

## **TÉRMINOS DE REFERENCIA**

### **Consultoría**

#### **Producción de materiales comunicacionales para el cumplimiento de la Estrategia del proyecto “Soluciones urbanas con acción ciudadana”**

##### **1. Antecedentes y justificación**

Hasta ahora, las acciones del proyecto “soluciones urbanas con acción ciudadana”, ejecutado por WWF Bolivia en las ciudades de Santa Cruz de la Sierra, La Paz, Tarija y Trinidad han aportado en gran manera a las estrategias de educación ambiental de dichos Municipios, a las acciones de educación ambiental de las escuelas y a los planes de preservación de las áreas protegidas municipales. Nuestras acciones han logrado reforzar el comportamiento ambiental/resiliente de las instituciones comprometidas y población interesada en los temas ambientales de cada ciudad. Sin embargo, aún hay muchas personas a las que no hemos llegado con el mensaje de conservación y protección del Planeta y a quienes necesitamos se conviertan en actores principales para la defensa del medio ambiente.

Por ello consideramos importante en esta fase del proyecto, dedicar un esfuerzo extra en la difusión de información, logros y resultados, para atraer a más personas y ampliar el efecto, comprometiendo a más ciudadanos a adoptar hábitos más amigables con el medio ambiente.

Todo este proceso además tiene el fin de lograr la sostenibilidad del proyecto. Involucrando a la ciudadanía, escuelas, universidades y fortaleciendo las capacidades de los funcionarios públicos, tendremos una gran cantidad de personas comprometidas con el funcionamiento de los Centros de Educación ambiental, que formarán a públicos prioritarios, cada vez más exigentes, empoderándolos y permitiendo así garantizar la continuidad de estos espacios que son de los ciudadanos.

Por ello consideramos importante para el siguiente año del proyecto dedicar un esfuerzo extra en la difusión de información, logros, resultados y otros temas en relación a la naturaleza propuestos por WWF, para atraer a más personas y ampliar el efecto, comprometiendo a más ciudadanos a adoptar hábitos más amigables con el medio ambiente.

Todo este proceso además tiene el fin de lograr la sostenibilidad del proyecto. Involucrando a la ciudadanía, escuelas, universidades y fortaleciendo las capacidades de los funcionarios públicos, tendremos una gran cantidad de personas comprometidas con el funcionamiento de los Centros de Educación ambiental, que formarán a públicos prioritarios, cada vez más exigentes, empoderándolos y permitiendo así garantizar la continuidad de estos espacios que son de los ciudadanos

##### **Información para la sensibilización**

El proyecto con estudiantes universitarios (y en menor grado con estudiantes de educación básica) ha producido varios documentos de investigación de carácter científico en el área protegida municipal

Curichi La Madre de Santa Cruz de la Sierra, en el área protegida Ibare-Mamoré en Trinidad y más adelante con el Bioparque de Tarija, que nos ayudan a comprender la importancia de preservar áreas naturales en las ciudades, por sus efectos benéficos para la vida de la población. A pesar de que esta afirmación pueda parecer común y aceptada por todos, evidenciarlas con datos concretos, reales y probados, podría:

- Conducir a las autoridades municipales a tomar decisiones más ambientales en torno a las áreas verdes de las ciudades.
- Despertar en la ciudadanía un interés por conservar/restaurar espacios verdes de las ciudades para mejorar su calidad de vida.
- Comprometer y movilizar a los jóvenes en torno a causas de preservación de la naturaleza.

Nada de esto se logrará mientras la información producida se mantenga reservada o circule solamente entre las personas que ya están sensibilizadas. La estrategia pretende lograr que esta información científica, elaborada por los estudiantes, llegue a distintos públicos, en un lenguaje accesible, a través de herramientas como las redes sociales, infografías y notas. Todos los materiales estarán dirigidos a sensibilizar a la población en torno a la importancia de la naturaleza y su influencia en el mejoramiento de la calidad de vida en las ciudades.

Como proyecto tenemos temas ambientales prioritarios en las 4 ciudades (como por ejemplo uso racional del agua, gestión de residuos sólidos, áreas protegidas) para las cuales se diseñarán productos audiovisuales digitales, para introducir la temática en el cotidiano de la ciudadanía y ampliar el alcance de nuestro público. También apoyados en materiales disponibles en la red WWF.

