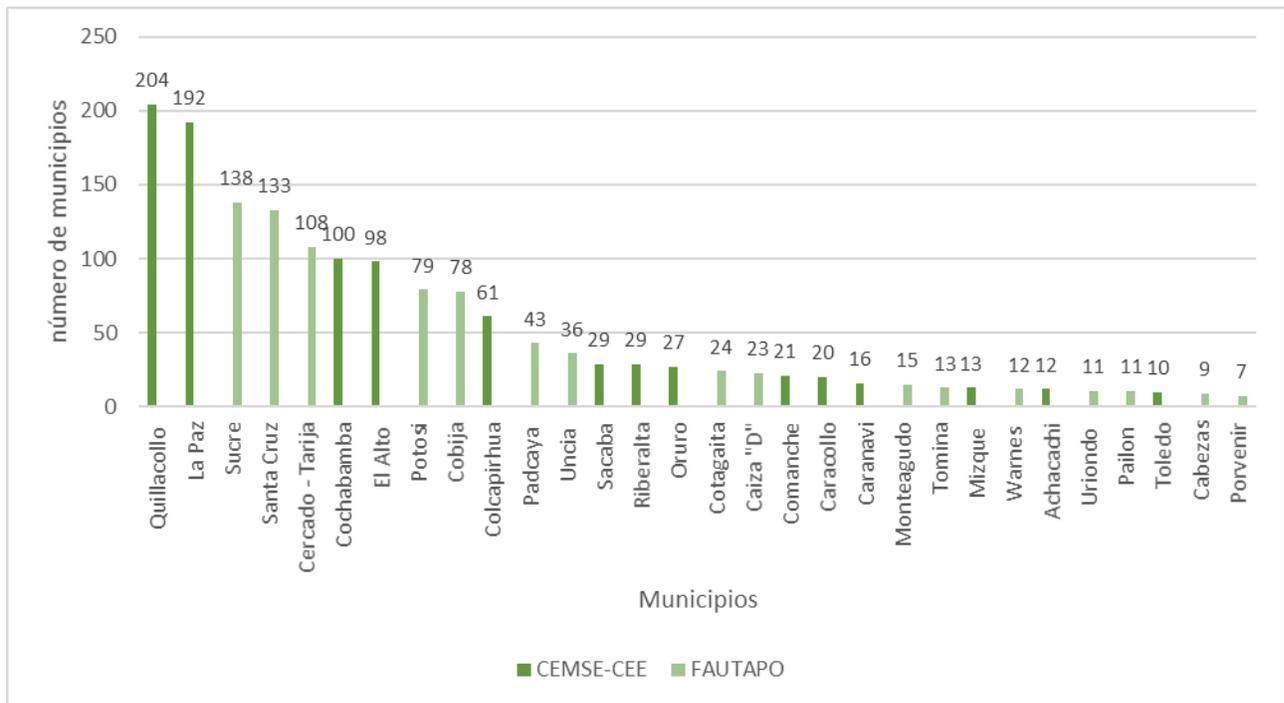
Para un nivel de confianza del 99% y con proporción de respuesta esperada del 50% (que maximiza el tamaño de la muestra), se obtiene un resultado de 518 individuos que representan al 22% del total. En el caso del presente estudio, se ha alcanzado una muestra del 67% de la población, es decir, muy por encima de 22% que se hubiera tenido que alcanzar para tener representatividad estadística. Por otro lado, siendo que la selección y recepción de encuestas fue completamente aleatoria, se asegura la representatividad estadística de los resultados presentados a continuación.

La recolección de datos tuvo una distribución muy similar entre ambas instituciones

| Entidad              | Femenino   | Masculino  | Tamaño de la muestra | Total población | %          |
|----------------------|------------|------------|----------------------|-----------------|------------|
| CEMSE-CEE            | 503        | 328        | 831                  | 1138            | 73%        |
| FAUTAPO              | 431        | 309        | 740                  | 1212            | 61%        |
| <b>Total general</b> | <b>934</b> | <b>637</b> | <b>1571</b>          | <b>2350</b>     | <b>67%</b> |

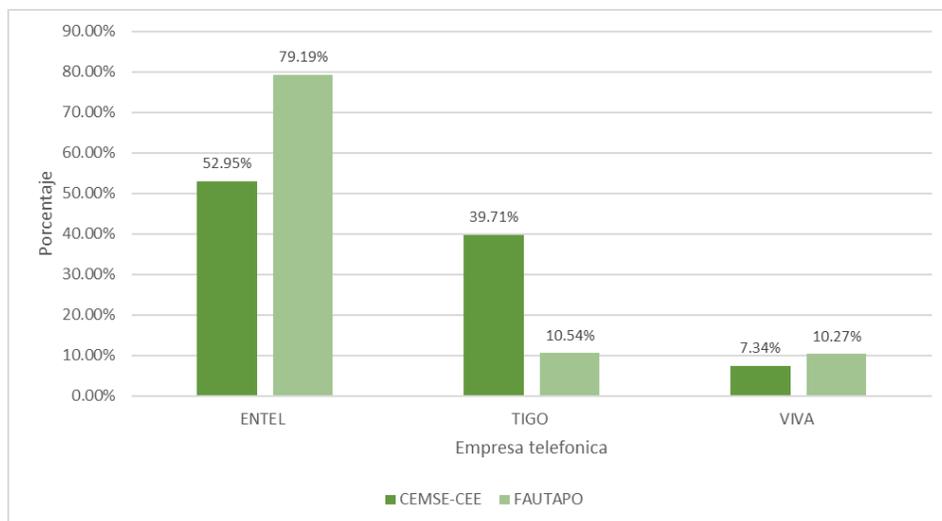
La Gráfica 1 muestra la distribución de los registros recibidos en función de la entidad ejecutora y el municipio donde se encuentra el instituto.

Gráfico 1. Distribución de encuestas por entidad y por municipio.



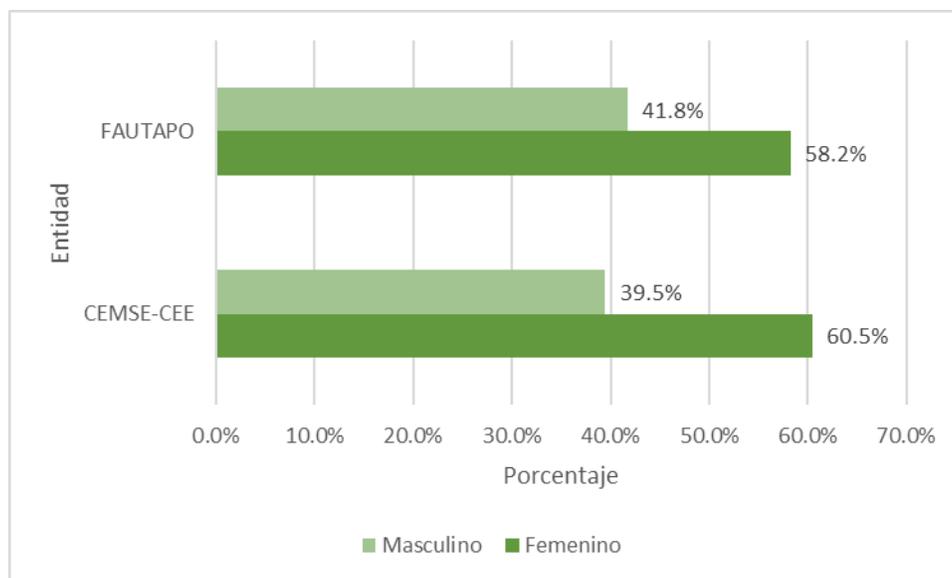
La distribución en porcentaje de las encuestas según cada una de las variables definidas se muestra en los gráficos 2,3,4 y 5.

Gráfico 2. Distribución de encuestas por empresa telefónica y entidad ejecutora.



Como se puede apreciar Entel(79% para FAUTAPO y 53% para CEMSE.CEE) es la empresa con mayor cobertura entre los participantes, no obstante, una cantidad importante (39,7%) de los estudiantes apoyados por CEMSE-CEE cuentan con el servicio de la empresa Tigo. La empresa con menor cobertura entre los estudiantes es VIVA.

Gráfico 3, Distribución de encuestas por entidad co-ejecutora y sexo



El gráfico 3 nos muestra que la distribución por sexo también es muy similar para ambas entidades y también muestra que ambas instituciones beneficiaron principalmente a mujeres con el incentivo.

El gráfico 4 muestra la distribución de las encuestas según el tamaño de la ciudad donde se encuentra el instituto, se puede apreciar que no hay gran diferencia entre los hombres y mujeres con respecto al tamaño de ciudad donde estudian.

Gráfico 4. Distribución de encuestas por tamaño de ciudad y sexo

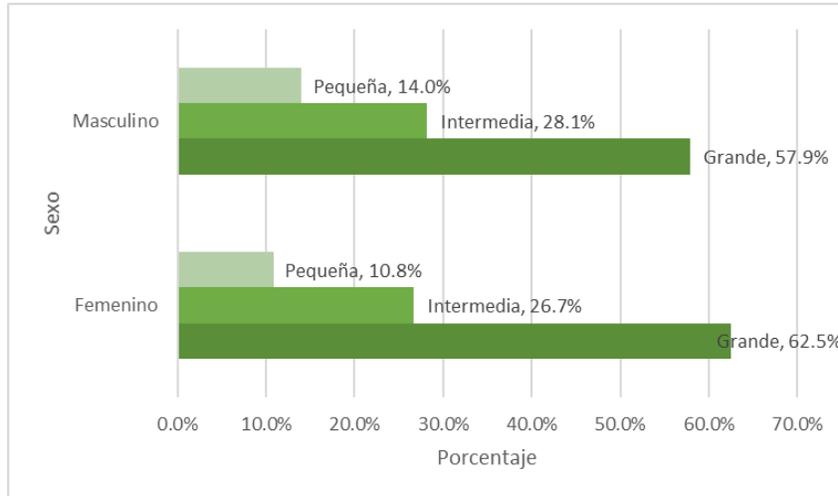
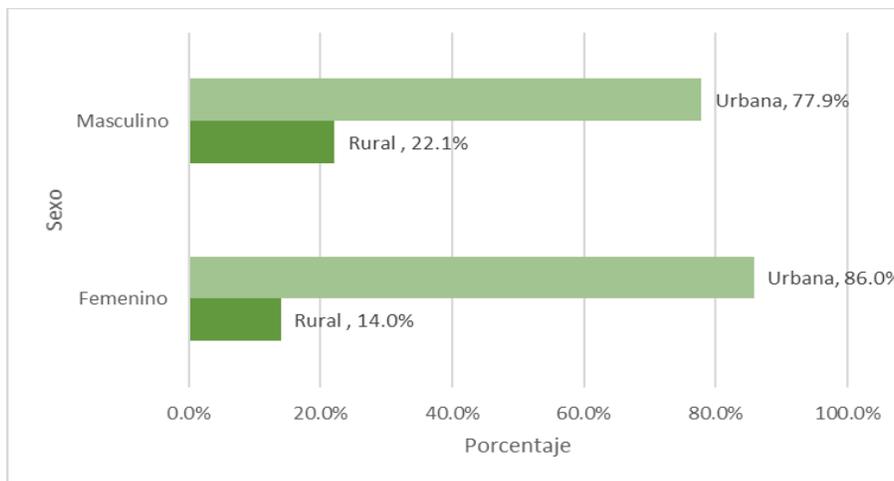


