

TÉRMINOS DE REFERENCIA

CONTRATACIÓN DE PERSONA NATURAL PARA EL MANEJO DE REDES SOCIALES DE WWF-ECUADOR

1. Antecedentes

WWF, por sus siglas en inglés, es una de las organizaciones de conservación independiente más grandes y respetadas del mundo. Su misión es detener la degradación del entorno natural del planeta para construir un futuro en que las personas vivan en armonía con la naturaleza. En Ecuador, WWF trabaja en tres regiones geográficas del país, la región marino costera y Galápagos, el Chocó andino, y la Amazonía, a través de tres áreas de trabajo: conservación y restauración, mercados y bioeconomía, y ciudadanía activa.

WWF Ecuador busca implementar su estrategia digital para posicionar a la organización, incrementar la visibilidad de sus acciones, educar y movilizar a la ciudadanía, así como amplificar su incidencia en Ecuador y la región. Esto requiere de monitoreo, creatividad, producción y difusión de contenidos digitales y manejo de sus redes sociales oficiales (Facebook, Instagram, X y LinkedIn). Para ello, se considerará necesaria la experiencia en el desarrollo de estrategias de pauta y PR digital.

2. Objetivo General

Alcanzar una presencia y posicionamiento digital de WWF en el Ecuador, potenciando la incidencia sobre actores claves para la conservación, sensibilizando que su audiencia se conecte e interese en actuar por la naturaleza y se fortalezca la visibilidad de los pilares de conservación y las iniciativas nacionales, regionales y globales de la organización.

3. Actividades y Productos

- Comprensión profunda del estado actual de las redes sociales de WWF-Ecuador y de la estrategia digital de WWF-Ecuador.
- Desarrollar junto al equipo de WWF-Ecuador un flujograma de trabajo, horarios de atención y condiciones de servicio que garanticen la implementación de la estrategia digital, la coordinación entre la agencia y el equipo de WWF, la revisión y construcción de contenidos.

- Proponer proactivamente historias y contenido para las redes sociales de WWF-Ecuador, trabajando de la mano con el respectivo punto focal de Comunicación de dicho proyecto/programa y participando en reuniones estratégicas con quienes lideran los pilares de conservación, así como la programación de campañas de WWF-Ecuador.
- Desarrollar, implementar y monitorear una planificación mensual y su respectiva parrilla de contenidos que responda a la estrategia digital y las necesidades de los programas de conservación. **Para ello tendrá la posibilidad de elaborar por su parte o a su vez planificar presupuestariamente la subcontratación de un diseñador/animador/editor.**
- La parrilla de contenidos a implementar aalmente debe incluir:
 - Diseño de 8 posts mensuales (caption + gráfico)
 - Generación de 4 contenidos especiales al mes (caption + diseño/video)
 - Publicación de 4 a 6 convocatorias de empleo mensuales (aplicación de plantilla prediseñada)
 - Desarrollo de 1 reel quincenal de hasta 60 segundos (utilizando contenido entregado por WWF)
 - Hasta 2 coberturas digitales mensuales durante eventos de WWF-Ecuador (no exige la asistencia al evento pero si la activación de redes sociales durante el evento)
- Monitoreo de redes sociales e identificación de potenciales crisis para aplicación de protocolos y escalamiento.
- Respuesta diaria a las interacciones (comentarios y mensajes directos) que las y los seguidores dejan en las cuentas de WWF-Ecuador.
- Brindar lineamientos y recomendaciones recurrentes al equipo de WWF-Ecuador en cuanto al levantamiento de información y/o generación de contenido de valor para su uso en canales digitales (alineado a las estrategias de comunicación, educación, incidencia y fundraising).
- Coordinar una reunión mensual con el equipo de Comunicación donde se presente un análisis de resultados obtenidos, hallazgos y recomendaciones, con el objetivo de tomar decisiones sobre la parrilla de contenidos de los siguientes meses.
- Participar en una reunión mensual con el equipo de comunicación de WWF-Ecuador a fin de identificar oportunidades de publicaciones, necesidades del equipo, así como conocer sobre nuevos proyectos, iniciativas, oportunidades o retos que enfrenta la oficina.
- Entregar un informe bimensual comparativo sobre la gestión y resultados alcanzados.

- Participar en el desarrollo e implementación digital de la campaña Hora del Planeta de WWF Ecuador (febrero y marzo 2026), así como en la difusión de otras campañas elaboradas a nivel nacional y global por WWF.