Los Centros de Educación Ambiental reciben estudiantes de las escuelas de las ciudades y también a estudiantes universitarios, en busca de información sobre diversos temas de medio ambiente y oportunidades de investigación o espacios para realizar prácticas profesionales. Asimismo, algunos profesores de escuelas han expresado su deseo de tener espacios de capacitación y descubrimiento de nuevas formas de hacer educación. Esto nos incentiva a reafirmar la búsqueda de convertir los CEAs en referentes para el desarrollo de capacidades atrayendo –a través de la difusión en las redes sociales- a personas de diferentes ámbitos.

A lo largo del año también se han ejecutado una serie de Fondos concursables en dos categorías: El “Fondo de iniciativas ciudadanas” y El “Fondo concursable Municipal”, que son ejemplo de que las soluciones a los problemas ambientales del contexto local inmediato, no siempre requiere de fondos extremadamente grandes, y que la población está trabajando por el medioambiente y es capaz de proponer acciones escalables, que deberían ser más visibles para que los municipios inclusive, analicen la posibilidad de replicar los proyectos exitosos a gran escala en las ciudades.

Por ello se requiere de una acción amplia de difusión de todo el proceso de planificación, ejecución y sostenibilidad de los mismos, para captar la atención de autoridades gubernamentales locales, nacionales y quizá hasta entidad internacionales que permitan buscar la continuidad, réplica y crecimiento de los proyectos ya ejecutados. Al momento el proyecto no cuenta con un plan de comunicación claramente definido.

## **2. Objetivo de la consultoría**

Elaborar piezas comunicacionales que respondan a la Estrategia del programa “Sociedades Sostenibles” de WWF Bolivia en las 4 ciudades en las que se ejecuta: La Paz, Tarija, Trinidad y Santa Cruz de la Sierra, para la socialización y sensibilización de los diferentes grupos objetivos de los Centros de Educación Ambiental, Áreas Protegidas, fondos concursables, profesores y estudiantes.

### 3. Tareas principales a desarrollar

- a) Elaboración de guía con los lineamientos comunicacionales a nivel nacional o general para las 4 ciudades (La Paz, Tarija, Santa Cruz de la Sierra, Trinidad) donde se mencione: Público objetivo, canal, tono de comunicación, parámetros de diseño gráfico, frecuencia, inversión
- b) Elaboración de planes comunicacionales por proyecto
- c) Producción de piezas comunicacionales en base a los planes comunicación elaborados, que incluyan productos para medios digitales y plataforma web y algunos medios tradicionales (artes, videos, material impreso, infografías)
- d) Elaboración de una estrategia de marketing digital para redes sociales para los CEAs.
- e) Elaboración de informes mensuales de progreso y un informe final con resultados.

### 4. Productos esperados, fechas tentativas, detalles

Corresponden con cada tarea:

PRODUCTOS ESPERADOS			
No	TAREAS	PRODUCTOS	CÓDIGO
1	Elaboración de un plan de trabajo para la producción de planes de comunicación y piezas comunicacionales, para la socialización de resultados del proyecto "Soluciones urbanas con acción ciudadana".	Plan de trabajo	Documento
2	Elaborar un plan de comunicación en el marco de la estrategia de comunicación del proyecto Sociedades sostenibles, para la visibilización de los resultados del mismo.	Un documento con el plan de comunicación y difusión de las piezas comunicacionales, con un alcance de 6 meses de implementación.	Documento
3	Realizar una guía de lineamientos para la producción de piezas comunicacionales de la estrategia a nivel local, contextualizada, pero alineada a la estrategia de comunicación, que será de uso de los socios del proyecto.	Documento con lineamientos generales para producir las piezas comunicacionales.	Documento