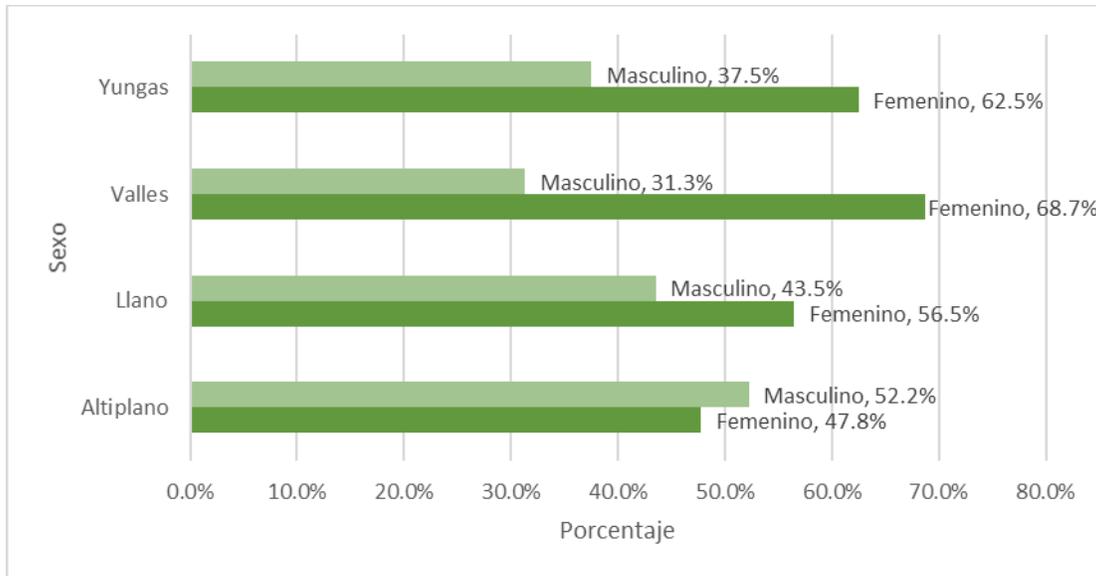
Gráfico 5. Distribución de encuestas por tipo de área y sexo\*



\*- la determinación de Urbano y Rural se realiza por la ubicación del instituto y no por la procedencia del/a estudiantes

Es claro que, aunque el gráfico 5 muestra una mayor población en área urbana, es posible que exista un sesgo de concepción, debido a que la clasificación se realiza según la ubicación del instituto y no toma en cuenta el origen de los estudiantes, que en la mayor parte de los casos es de origen de área rural.

Gráfico 6. Distribución de encuestas por piso ecológico y sexo



El gráfico 6 muestra que, los estudiantes que respondieron la encuesta, son en su mayoría mujeres en todos los pisos ecológicos, excepto en el altiplano donde parece haber más hombres que participaron del estudio y respondieron a la encuesta.

### 3. Análisis de los resultados

En esta sección, se realiza un resumen del análisis de los resultados obtenidos para cada una de las preguntas de la boleta de encuesta y su distribución según los criterios de: tamaños de ciudad, tipo de área, piso ecológico y sexo. Por el amplio volumen de información que esto significa, no se mostrarán todos los gráficos, sino, solamente aquellos elegidos por el equipo consultor para mostrar información de interés para su análisis y sistematización. La base de datos utilizada será proporcionada junto a este documento para potenciales futuros análisis de los datos recolectados.

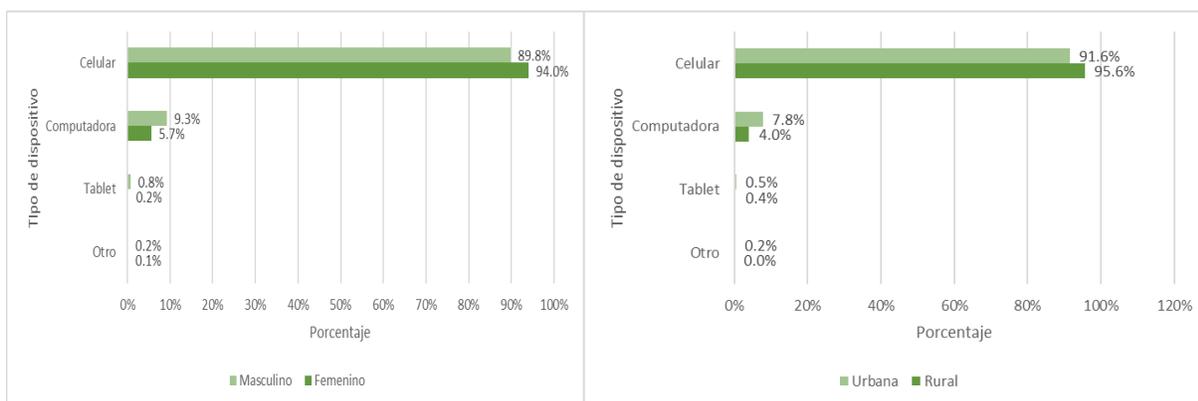
Esta sección del documento estará organizada por pregunta para su mejor comprensión y revisión.

#### 3.1. Resultados por pregunta

##### 3.1.1. Pregunta 1. Dispositivo usado para pasar clases

La grafica 7 muestra que en general los estudiantes utilizaron el celular para pasar clases virtuales, aunque no se observan grandes diferencias, aparentemente, los varones son los que además del celular usaron también computadoras 9,3% de los varones, esto sucede principalmente en las áreas urbanas.

Gráfico 7. Dispositivos usados según sexo y tipo de área

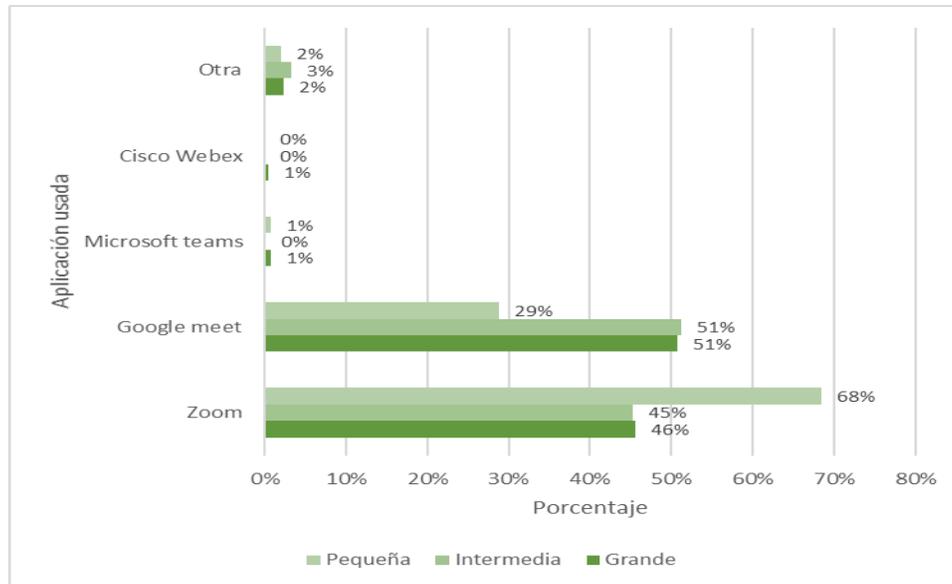


##### 3.1.2. Pregunta 2. Aplicación usada para pasar clases

La aplicación usada, muestra los requerimientos de capacidad tecnológica que los equipos, utilizados para las clases virtuales, deberían tener. Es así que, la gráfica 8 muestra que mayoritariamente se usaron plataformas gratuitas tales como Zoom, Cisco Webex y Google Meet, que son plataformas de transmisión y organización de reuniones virtuales a través de videos; sin embargo, solamente en ciudades grandes los institutos

adquirieron plataformas pagas de alto performance como Teams de Microsoft para la organización de sus clases virtuales.

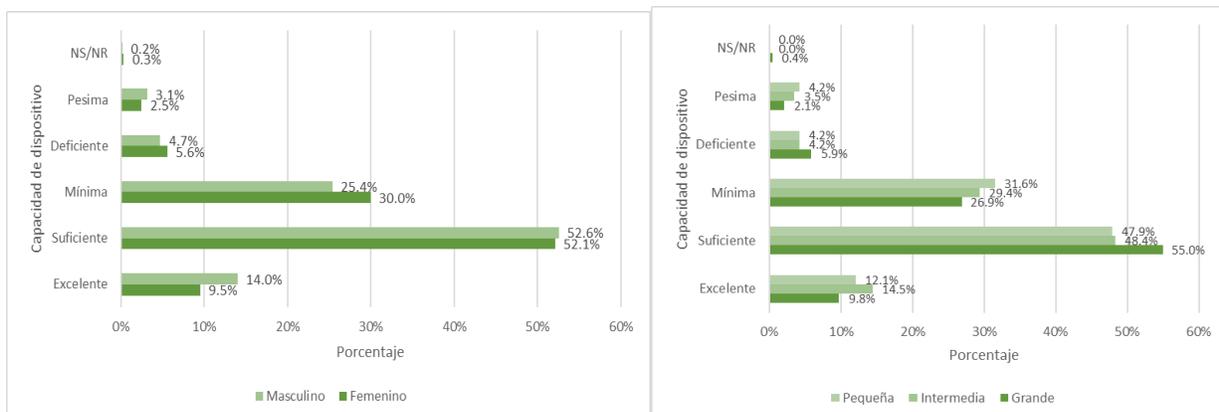
Gráfico 8. Distribución de aplicaciones usadas según tamaño de ciudad



### 3.1.3. Pregunta 3. Capacidad del dispositivo para pasar clases

El gráfico 9 muestra que, en general, más del 50% tanto de hombres como de mujeres consideran que sus dispositivos tenían capacidad suficiente, es notable que en el caso de las mujeres un porcentaje mayor al de los hombres considera que sus dispositivos tienen capacidades mínimas o deficientes. Por otro lado, en las ciudades grandes cerca del 65% considera que sus dispositivos tenían capacidades excelentes y/o suficientes, mientras que el 60% de las ciudades pequeñas opina lo mismo.

Gráfico 9. Capacidad del dispositivo según sexo y tamaño de ciudad

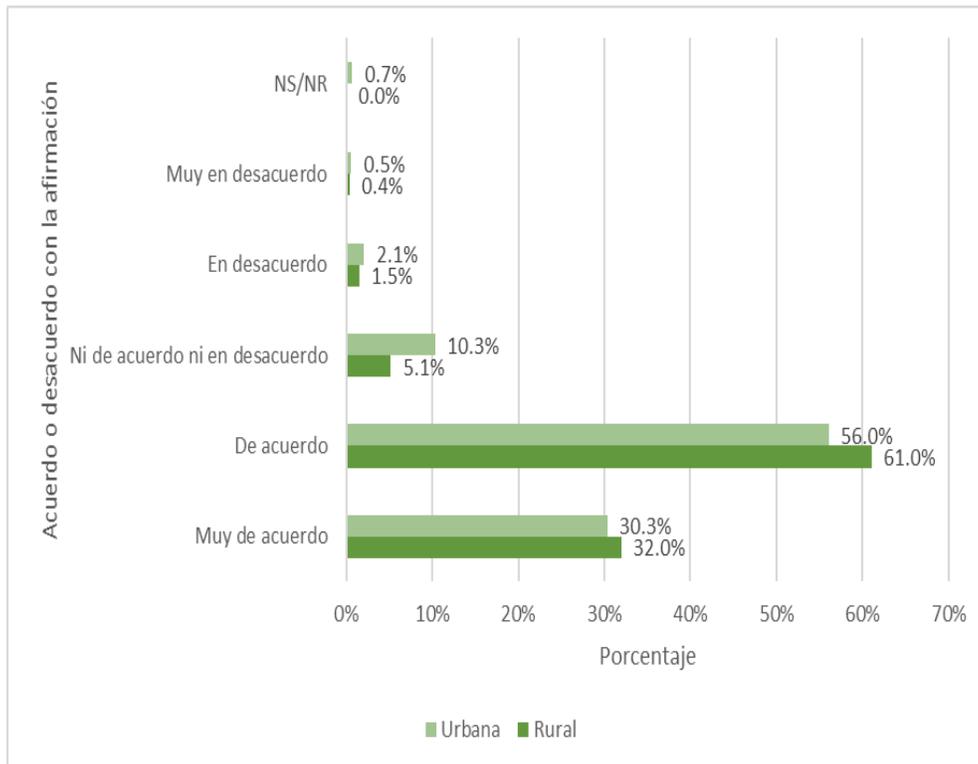


### 3.1.4. Pregunta 4. Nivel de aceptación de la organización y claridad en la elaboración de listas

En la pregunta 4 se pretende rescatar la percepción o medida el encuestado está de acuerdo con la afirmación: “El proceso de recolección de mis datos telefónicos para la recarga de megas fue desarrollado de manera clara y organizada”.