El Consultor/a deberá desarrollar y entregar los siguientes productos, así como atender y resolver los comentarios, observaciones y/o solicitudes de información que le requiera WWF para proceder con su revisión y aprobación final:

Entregables	Plazo de Entregas	% Pago
Producto 1 - Informe digital febrero, marzo y abril 2026	10 de mayo 2026	20%
Producto 2 - Informe digital mayo y junio 2026	10 de julio 2026	15%
Producto 3 - Informe digital julio y agosto 2026	10 de septiembre 2026	15%
Producto 4 - Informe digital septiembre y octubre 2026	10 de noviembre 2026	15%
Producto 5 - Informe digital noviembre y diciembre 2026	10 de enero 2027	15%
Producto 6 - Informe digital enero y febrero 2027	10 de marzo 2027	20%

*La contratación no incluye levantamiento audiovisual de contenidos.

4. Perfil requerido

Perfil: Comunicador con más de 3 años de experiencia en la **planificación, desarrollo y análisis** de estrategias digitales.

Capacidad clave: Creación y ejecución de **parrillas mensuales** (calendario editorial) alineada a estrategia de comunicación y campañas puntuales.

Contenido: Redacción de **caption**, guiones de reels, ideas de carruseles y adaptaciones por red.

Diseño simple: Manejo de **Canva** (plantillas, carruseles, stories) y retoques básicos en **Illustrator/Photoshop** (deseable).

Video básico: Edición rápida en **CapCut** (cortes, subtítulos, música, formatos verticales) u otras herramientas similares.

Publicación: Conocimientos elevados en programar y publicar en **Meta Business Suite** (y/o herramientas similares), así como el manejo de distintos formatos y buenas prácticas de rendimiento.

Data: Seguimiento de KPIs (alcance, engagement, crecimiento, clics), **con capacidad de redactar informes que incluyan conclusiones y recomendaciones.**

Atención a seguidores: responder mensajes/comentarios, moderación básica y escalamiento de casos que potencialmente afecten la reputación o posicionamiento de WWF.

Gestión de proveedores: capacidad de **briefear y subcontratar** proveedores de diseño/producción/posproducción más complejas; así como hacer seguimiento oportuno a entregables.

Habilidades blandas: Trabajo en equipo, creatividad e innovación digital, capacidad de organización ante dinámicas cambiantes, autonomía, comunicación asertiva, criterio visual y comunicacional, y orientación a resultados.

5. Forma y presentación de la propuesta:

La persona natural deberá llenar el siguiente formulario de aplicación, en el cual se pedirá presentar una propuesta técnica que incluya:

1. Ejercicio creativo (adjunto en los TDRS)
2. Ejemplo de un informe/reporte de redes sociales que demuestre su capacidad de planificar la estrategia digital y contenidos en base a indicadores, analizar estadísticas y presentar resultados alcanzados.
3. Portafolio de campañas o experiencias similares realizadas (individual o colectivamente – si es colectivo, especificar su rol y el equipo detrás de la misma).
4. Currículo completo, que incluya el detalle de herramientas técnicas que utilizará para la gestión de contenidos (ejemplo: canva, social listening, apps de AI entre otros).
5. Certificado RUC
6. Portafolio de diseñadores/editores con los que trabaja frecuentemente contenidos especiales.

7. Desglose económico aproximado donde se visualice la distribución del fee mensual (manejo de redes sociales y subcontratación de diseño/video).

Estas propuestas detalladas serán evaluadas y calificadas durante el proceso de selección.

Las propuestas podrán ser enviadas máximo hasta el 26 de enero de 2026 a través del siguiente formulario:

https://forms.office.com/Pages/ResponsePage.aspx?id=WmHe6IVo3USxm9fv2QhDTrDhJax1KvxEhP_mLf6wggFUNVnKR043WFISSldTTlo0NzFZMkVYU0xEMC4u

No se revisarán propuestas que estén fuera del formulario o incompletas

Para cualquier duda por favor comunicarse a paula.carrillo@wwf.org.ec, con copia a juanmartin.muller@wwf.org.ec bajo el asunto *"Pregunta consultoría manejo de redes sociales"*

6. Plazo y forma de pago

El período previsto para esta contratación es de 1 año. El o la consultora seleccionada trabajará bajo el acompañamiento y asesoría de Paula Carrillo para desarrollar las actividades antes mencionadas. Los pagos se realizarán bimensual contra entrega y aprobación del informe de gestión digital.

Para recibir cada pago, el Consultor deberá emitir la factura que cumpla con todos los requisitos determinados en el Reglamento de Comprobantes de Venta, previa aprobación de cada entregable. WWF efectuará las retenciones de ley.

De acuerdo con las políticas internas, WWF dispone de treinta días posteriores a la aprobación del producto y a la entrega de la factura, para realizar cada pago.

El presupuesto para esta convocatoria es por un valor mensual de \$2162 (incluye iva 15%). Se solicita que de este valor se destine un monto a la contratación y desarrollo de contenidos especiales.