Proyectos de iniciativas ciudadanas: La Paz, Tarija, Santa Cruz de la Sierra, Trinidad			
4	Guionización, producción y post producción de un video memoria del proyecto en 4 ciudades (LP, TJA, SC, TDD) de 2 a 3 minutos.	<p>1 video memoria del proyecto de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 3 min aprox.</li> <li>- Formato de alta calidad para medios.</li> <li>- Formato de calidad comprimida para distribución por internet. (web, redes sociales)</li> </ul>	Video
5	Producción de videos de 15 segundos en formato Instagram para 4 ciudades	<p>Pack de videos cortos para redes sociales. 20 videos (5 por ciudad).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Videos de 15 segundos, en formato vertical (para historias) verticales y cuadrados.</li> <li>- .</li> <li>- Resolución suficiente para medios digitales.</li> </ul>	Video
6	Diseño y redacción de artes para RRSS para 4 ciudades	32 artes para redes sociales, 8 de cada ciudad, diseño gráfico y redacción de textos para posts (cronoposts o grilla).	Posts RRSS
7	Diseño de infografía para 4 ciudades	4 Infografías con resultados del proyecto, una por ciudad, incluye la sistematización de datos clave.	Posts RRSS
8	Redacción de artículo resumen con datos de impacto del proyecto para 4 ciudades	4 notas para blog - Resumen del proyecto, acciones clave, incidencia, siguientes	Artículo

		pasos.	
<b>SUB TOTAL</b>			
Proyectos del Fondo Concursable Municipal.			
9	Videos/cápsulas escoger entre La Paz, Tarija y Trinidad.	3 videos testimoniales de un minuto cada uno en alta calidad y bajadas para redes sociales, sobre los Fondos concursables más exitosos que incluya: problema, planteamiento de la solución, impacto actual. A través de entrevistas a los principales actores. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Video de 1 minuto.</li> <li>- HD</li> <li>-</li> </ul>	Videos
10	Redacción de artículo resumen con resultados del concurso	1 Contenido para blog	Artículo
<b>SUB TOTAL</b>			
Proyectos de Estudiantes de Secundaria (prepararnos para el siguiente año)			
11	Arte de convocatoria y bases del concurso	3 Artes para redes sociales con convocatoria y bases del concurso	Posts RRSS
12	Video para la convocatoria: guionización.	1 Video de un minuto para redes sociales, animado o elaborado con imágenes de apoyo. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Video de 1 minuto.</li> <li>- Con Mothion Graphics.</li> <li>- HD</li> <li>- Video de alta calidad original.</li> </ul>	Video

		- Calidad comprimida para distribución en línea. (web, redes sociales)	
<b>SUB TOTAL</b>			
Centros de Educación Ambiental: Puerto Quijarro, Trinidad, La Paz, Santa Cruz de la Sierra, Tarija)			
13	Guionización, producción y post producción de espacios de cada CEA	4 Videos en cada CEA, que muestre los espacios, funciones, actividades, importancia. Videos de 3 minutos, de alta calidad y bajadas para redes sociales.	Video
14	Diseño y producción de cinco brochures (uno sobre el proyecto y cuatro sobre la implementación en las distintas ciudades), para su uso digital e impreso.	La producción incluye la sistematización y redacción del contenido. Cada brochure debe ser de dos planas, máximo.	Brochure
15	Planes de Marketing digital	Documento que contiene: definición de objetivos, públicos, formatos, cronograma, inversión, métricas, con un acápite para cada CEA donde se define tipo de contenido. Ejemplos de tipo de artes. Cada plan será para un período de un seis meses.	Documento
<b>SUB TOTAL</b>			
Áreas Protegidas Municipales: APM Ibare-Mamoré, Curichi La Madre, Bio parque urbano.			
16	Guionización, producción y post producción de videos de los espacios de cada APM	3 Videos en cada CEA, que muestre los espacios, funciones, actividades, importancia. Videos de 3 minutos en alta calidad y tres bajadas para redes sociales.	Video

17	Redacción de artículo resumen con resultados destacados de las investigaciones científicas realizadas por Universidades en cada área protegida	3 Notas para blog	Artículo
18	Paquete de recursos para redes sociales	12 artes para redes sociales, 4 de cada APM, diseño gráfico y plan de posteos.	Posts RRSS
<b>SUB TOTAL</b>			
Comunidad Educativa con profesores.			
19	Video: Testimonios con profesores por ciudad.	4 Videos testimoniales y storytelling de la experiencia e impactos, de 2 a 3 minutos de duración, filmados en 4 ciudades del proyecto: La Paz, Tarija, santa Cruz de la Sierra, Trinidad. - Videos en alta calidad con tres bajadas para redes sociales.	Video
20	Paquete para redes sociales para la difusión de resultados.	10 artes para redes sociales, diseño gráfico y plan de posteos que incluya los textos sugeridos para la publicación.	Posts RRSS
21	Artículo para blog	Redacción de un artículo sobre la comunidad educativa.	Articulo
22	Elaboración de informe final con resultados y conclusiones principales, lecciones aprendidas, buenas prácticas y recomendaciones de la implementación de los planes de comunicación y la estrategia de marketing digital. para el futuro. Informe final de la consultoría.	Informe final de la consultoría.	Documento
<b>SUB TOTAL</b>			
<b>SUB TOTAL TODOS LOS ITEMS</b>			