El gráfico 10, muestra que existe una relativa paridad entre las percepciones de los encuestados con respecto a los procesos realizados tanto en área urbana como rural con mayor predisposición de estudiantes del área rural a estar “muy de acuerdo” y/o “de acuerdo” con la afirmación; Por otro lado, entre los estudiantes de áreas urbanas existe cerca de un 10% de encuestados que indican que “no están de acuerdo ni en desacuerdo” con la afirmación propuesta, frente a un aproximado de 5% de las áreas rurales.

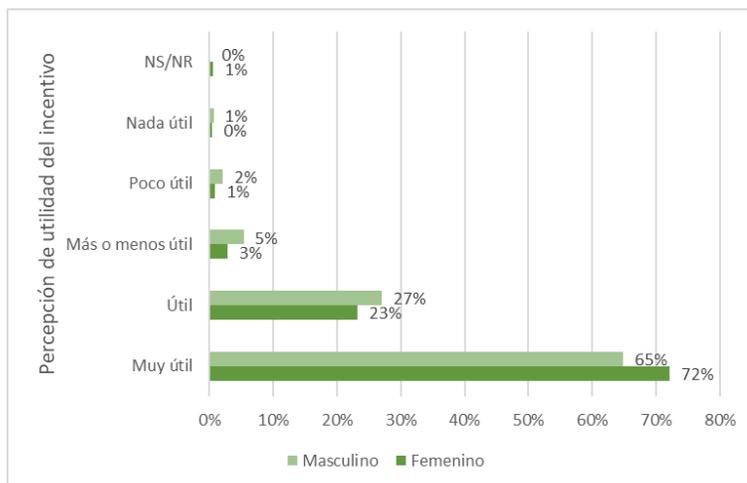
Gráfico 10. Nivel de aceptación de la afirmación por tipo de área



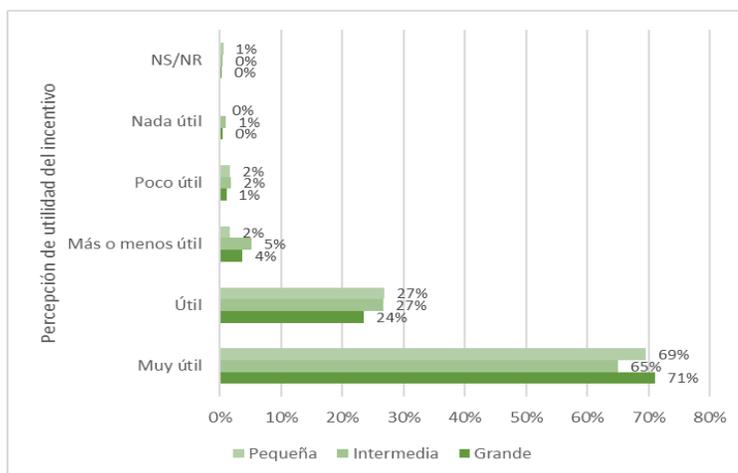
### 3.1.5. Pregunta 5. Utilidad del incentivo para la continuación o conclusión de las clases

Esta, es quizás una de las preguntas más importantes del estudio, los gráficos a continuación muestran las respuestas recibidas.

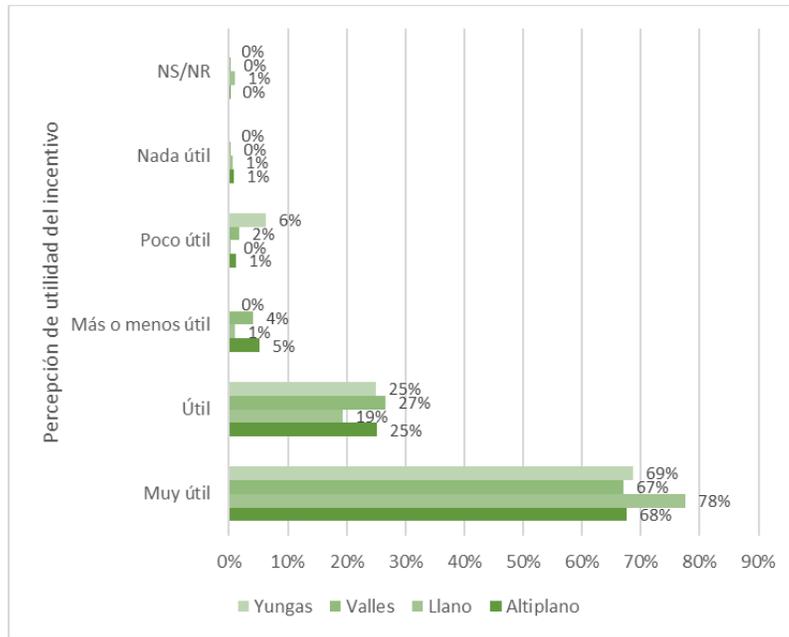
Gráfico 11. Utilidad del incentivo según el sexo, tamaño de ciudad, piso ecológico, tipo de área y entidad



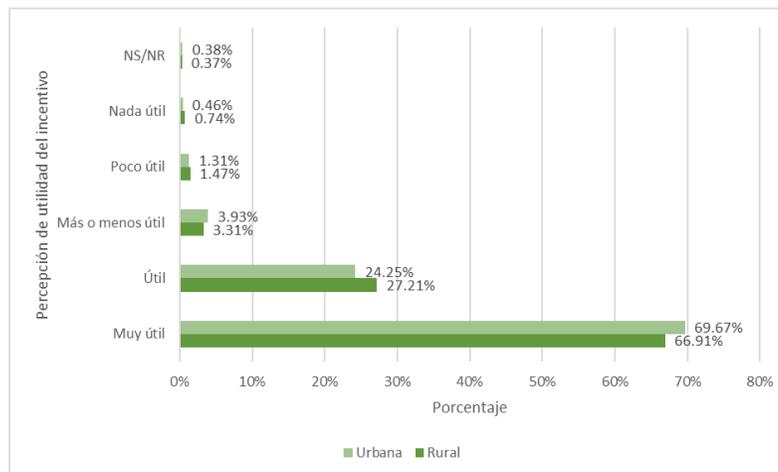
El gráfico anterior muestra que la percepción de utilidad “muy útil” es un poco mayor 72% en las mujeres, con respecto a los varones 65%.



Con respecto a la percepción de utilidad del incentivo según el tamaño de la ciudad, existe una relativa igualdad entre los tres tamaños de ciudades; no obstante, se destaca que las ciudades intermedias son las que perciben menor utilidad del incentivo.



En cuanto a los pisos ecológicos, tenemos que el 78% de los estudiantes de los llanos perciben como “muy útil” el incentivo, lo cual es mucho mayor que el 68% del resto de los estudiantes de los demás pisos ecológicos. Por otro lado, 6% de los estudiantes de los yungas considera que fue “poco útil” comparado con cerca al 1% de los demás pisos ecológicos.



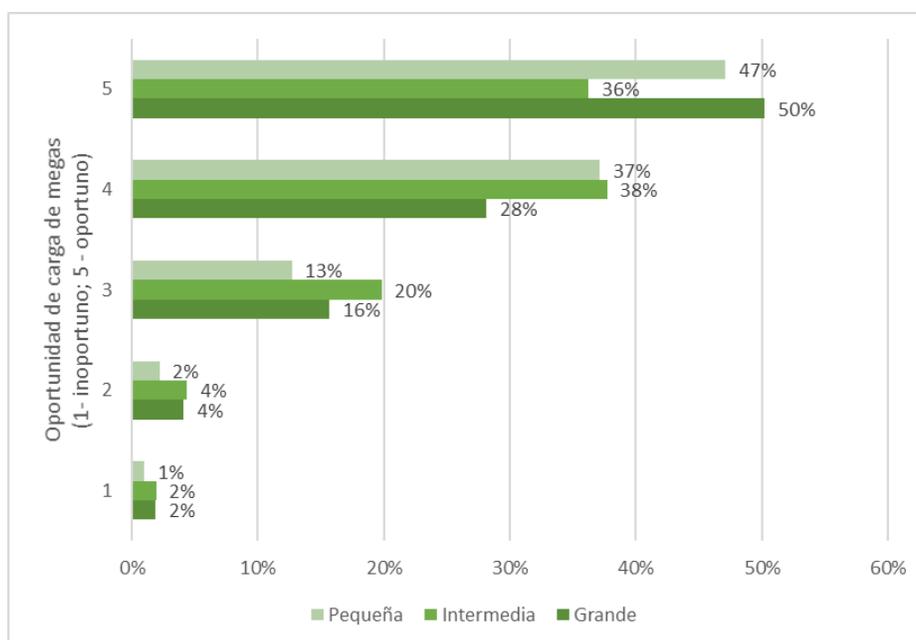
Con respecto al área rural y urbana tenemos que sumando los criterios “muy útil” y “útil”, se tienen que en ambas áreas la percepción de utilidad se encuentra cerca del 94% (93.9% para área urbana y 94.1% para área rural).

### 3.1.6. Pregunta 6. Oportunidad en el envío de recargas

Si bien los ejecutores ya explicaron las circunstancias y contexto en los que realizaron las recargas de megas a los estudiantes, se realizó esta pregunta para obtener su percepción respecto a la oportunidad de las mismas con respecto al período académico.

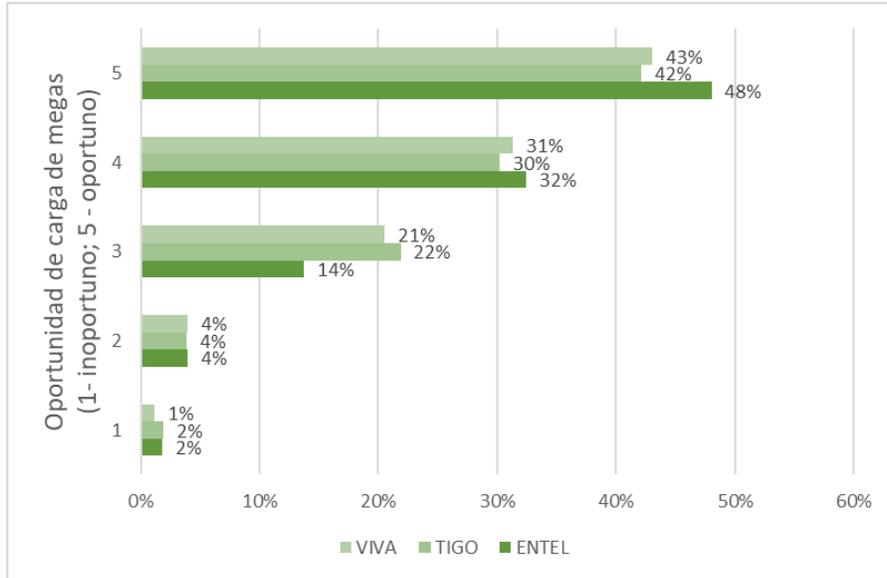
La pregunta fue realizada en forma de un rango de respuestas entre 1 y 5, donde: 1 significa “fue muy tarde o a destiempo” y 5 significa “fue justo a tiempo”, la gráfica 12 muestra la distribución de las respuestas según los criterios establecidos.