7. Propiedad Intelectual y Confidencialidad de la Información

El material producido bajo los términos de este contrato, tales como datos originales, imágenes, audio y videos, y, en general, toda creación protegida por la Ley de

Propiedad Intelectual será de propiedad de la WWF. Se reconocerá el derecho de autor.

ANEXO

CASOS CREATIVOS.

A continuación se presentarán dos casos para realizar una simulación de propuesta de publicación para las redes sociales de WWF-Ecuador.

En cada caso se deberá leer la solicitud, revisar las fotos y assets disponibles, y elaborar un caption listo para publicar junto con una propuesta visual (diseño/estructura del contenido). Además, se debe incluir una breve descripción de cómo se llega al aterrizaje realizado, explicando criterios estratégicos utilizados para maximizar el impacto digital (ej. enfoque, formato, tono, narrativa y/o llamado a la acción). El contenido podrá presentarse en formato de carrusel, arte estático, reel u otro formato, de acuerdo al mejor criterio y justificación del postulante.

Previo al desarrollo de cada caso, el postulante debe revisar los lineamientos de marca de WWF (<https://wwfbrand.panda.org/>). Se sugiere realizar un benchmark de contenidos de redes sociales tanto de WWF en Ecuador, como en otras oficinas de WWF a nivel global, para entender cómo la organización se comunica con sus audiencias digitales.

CASO 1.

Sugerencia: Para este caso se recomienda trabajar con el proveedor de diseño/edición con quien trabajaría para desarrollar los contenidos especiales de la cuenta.

Contexto

WWF-Ecuador, ULEAM, el Viceministerio de Acuicultura y Pesca y el chef Rodrigo Pacheco están trabajando en el primer prototipo de Blue Food del Ecuador: gomitas hechas con especies marinas subutilizadas (bajo interés comercial y alto valor nutricional) para ser consumidas por niños y niñas del Ecuador, especialmente en comunidades donde se registran altos índices de Desnutrición Crónica Infantil.

Blue Food busca transformar recursos pesqueros comercialmente subutilizados -como la pinchagua o la hojita-, pero de alto valor nutricional, en productos con valor agregado que puedan ser comercializados por comunidades pesqueras y costeras. El objetivo de

desarrollar estos alimentos está en generar nuevas oportunidades económicas locales y, al mismo tiempo, aportar a la lucha contra la desnutrición infantil en el país.

Objetivo del post: Crear expectativa e intriga sobre una colaboración inesperada, innovadora y de articulación de diversos actores entorno al concepto de Blue Food. Reflejar cómo WWF articula actores para resolver problemas sociales y ambientales por medio de iniciativas innovadoras.

Audiencia: Público general + gente interesada en sostenibilidad, innovación, alimentación.

Información importante:

- Proponer un estilo gráfico para todas las piezas de la historia que hablen sobre Blue Food. Este quiere decir que el post formará parte de una serie.

Look & feel: gastronómico/estética culinaria

Canales sugeridos: Proponer versión para: Instagram (principal) y adaptar a Facebook, X y LinkedIn.

El copy deberá invitar a la audiencia a leer un boletín de prensa sobre la iniciativa.

Fotografías disponibles para la publicación:

<https://drive.google.com/drive/folders/1TIOtwuUL3RflzCsoFp8jzYnbPIWEZkC1?usp=sharing>

CASO 2.

Contexto:

Se lanzó en Guayaquil la Alianza de Producción Sostenible, un espacio de articulación entre sector público, privado, sociedad civil y cooperación internacional para sumar esfuerzos por una producción sostenible y una gestión más eficiente de recursos en Guayas y Los Ríos.

Objetivo del post: Dar a conocer (con tono propositivo y de manera atractiva) el arranque de la Alianza con una amplia participación de actores y resultados concretos. Resaltando cómo la suma de esfuerzos genera impacto real.

Audiencia: Público general + negocios+ producción sostenible + enfocado en Guayas y los Ríos.

Información importante:

La Alianza busca transformar la forma en que producimos en Ecuador (enfocado en Guayas y Los Ríos). Conecta conservación + sostenibilidad de negocios + producción sostenible.

Socios con quienes se trabaja en la plataforma:

- Prefectura de Los Ríos
- Dole
- DALE
- ESPOL
- AEBE
- Ministerio de Agricultura

Canales sugeridos: LinkedIn

Link de fotos:

<https://melaniesantillanph.pixieset.com/lanzamientodelaalianzadeproduccionsostenible/>

Más información:

Comunicado de Prensa - <https://www.wwf.org.ec/noticiasec/?397590/Alianza-de-Produccion-Sostenible>

Oficina Quito

Av. Orellana E11-28 y Av. Coruña
Edificio Orellana Pisos 2,5,8
Tel. + 593 (2) 2554783 / 2520955

Oficina Guayaquil

2do Callejón 11 NE Puerto Santa Ana
Edificio Emporium By The Point
Oficina 501