#### **4. Costo de la Consultoría y duración de la consultoría**

El monto para la consultoría debe especificar claramente y por separado:

- a) Costos de servicio profesionales por producto.
- b) Costos por movilización a las ciudades de La Paz, Santa Cruz, Trinidad y Tarija.

#### **5. Área de trabajo**

El consultor/a podrá desarrollar las actividades en sus propias instalaciones, utilizando sus equipos y facilidades.

Se debe tomar en cuenta que el proyecto contempla las ciudades de La Paz, Santa Cruz, Tarija y Trinidad para lo que deberá trasladarse entre ciudades y/o conformar un equipo profesional en cada una de las ciudades que garanticen la producción de materiales de acuerdo a la estrategia comunicacional que guiará la intervención.

#### **6. Tiempo de la consultoría**

La consultoría tendrá una duración máxima de 4 meses que serán contabilizados a partir del día siguiente hábil de la suscripción del documento contractual.

#### **7. Costo y condiciones**

WWF Bolivia estipula el pago de "Gastos de consultoría" a la firma del contrato y los siguientes pagos se realizan contra entrega de cada producto, con la aprobación técnica de los técnicos responsables de WWF Bolivia.

- a) WWF Bolivia exigirá la presentación de una factura por los servicios prestados.
- b) WWF Bolivia exigirá la presentación de los aportes exigidos por la normativa nacional.

#### **8. Condiciones adicionales**

El (la) consultor (a) es responsable absoluto del trabajo a realizar y deberá garantizar y responder durante la consultoría en caso de ser requeridos para cualquier aclaración no podrá negar su concurrencia.

WWF Bolivia facilitará la información técnica necesaria relacionada con la consultoría contratada.

Los productos de la consultoría serán de propiedad de WWF por lo que el/la consultor (a), no podrá compartir la información con otros organismos instituciones o personas ajenas a esta institución.



## **9. Requisitos para la postulación.**

### **Empresas y/o Unipersonales**

#### **Profesionales**

- Experiencia probada en trabajos de producción de piezas comunicacionales, guionización, edición de video y documentos impresos.
- Experiencia en el desarrollo de contenidos comunicacionales.
- Capacidad de trabajar en equipo, en estrecha coordinación con equipos de trabajo de varias instituciones.

#### **Personales**

- Excelente expresión oral y escrita.
- Actitud proactiva, dinámica y creativa.
- Alta sensibilidad y compromiso con la temática ambiental.
- Responsabilidad y compromiso con el trabajo.

### **Documentación a presentar**

- Carta de presentación
- Propuesta técnica y económica.
- Hoja de vida (solo con la información relacionada a la consultoría)
- Presentar hoja de vida del equipo creativo/comunicacional.
- Fotocopia de poder del representante legal (para empresas consultoras/constructoras)
- Fotocopia de fundempresa
- Fotocopia de NIT – Certificado de NIT (para consultores individuales o empresas consultoras)
- Fotocopia de C.I
- Número de NUA o CUA (AFP)
- Enlaces a ejemplos o muestras de su trabajo de producción de piezas comunicacionales. (indispensable)

## **10. Seguimiento y evaluación**

Serán las responsables de la coordinación, seguimiento y evaluación los oficiales de WWF Bolivia en cada ciudad.

**Se recibirán propuestas hasta el día lunes 21 de diciembre de 2020**

**Al correo: [convocatorias@wwfbolivia.org](mailto:convocatorias@wwfbolivia.org)**

**Con el asunto:** Consultoría producción de material comunicacional

Para toda consulta aclaratoria y/u otra información adicional por favor dirigirse, hasta el día jueves 17 de diciembre al siguiente correo electrónico:

[convocatorias@wwfbolivia.org](mailto:convocatorias@wwfbolivia.org)

**Con el asunto:** Requerimiento de información Consultoría producción de material comunicacional