Gráfico 12. Oportunidad en el envío de recargas de megas por tamaño de ciudad



Como se puede apreciar en el gráfico 12, tanto los estudiantes de las ciudades pequeñas (47%) como los de ciudades grandes (50%) y consideran que la carga de megas fue muy oportuna, mientras que sólo el 36% de los estudiantes de las ciudades intermedias considera lo mismo. Por el otro lado, cerca del 16% de los estudiantes de ciudades grandes e intermedias califican la recarga como más o menos oportuna (3 en el rango del 1 al 5), del mismo modo el 13% de ciudades pequeñas indican el mismo criterio.

Gráfico 13. Oportunidad de las recargas de megas por empresa telefónica

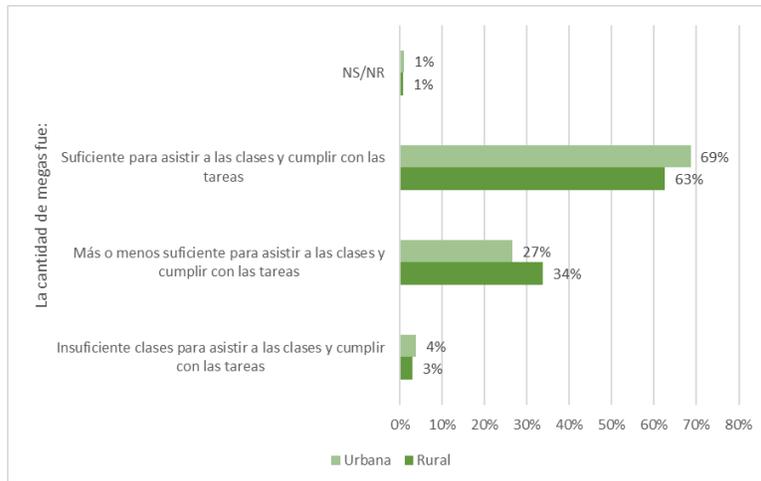


En general, no se percibe que la oportunidad de las recargas dependa de las empresas telefónicas; no obstante, existe una percepción de menor oportunidad de parte de la empresa TIGO con respecto a las otras dos empresas y Entel destaca por un mayor porcentaje de respuestas con el rango 5.

### 3.1.7. Pregunta 7. Cantidad de megas del incentivo

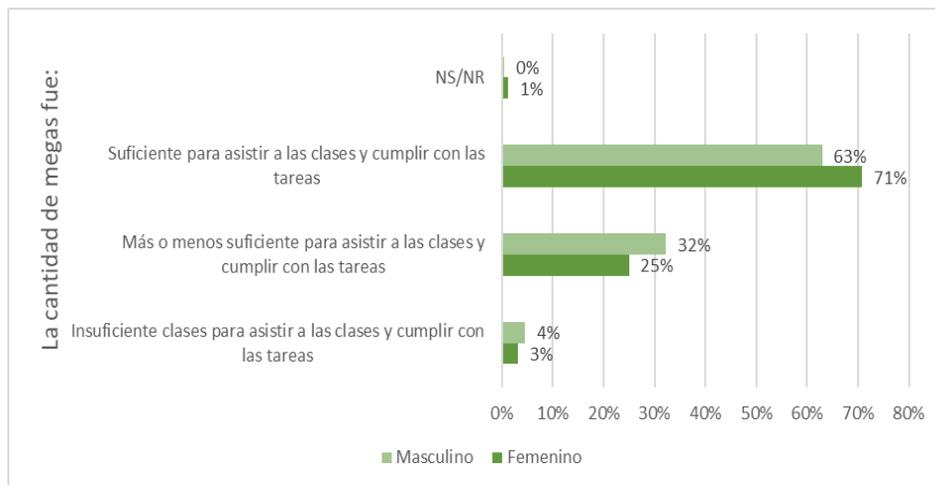
Si bien todos los estudiantes recibieron el mismo monto en bolivianos, las entidades usaron diferentes estrategias con las empresas telefónicas para aprovechar promociones y optimizar el número de megas que recibían los estudiantes.

Gráfico 14. Suficiencia de la cantidad de megas por tipo de área



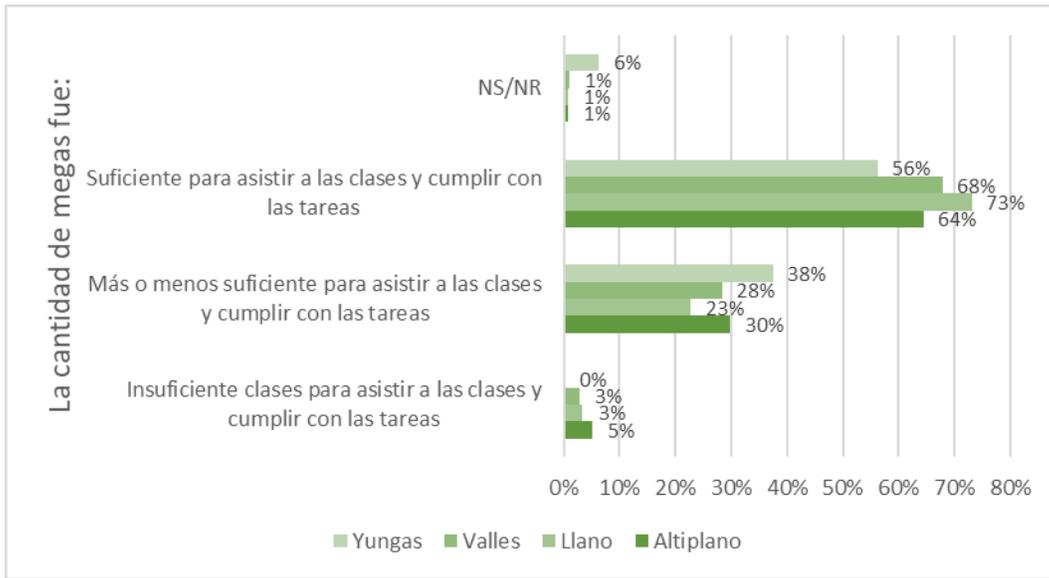
El gráfico muestra que 34% de los estudiantes del área rural, considera que fue “más o menos suficiente”, esta cifra es 7% menos que los estudiantes del área urbana, por otra parte, los estudiantes de área urbana en un 68% consideran que fue suficiente, mientras que el 62% de los de área rural consideran suficiente.

Gráfico 15. Cantidad de megas según sexo



El gráfico 15 muestra que el 71% de las mujeres consideran suficiente la cantidad de megas, contra un 63% de los varones, quienes en un 4% consideran que fue insuficiente.

Gráfico 16. Cantidad de megas según piso ecológico



Por el gráfico 16, se puede apreciar que existe una mejor percepción en los llanos, donde un 73% considera suficiente la cantidad de megas, contra un 56% de los yungas; por otro lado, los estudiantes del altiplano parecen opinar que fue insuficiente 5%, versus 3, y 0% de los otros pisos ecológicos.

### 3.1.8. Pregunta 8. Parte de la carga en megas recibidas usada en clases

El gráfico 18 muestra la distribución de las respuestas sobre la parte de la carga que fue usada para pasar clases por sexo y por tamaño de ciudad, independientemente del criterio de análisis, existe un alto porcentaje tanto en hombre y mujeres (86% y 97% respectivamente) que opinan que usaron “en su totalidad” o “la mayor parte”, algo similar sucede con respecto al tamaño de la ciudad.

Gráfico 17. Parte de la carga en megas usada en clases por sexo y por tamaño de ciudad

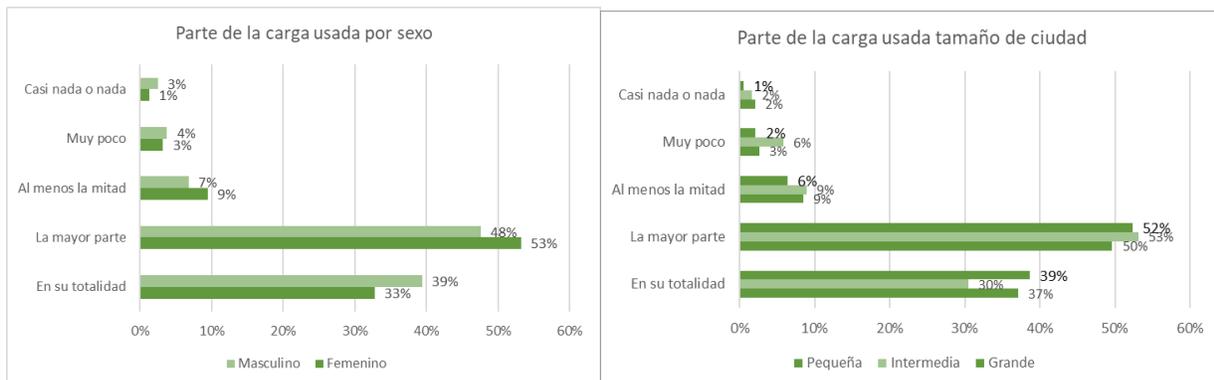
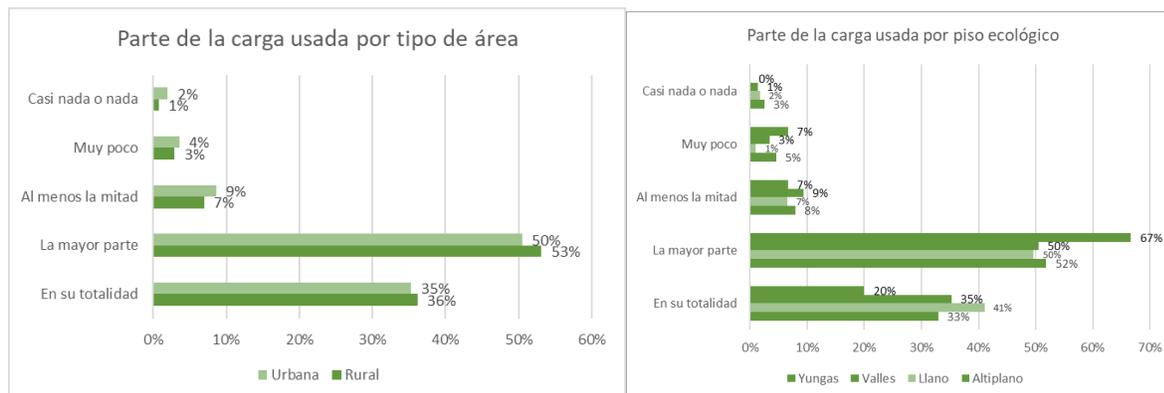


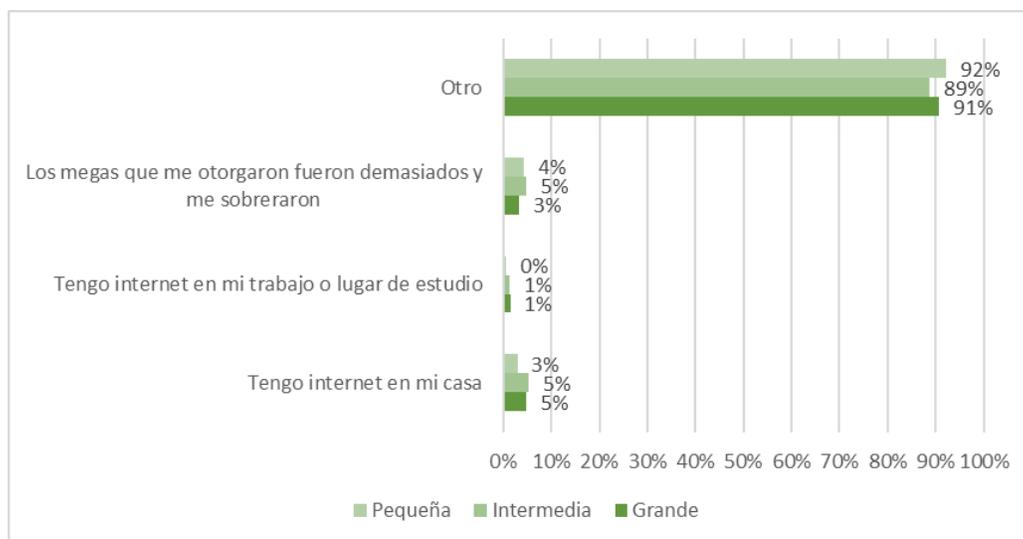
Gráfico 18. Parte de la carga en megas usada en clases por piso ecológico y tipo de área



El gráfico 19 muestra que, los estudiantes del área rural han aprovechado en mayor medida la carga de megas, especialmente los estudiantes ubicados en los llanos, donde el 87% opina que usaron “en su totalidad” y “la mayor parte”. El caso de los yungas es particular ya que solamente un instituto participó del estudio.

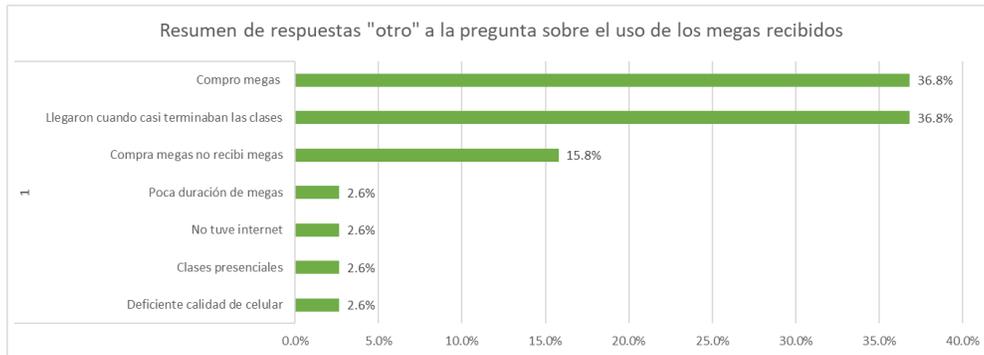
A todos los participantes que indicaron “al menos la mitad”, “muy poco” o “casi nada o nada” se les pidió que identifiquen cuál fue la razón por la que no usaron todos o la mayoría de sus megas para pasar clases. El gráfico 20 muestra que la mayoría de los que dicen que no usaron la mayor parte de sus megas, fueron por otras razones y no por las que se había pensado antes de la encuesta.

Gráfico 19. Razones por la que no usaron la mayor parte de los megas en clases



Siendo que la respuesta mayoritaria fue otros, se consultó cual fue la razón por la que no usaron los megas. La gráfica 21 muestra un resumen de las respuestas obtenidas.

Gráfico 20. Respuestas a la opción otros sobre el uso de megas recibidos

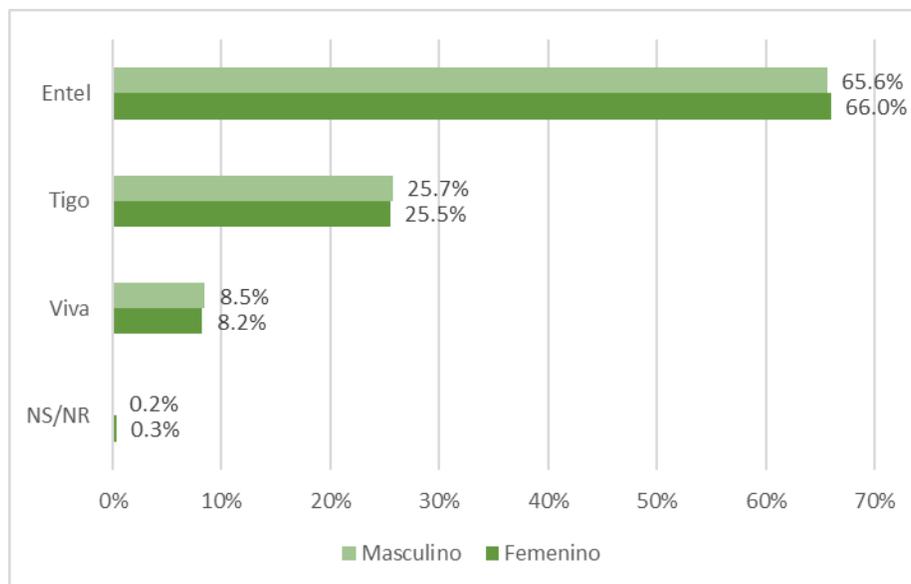


Es interesante que un grupo de personas manifiesta que no recibió el incentivo, de acuerdo a los datos analizados, 16 personas indican que el incentivo llegó muy tarde cuando las clases ya estaban terminando y existen un grupo de 6 personas que respondieron a las encuestas indicando que no recibieron nada.

### 3.1.9. Pregunta 9. Servicio de empresa telefónica usada

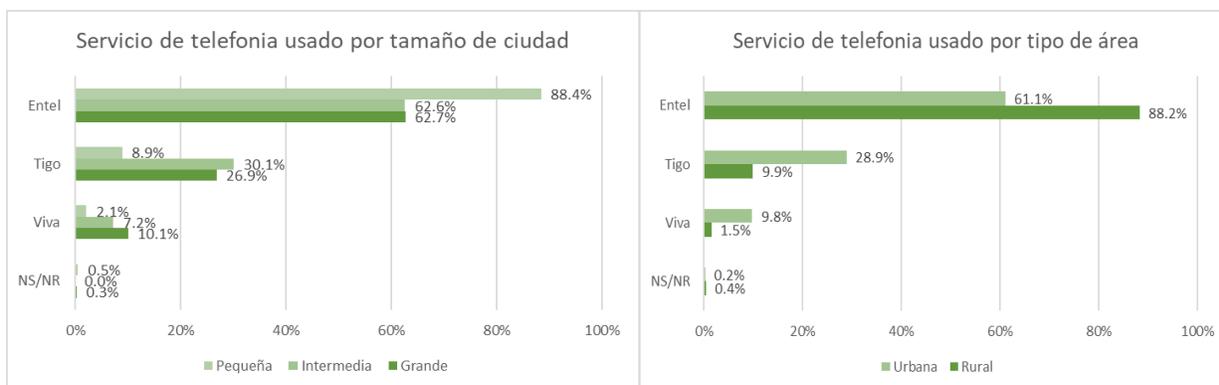
El gráfico 22 muestra, que no existe diferencia entre los hombres y mujeres con respecto a la empresa telefónica usada.

Gráfico 21. Servicio de telefonía usado por sexo



El gráfico 23 muestra que, la empresa Entel predomina en los tres tamaños de ciudades y es la de mayor presencia en las ciudades pequeñas, mientras que las empresas Viva y Tigo tienen presencia principalmente en ciudades grandes y Tigo tiene algo de incidencia en ciudades intermedias, esta misma tendencia se puede apreciar con respecto al área rural donde predomina Entel.

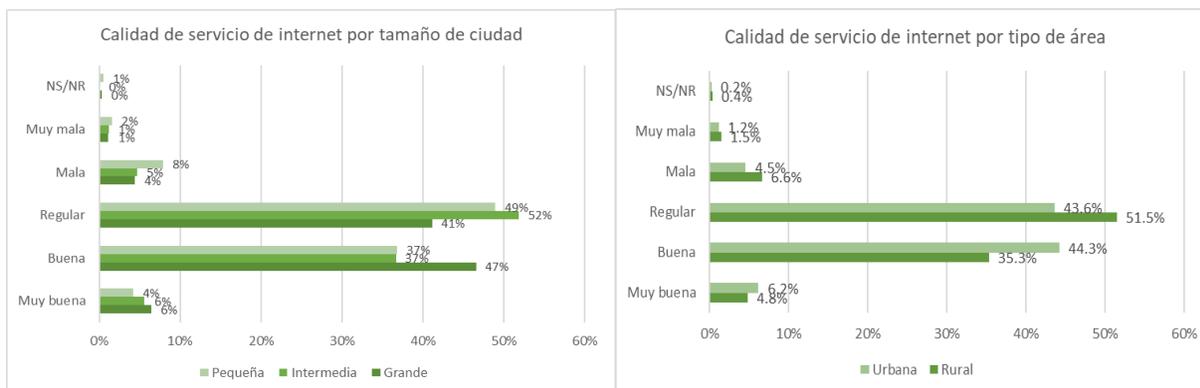
Gráfico 22. Servicio de telefonía usado por tamaño de ciudad y tipo de área



### 3.1.10. Pregunta 10. Calidad del servicio en las regiones de los estudiantes

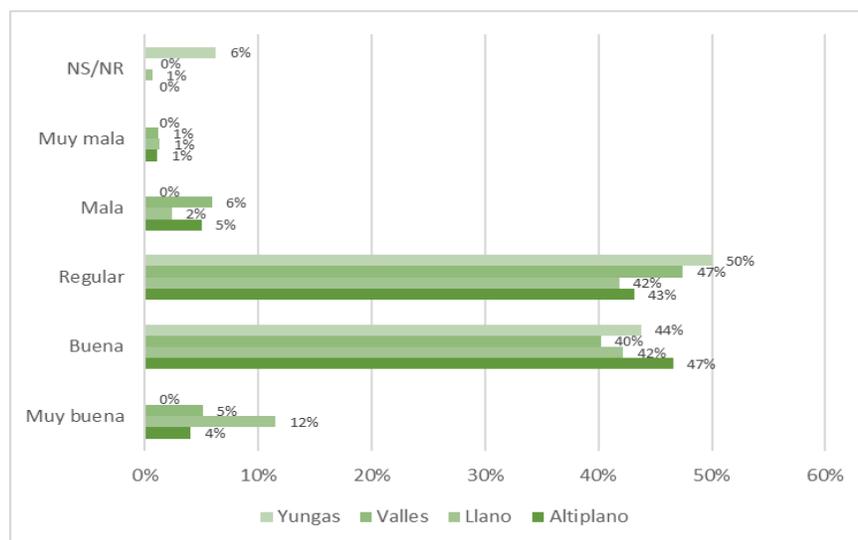
Se pidió a los encuestados su percepción respecto a la calidad de señal de internet en los lugares donde residen o trabajan, el gráfico 24 muestra la distribución de las respuestas por tamaño de ciudad y por tipo de área.

Gráfico 23. Calidad del servicio de internet por tamaño de ciudad y tipo de área



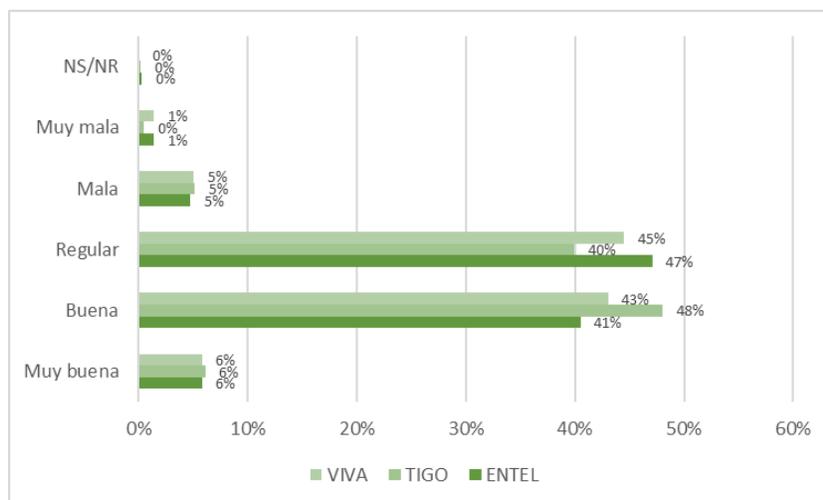
El gráfico 24 muestra que, como era previsible, la calidad del servicio es menor en las ciudades pequeñas y en el área rural.

Gráfico 24. Calidad del servicio según piso ecológico



El gráfico 25 muestra que la calidad del servicio parece ser mejor en los llanos, y “regular” en los yungas y valles (50 y 47% respectivamente).

Gráfico 25. Calidad del servicio de internet según empresa telefónica



El gráfico 26 muestra que, según los estudiantes, la empresa Tigo brinda un mejor servicio de internet con respecto a las otras empresas (54% “buena y muy buena”), mientras que Entel cuenta con el 47% y Viva el 49%.

### 3.1.11. Pregunta 11. Problemas de conexión a internet para pasar clases virtuales

El gráfico 27 presenta que, el 67,5% de las mujeres tuvo problemas de conexión comparado con un 61,5% entre los varones.

Gráfico 26. Porcentaje de estudiantes que tuvo problemas de conexión a internet por sexo

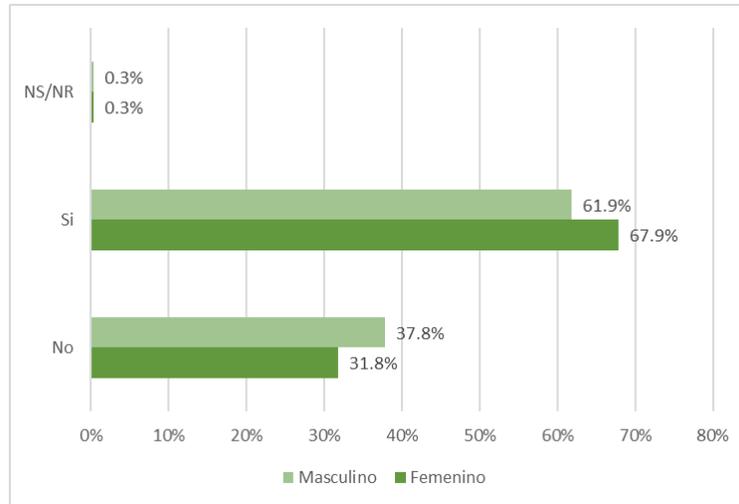
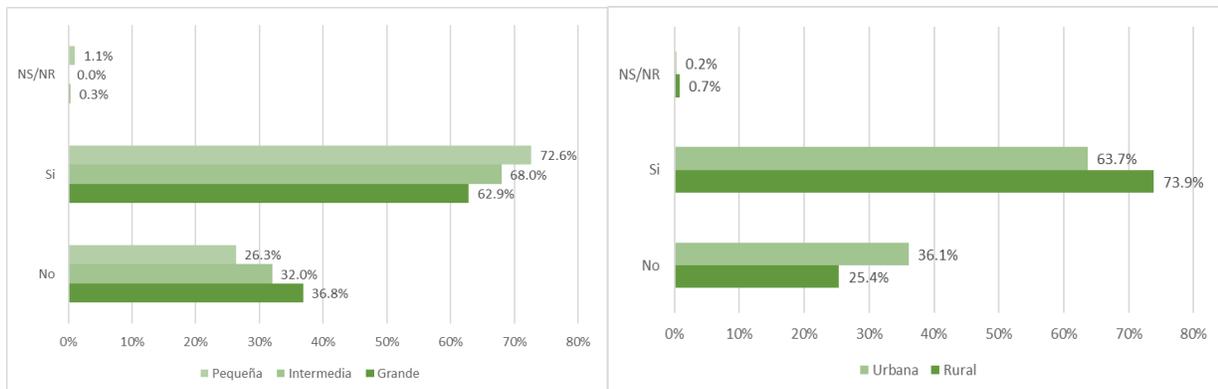
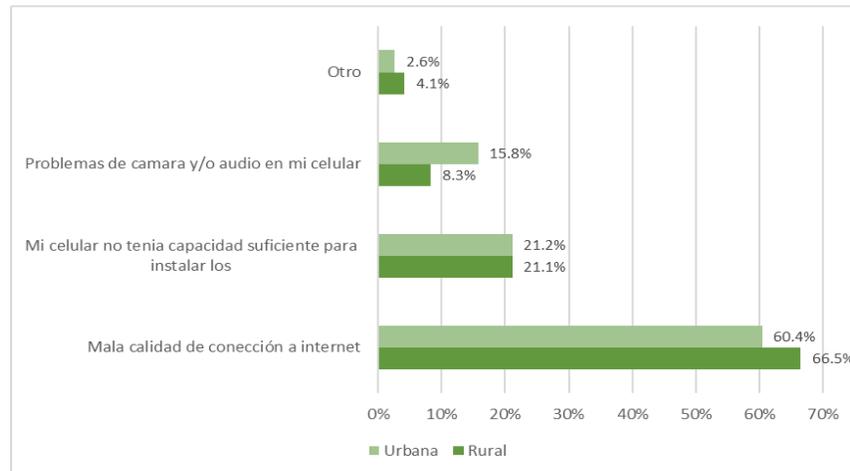


Gráfico 27. Porcentaje de estudiantes que tuvo problemas de conexión a internet por tamaño de ciudad y por tipo de área.



Como se previó, un mayor porcentaje 73% de los estudiantes de ciudades pequeñas indica que tuvo problemas de conexión a internet para pasar clases virtuales, mientras que solamente el 63% de los estudiantes de ciudades grandes indican haber tenido problemas, porcentajes similares se repiten con respecto a las áreas rurales y urbanas.

Gráfico 28. Distribución de los tipos de problemas de conexión a internet por tipo de área



El gráfico 29 muestra que, tanto en el área urbana como en el área rural el principal problema es la mala calidad del servicio de internet (66,5% rural y 60,4% urbana), también existe un porcentaje considerable (21% en ambos casos) en los que el problema está relacionado con la capacidad de los dispositivos.

### 3.1.12. Pregunta 12. Influencia del incentivo en la continuación o conclusión de los estudios

Otra de las preguntas fundamentales del estudio, tiene que ver con el efecto percibido por los estudiantes del incentivo relacionado con su continuación o conclusión de los estudios.

El gráfico 30 muestra que, el 94% de las mujeres indican que fue “determinante” y “ayudó bastante”, mientras que, entre los varones el porcentaje es del 91%.

Gráfico 29. Influencia del incentivo en la culminación de clase por sexo

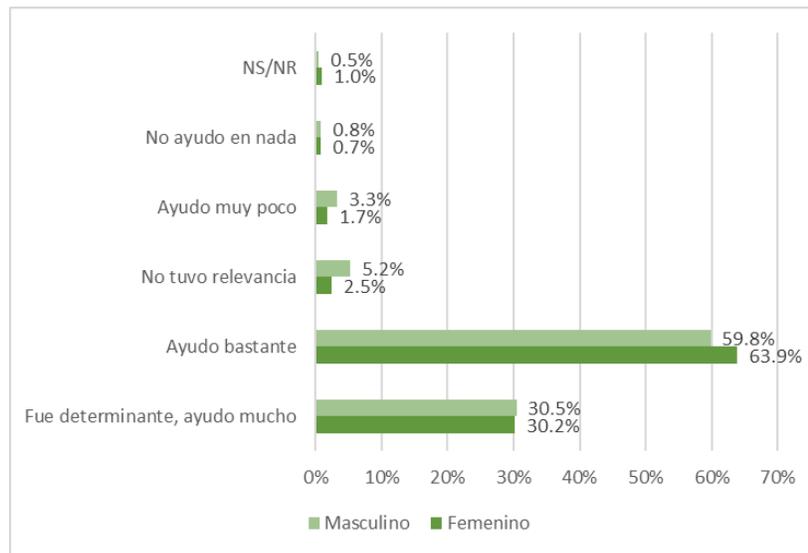
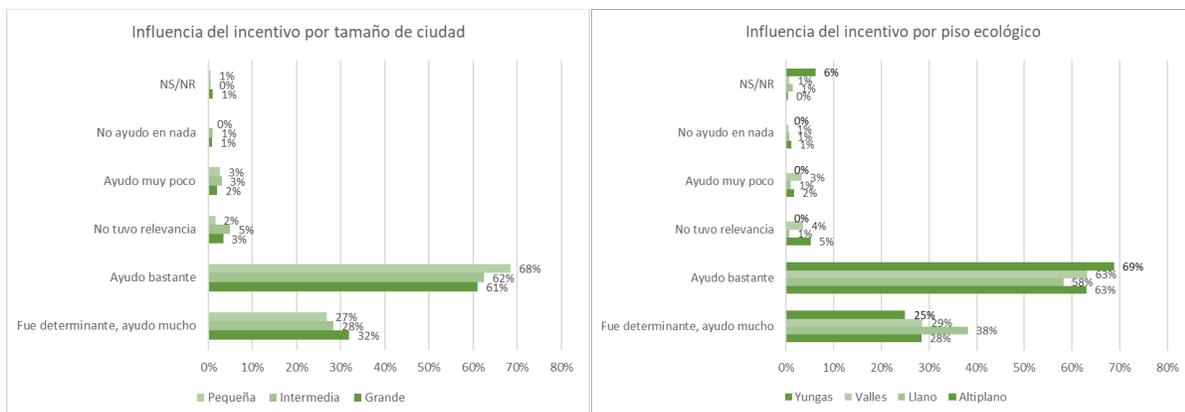


Gráfico 30. Influencia del incentivo en la culminación de clase por tamaño de ciudad



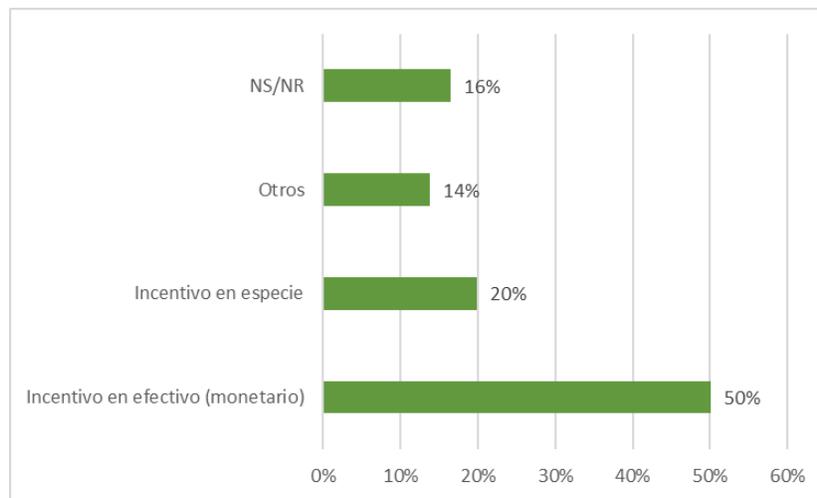
El gráfico 31 muestra que, en un 32% de los estudiantes de ciudades grandes consideran “determinante” el apoyo que se brindó con los incentivos, 28% en ciudades intermedias y 27% en pequeñas, el cuadro es inverso para la respuesta “ayudó bastante”, en esta opción el 68% de los estudiantes de ciudades pequeñas indicaron esta respuesta, 62% en ciudades intermedias y 61% en ciudades grandes. Si sumamos ambos criterios tenemos que, aproximadamente el 90% de los entrevistados opina favorablemente sobre el rol del incentivo.

En lo que respecta a pisos ecológicos, se destaca que en los llanos el 38% dijo que fue determinante para la conclusión de los estudios, el resto de los pisos se encuentra entre el 27 y 29%.

### 3.1.13. Pregunta 13. ¿Cree que había otras formas de incentivo mejores que los megas?

Esta pregunta permitió múltiples respuestas, el gráfico 32 muestra que, el aporte en efectivo es una de las formas de incentivo más mencionadas (50%) por los estudiantes, seguido por incentivo en especie con 20%, se debe aclarar que entre los que no respondieron o respondieron “otros” se encuentra un buen número que indican que no había mejor opción que los megas para motivar la permanencia y conclusión de clases, lamentablemente la boleta de encuestas no permite precisar el porcentaje exacto de personas que indican que no había otra opción mejor.

Gráfico 31. Otras formas más efectivas para motivar la conclusión de clases mejores que los megas



Respecto a las explicaciones sobre las respuestas tenemos las siguientes:

- Incentivo en efectivo (monetario)
  - Los estudiantes podrían decidir cuándo comprar megas para aprovechar las promociones y/o paquetes de datos.
  - Los estudiantes podrían decidir cuándo comprar megas en los momentos que necesitaban para entregar tareas o pasar clases y no tener megas que se gastaban en otros momentos.
  - Los estudiantes que tenían laboratorios podían haber ocupado el dinero para pagar pasajes o comprar insumos para sus prácticas.
  - Como eran alumnos de últimos grados, hubiera ayudado a pagar los gastos del trabajo del proyecto de grado.
  - Los estudiantes podrían administrar mejor sus megas.
  - Compra de celulares con capacidad para las clases virtuales.

- Incentivo en especie
  - Apoyaría en la compra de insumos para los laboratorios.
  - Apoyo en material para la realización de los proyectos de grado.
  - Apoyo en alimentación.
  - Apoyo con dispositivos celulares inteligentes.
  - Material de escritorio.

Se debe aclarar que algunos muchos estudiantes asumieron que la carga de megas fue una forma de incentivo en especie, por esos se encontraron manifestaciones tales como:

- El incentivo que se dio directo a nuestros números fue excelente.
- Fue la mejor opción la recarga de megas.
- Fueron muy útiles los megas que mandaron para pasar clases.
- Etc.

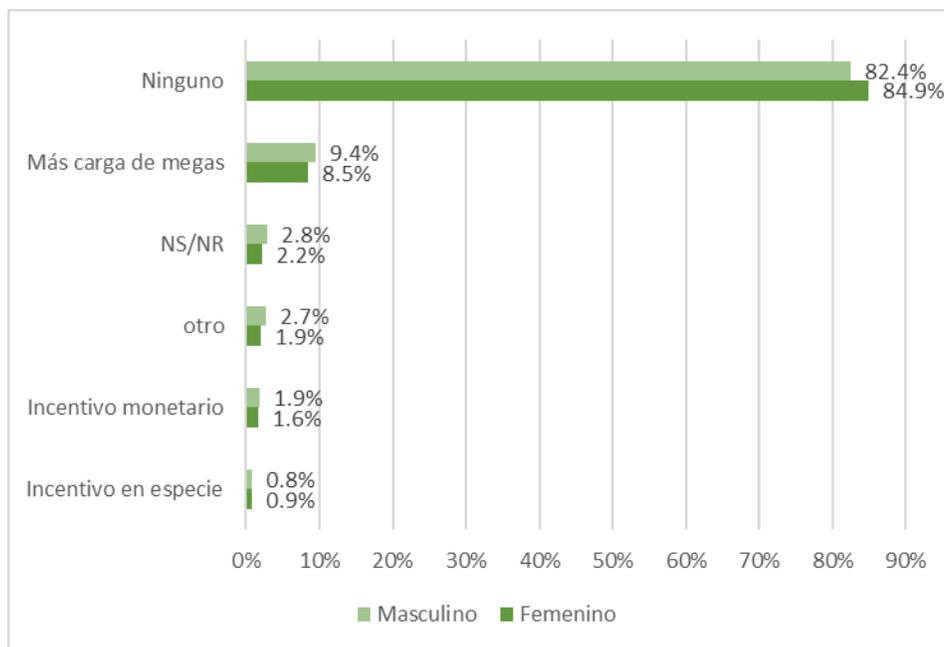
Respecto a la última opción

- Otros
  - La respuesta predominante fue carga de crédito para que los estudiantes decidan qué parte se destina a megas y qué parte a llamadas.
  - Carga de crédito para una mejor administración de los megas a comprar.
  - Más talleres de capacitación para los estudiantes y docentes en clases virtuales.
  - Hubiera sido mejor brindar el incentivo cuando inició la pandemia.

#### **3.1.14. Pregunta 14. ¿Además de megas que otros incentivos recibió?**

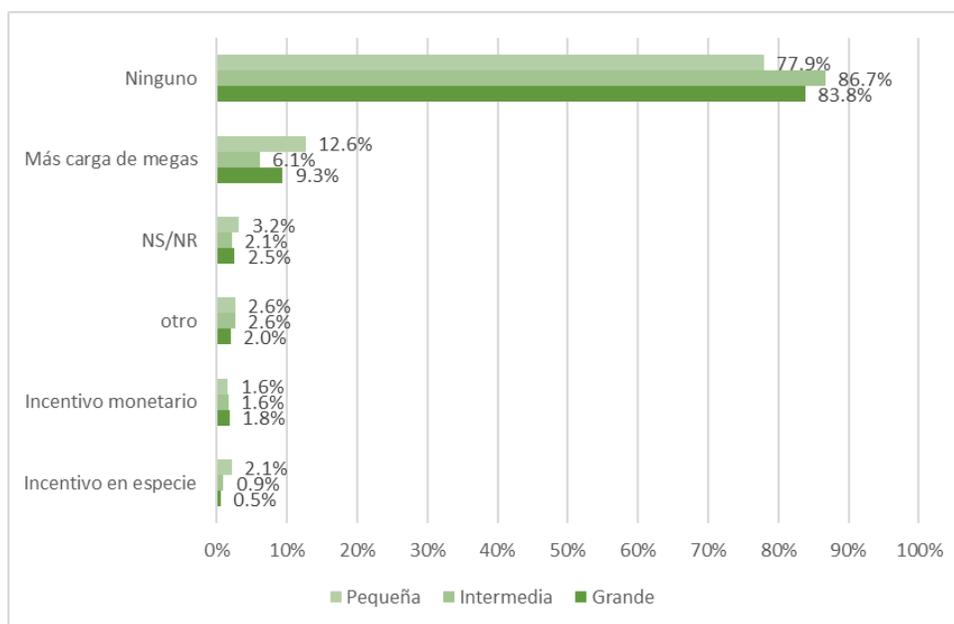
Con el fin de conocer otras formas de incentivos que los estudiantes pudieron haber recibido para motivar su permanencia y conclusión de estudios, se realizó la pregunta respectiva, el grafico 33 muestra que la mayoría (82% de los varones y 85% de las mujeres) no recibió ningún otro tipo de incentivo.

Gráfico 32. Otros incentivos recibidos además de los megas, organizado por sexo del estudiante



El panorama en la gráfica 34 es similar a la gráfica 33, No obstante, existe un porcentaje interesante (entre 6 y 12%) de estudiantes que opinan que les gustaría recibir “más carga de megas” como incentivo.

Gráfico 33. Otros incentivos recibidos además de megas por tamaño de ciudad



#### **4. Conclusiones del proceso de recolección de datos**

Entre las principales conclusiones del proceso se puede destacar:

La mayoría de los estudiantes brindaron suficiente información para sistematizar los procesos y resultados de la iniciativa de apoyo con incentivos

Los resultados deben ser analizados con relación a los contextos en que cada estudiante desarrolla tanto sus actividades académicas como sus actividades personales

Se destaca que ambas entidades ejecutoras lograron acceder a un gran número de estudiantes proporcionando una oportunidad de continuar o concluir sus clases, que de otra forma no hubieran tenido.

## **5. Recomendaciones del proceso de recolección**

Las siguientes recomendaciones se realizan con el ánimo de proponer cambios en el proceso de recolección de datos a través de encuestas virtuales y obtener mayor volumen de respuestas.

Se debe procurar que el remitente de las invitaciones para responder a la encuesta sea una fuente confiable para el estudiante, por ejemplo, el instituto donde estudia o los docentes a quienes conoce.

Se debería realizar la recolección de datos en momento en que aún existen relaciones académicas entre los estudiantes y los institutos, lo que incrementaría el nivel de compromiso de los estudiantes a responder a las encuestas.

## **Anexo 4 Matrices Ejes de análisis de las entrevistas**

**MATRIZ ENTREVISTA A PARTICIPANTES EN EL PROYECTO  
ENTREVISTA SEMI-ESTRUCTURADA**

| <b>Área de sistematización</b>   | <b>ITT (Directores y Docentes)</b>   | <b>Operadores Telefónicas</b>  |
|--|--|--|
| <p>Proceso de selección de la modalidad de incentivo (diferentes procesos de los operadores)</p> | <p>¿Cómo enfrentaron los ITTs el inicio de la pandemia?</p> <p>¿Fue difícil para la organización de los ITTs el pasar clases virtuales?</p> <p>¿Cómo enfrentaron los ITT y el Proyecto mismo, los cambios con el uso de los incentivos en las circunstancias generadas por la emergencia sanitaria COVID 19?</p> <p>¿Cómo respondieron los docentes y los estudiantes a la necesidad de estar conectados para las clases virtuales?</p> <p>¿La adaptación a la “nueva realidad”, fue la misma en todos los Institutos? o se tomaron cuenta criterios como ser geográficos (altiplano, valles y yungas vs tierras bajas) o tamaño (ciudades grandes, intermedias y pequeñas, centros rurales)? Otros?</p> <p>¿Se hizo una encuesta con los estudiantes para ver qué servicio era el que tenían?</p> <p>¿Hubo un compromiso, un plus de parte de las empresas telefónicas?</p> <p>En alguna otra oportunidad con anterioridad, ¿su institución aplicó otro tipo de incentivos para</p> | <p>¿Esta experiencia fue nueva para ustedes? O tienen alguna otra que sea similar?</p> <p>¿Puede indicarnos cual?</p> <p>¿Cómo funciona la conectividad? En relación a la cobertura que se cubrió?</p> <p>¿Hubo un compromiso, un plus de parte de las empresas telefónicas?</p> <p>¿Considera que los incentivos mediante un operador telefónico son efectivos para contribuir a la permanencia de los estudiantes? ¿Por qué?</p> |

|   |   |  |
|---|---|--|
|   | <p>asegurar la permanencia de la matrícula?</p> <p>¿Considera que pueden haber otras formas mas efectivas de incentivar la permanencia de los estudiantes (ej. entrega en efectivo, en especie, otro)?</p> <p>El estar en el altiplano, valle o tierras bajas ¿facilitó o dificultó la adaptación a la nueva realidad?</p> <p>El hecho de que el ITT esté en una ciudad grande, intermedia, pequeña o en el área rural facilitó o dificultó la adaptación a la nueva realidad?</p> <p>¿Cómo comunicaron a los estudiantes la implementación del programa de incentivos?</p> |  |
| <p>Procedimientos de transferencia (mecanismos, actividades, etc. del incentivo).</p> | <p>¿Hubo buena predisposición de ITT de los docentes para la implementación de los incentivos?</p> <p>¿Los procedimientos fueron diferenciados según cada operador, cual considera que funcionó mejor?, cuál no y por qué?</p> <p>¿Qué ventajas ofreció la empresa telefónica que se seleccionó?</p> <p>¿Se verificaron aquellas líneas que no recibieron las transferencias?</p> <p>¿Se verificó que las transferencias llegaran a tiempo?</p>   | <p>¿ Puede explicarnos cual fue el procedimiento utilizado para los incentivos?</p> <p>¿Ofrecieron algún tipo de “plus” por ejemplo cargas dobles?</p> <p>¿Cómo se realizó la comunicación desde la telefónica hacia los estudiantes?</p> <p>¿Se crearon grupos de Whatsapp? ¿Cómo funcionaron?</p> <p>¿Cómo se comunicaron con aquellos estudiantes que no tenían Whatsapp?</p> |

|  |  |   |
|--|--|---|
|  | <p>¿Cómo se realizó el proceso de transferencia?</p> <p>¿Cómo fue el proceso de comunicación para confirmar la recepción de las transferencias?</p> <p>¿En una experiencia similar, cuales aspectos considera que se deberían mejorar y porque? Recomendaciones.</p> | <p>¿por correo electrónico?<br/>¿por SMS?</p> <p>¿Cómo hicieron para las transferencias con aquellos estudiantes que tenían deudas con su telefónica?</p> <p>¿Cómo hicieron para las transferencias con aquellos que tenían ciertas configuraciones en su línea, por ejemplo, montos mínimos de recarga?</p> <p>¿Funcionó el procedimiento de transferencia en todas las áreas rurales?</p> <p>¿Como funcionó la “carga dosificada”? hubieron dificultades? se podría haber mejorado algo?</p> <p>¿Con base en esta experiencia que recomendaría para mejorar los procedimientos que se aplicaron?</p> <p>En términos de negocios para su telefónica ¿Fue conveniente implementar este proceso? ¿ De que manera?</p> <p>¿Podría incluir la telefónica este proceso como parte de un programa de responsabilidad social? ¿Cómo parte de un convenio con las instituciones coejecutoras o con los Institutos?</p> |
|--|--|---|

|  |  |   |
|--|--|---|
|  |  | ¿Podría la telefónica replicar esta experiencia?  |
| Resultados (contribución a la permanencia y culminación) | <p>¿Considera que los incentivos contribuyeron a la permanencia de los estudiantes y la culminación de clases?</p> <p>Además de las transferencias como tales ¿Hubo procesos de retroalimentación con los estudiantes para animarlos a no abandonar sus estudios?</p> <p>¿Cuáles son los aspectos positivos y negativos en relación a los resultados, que podría destacar?</p>   | <p>¿Afectó el tipo de celular en el procedimiento?, ¿que otras cosas afectaron?</p> <p>¿Cuales fueron las dificultades? Y como las resolvieron?</p> <p>¿Qué se hubiera podido mejorar?</p>  |
| Procesos de comunicación                                 | <p>¿Se ha promocionado el sistema de incentivos entre los estudiantes de las carreras apoyadas e incentivadas por los coejecutores en cada ITTs para que permanezcan en clases? ¿Cómo fue?</p> <p>¿Qué canales de comunicación se utilizaron? Redes sociales, cartas, comunicación verbal?</p> <p>¿Hubo reclamos de estudiantes de otras carreras (no apoyadas) en torno al programa de incentivos?</p> <p>En similares intervenciones, ¿que otros temas comunicacionales deberían considerarse?</p> | <p>¿Cuales fueron los canales de comunicación que utilizaron con los destinatarios del incentivo?</p> <p>¿Se aplicó una estrategia comunicacional? Si fue así, ¿cuál fue?</p> <p>¿Hubo buena predisposición y/o comunicación de los ITT para la implementación de los incentivos?</p> <p>¿Hubo desconfianza por parte de los alumnos ante la transferencia? Con referencia a que situación?</p> |

|                                |  |   |
|--------------------------------|--|---|
| <p>Seguimiento y Monitoreo</p> | <p>¿Cuáles fueron los aciertos y dificultades enfrentados con las telefónicas?</p> <p>¿Cómo se realizó el seguimiento y monitoreo de la modalidad de incentivo por parte de los coejecutores?</p> <p>¿Cuáles temas se incluyeron prioritarios para el seguimiento y monitoreo?. Ej. Abandono</p> <p>¿Hubieron dificultades en el seguimiento de la modalidad de incentivo? En cuales aspectos?</p> <p>¿Que sugerencias tiene para mejorar el seguimiento y coordinación de este tipo de modalidad de incentivo?.</p> | <p>¿Cómo se coordinó con los directivos de ITTs? (para el seguimiento)</p> <p>¿Cómo se informó la implementación de los incentivos?, fue periódica? por regiones? o por ej. con base en un modelo de reporte?</p> <p>¿Qué sugerencias tiene para mejorar el seguimiento y coordinación de este tipo de modalidad de incentivo?.</p> |
| <p>Transversal de género</p>   | <p>¿Sabe si las estudiantes mujeres utilizaron el incentivo de manera diferente a los varones?</p> <p>¿El nivel de abandono de hombres y mujeres fue el mismo?</p> <p>El incentivo del 10% a las mujeres apoyó los objetivos propuestos?, fue una buena medida?</p> <p>¿Pudieron haber otras que fortalezcan/incentiven la permanencia de más mujeres?</p> <p>¿Los estudiantes varones sabían de la diferencia de incentivo?</p>   | <p>Se aplicaron medidas diferenciadas dentro del incentivo, para promover la permanencia de las mujeres en los ITT. Su telefónica ¿tiene programas de apoyo diferenciados por género?</p> <p>Si fue así, ¿cuáles fueron los resultados?</p>   |

|  |          |  |
|--|----------|--|
|  | ¿Cuáles? |  |
|--|----------|--|

# **Anexo 5 Base de datos (digital)**

## **Anexo 6 Lineamientos metodológicos para la implementación de grupos focales**

## **LINEAMIENTOS METODOLOGICOS PARA DESARROLLAR LOS GRUPOS FOCALES VIRTUALES**

Concordante con la propuesta metodológica de recolección de información primaria, aplicada para la Sistematización de aprendizajes sobre el incentivo a la permanencia de estudiantes de últimos cursos de institutos técnicos tecnológicos impulsado por el Proyecto Formación Técnica Profesional, se han preparado los lineamientos metodológicos en los cuales se enmarcará el desarrollo de los grupos focales en modalidad virtual.

### **1. Objetivos**

**Objetivo del Grupo Focal Virtual:** Conocer y validar las percepciones de los estudiantes participantes, sobre el incentivo entregado en forma de megas durante la gestión 2021.

### **2. Alcance y criterios de representación**

Se desarrollarán 8 eventos. Cada grupo focal tendrá 50% de estudiantes varones y 50% de estudiantes mujeres así como una representación equitativa de estudiantes de Institutos apoyados por FAUTAPO y CEMSE CEE.

Para ello y sobre la base de información ya recogida en la encuesta y las entrevistas, se invitará a participar a los estudiantes, elegidos al azar, de los grupos focales a sobre los siguientes criterios:

- Uso del incentivo
- Formas de adaptación a la pandemia
- Tecnología limitante para pasar clases virtuales
- Relación con las telefónicas
- Diferencias entre clases virtuales prácticas en carreras “blandas” y carreras “duras”

Los grupos se caracterizarán por:

- Representación de diferentes regiones y/o pisos ecológicos
- Representación tanto hombres como mujeres.
- Representación de diferentes ITT

### **3. Duración de cada sesión.**

Se propone que cada grupo focal dure aproximadamente 1 hora y se realice en horario más conveniente para los estudiantes. Por información previa la mayoría trabaja, por lo cual los grupos focales se desarrollarán ya sea en la noche después de las 19:00 o en fin de semana, según se coordine con ellos.

### **4. Contenido de cada sesión.**

De manera general se aplicará la siguiente modalidad:

1. Bienvenida y presentación (bienvenida y presentación por parte de la anfitriona; explicación del objetivo, de las “reglas del juego” (respeto, cámaras en lo posible, levantar la mano, mucha disposición para compartir las experiencias de cada uno y confidencialidad sobre los temas a tratar) y de lo que se hará en el grupo focal. En este momento se solicitará permiso a los y las estudiantes para grabar la sesión.
2. Fase rompe-hielo: elección de nombres (cada uno de los participantes elegirá un nombre de cualquier ciudad del mundo o la de su municipio para “jugar” como una forma de romper el hielo. Ese nombre será el que se utilizará durante toda la sesión.
3. Fase intercambio y/o debate: la anfitriona iniciará el diálogo planteando el punto central de la temática que se está tocando para que a partir de él se desplieguen todos los detalles posibles, incluidas anécdotas, penas, problemas, etc. La anfitriona deberá estar atenta para ahondar en algunos posibles detalles o datos que contribuyan a enriquecer la información sobre la experiencia, cuidando siempre de mantener un ambiente de respeto por las opiniones y por las contribuciones de las y los estudiantes.
4. Fase de cierre y despedida: como en cualquier diálogo y reunión virtual se realizarán algunas fotos, las despedidas y agradecimientos respectivos.

#### **4. Metodología**

Se utilizará la plataforma ZOOM (en los casos en que los estudiantes que participen tengan experiencia con otras plataformas, se utilizará alternativamente esa como ser Google Meet). se seguirán los siguientes pasos una vez seleccionados los estudiantes a ser invitados en los grupos focales:

1. Invitación vía WhatsApp y telefónica a cada uno de los participantes con una breve explicación del objetivo del grupo
2. Confirmación de su participación
3. Envío del enlace a cada participante y envío previo de temas que se trataran (esto para evitar que los estudiantes se pongan susceptibles, sino que conozcan la temática y estén muy dispuestos a participar)..
4. Envío de una nota de confidencialidad (indicando que todo lo que se trate será manejado solo para fines de análisis agregado, nada específico).
5. Envío de un incentivo en forma de crédito para la compra de megas (con el resto del dinero de la misma línea presupuestaria) a los participantes de los grupos focales.

Como parte del equipo consultor participarán las siguientes personas:

- Carmen Cecilia Yaffar (anfitriona y moderadora)
- Roberto Carlos Sandoval (dinámicas y manejo tecnológico de la plataforma)
- Isabel Ascarrunz (apoyo)

# **Anexo 7 Lista de entrevistados**

## LISTA DE ENTREVISTADOS

|    | Nombre entrevistado               | Instituto                              | Cargo               |
|----|-----------------------------------|--|---------------------|
| 1  | Marilú Flores Uño                 | ITS Nuevo Amanecer                     | Rector              |
| 2  | Juan Pablo Chambi Ibarra          | ITS Nuevo Amanecer                     | Docente             |
| 3  | María Eugenia Rios Murillo        | ITSEC Sucre                            | Rector              |
| 4  | Fernando Leonardo Orellana Lozada | ITSEC Sucre                            | Docente             |
| 5  | Ligia Rodríguez Sandoval          | ITS Pentaguazú Warnes                  | Rector              |
| 6  | Gonzalo Cardozo                   | ITS Pentaguazú Warnes                  | Docente             |
| 7  | Wilma Verónica Farfán Tapia       | ITT Emborozú                           | Rector              |
| 8  | Aybar Velasco Huanca              | ITT Emborozú                           | Docente             |
| 9  | Simón Orlando Aparicio Cossío     | ITT José Luis San Juan Pailón          | Rector              |
| 10 | Elías Gutiérrez Montaña           | ITT José Luis San Juan Pailón          | Docente             |
| 11 | Alberto Ventura Ecuari            | ITT Silverio Rocha                     | Docente             |
| 12 | Rolando Rivera                    | Instituto Tecnológico Superior Saucarí | Rector              |
| 13 | Mónica Anabe                      | Instituto Tecnológico Superior Saucarí | Sec. Administrativa |
| 14 | Edwin Olmos Rojas                 | Instituto Tecnológico Berto Nicole     | Rector              |
| 15 | Claudia Ibañes Valenzuela         | Instituto Tecnológico Berto Nicole     | Docente             |
| 16 | Wilfredo Muruchi Poma             | Instituto Tecnológico Brasil Bolivia   | Rector              |
| 17 | Gabino Cabrera                    | Instituto Tecnológico Brasil Bolivia   | Docente             |
| 18 | Guillermo Villavicencio Quispe    | Instituto Tecnológico Jacha Omasuyos   | Rector              |
| 19 | Gerám Hilaquita                   | Instituto Tecnológico Jacha Omasuyos   | Docente             |
| 20 | Juan Carlos Ribera                | ITSA Riberalta                         | Rector              |

|    |                     |                |                 |
|----|---------------------|----------------|-----------------|
| 21 | Juan Carlos Camacho | ITSA Riberalta | Jefe de Carrera |
| 22 | Wilmer Aro          | ITSA Riberalta | Docente         |

