

Términos de Referencia
Profesional de canales digitales
Fundación Natura Colombia

1. Antecedentes y justificación

En 1983 un grupo de personas interesadas en la conservación ambiental creó una organización de la sociedad civil, sin ánimo de lucro, para contribuir a la preservación del patrimonio natural colombiano, sus funciones ecológicas, y el bienestar de las comunidades locales que dependen de ellas. En sus inicios, la misión de la Fundación Natura se enfocó en la restauración y conservación de los espacios de mayor naturalidad para salvaguardar hábitats y ecosistemas de especies en riesgo, endémicas y emblemáticas, entre otras. También, para apoyar los modos de vida de poblaciones locales que viven en directa relación con la naturaleza.

En casi cuatro décadas de trabajo continuo la institución ha consolidado y dirigido sus esfuerzos hacia un enfoque socioecológico, que reconoce la relación estrecha entre el ser humano y la naturaleza. Así, la Fundación Natura es una organización reconocida en el país y comprometida con la conservación de su riqueza natural, no solo por su elevada diversidad, sino por la importancia de los servicios ecosistémicos para el conjunto de la sociedad colombiana.

Durante sus años de existencia la organización ha sido testigo de logros significativos a nivel nacional relacionados con la protección de los ecosistemas, así como de avances en el reconocimiento y la protección de la diversidad étnica y cultural de territorios ancestrales. También del papel preponderante de la sociedad civil en la gestión integral de la biodiversidad y sus servicios ecosistémicos.

Sin embargo, en cerca de 40 años de trabajo la magnitud de los problemas ambientales ha crecido, en algunos casos más allá de cualquier maniobra posible para enfrentarlos. Los esfuerzos de las organizaciones y personas que se enfocan en la protección ambiental están en desventaja con resultados no siempre garantizados, pues muchos sistemas ecológicos y sociales se enfrentan no solamente a los umbrales de cambio irreversible, sino también a las prioridades del desarrollo que, con un enfoque convencional, han subordinado la necesidad, cada vez más urgente, de elevar la biodiversidad y los ecosistemas al estatus que les corresponde en la vida nacional para poder enfrentar los cambios ambientales.

Lo anterior ha conllevado para la Fundación Natura el reto de adaptar de manera constante su enfoque de trabajo, ampliar las estrategias, y realizar alianzas con los sectores del desarrollo y con las comunidades locales y la sociedad en general con el objetivo de recuperar y proteger la biodiversidad y sus servicios ecosistémicos de una manera integral.

En el año 2020, debido a la pandemia por el COVID-19, las agendas ambientales y de desarrollo a nivel nacional e internacional se alteraron, y se hizo manifiesto el vínculo nocivo de las personas con la naturaleza. También se evidenció la necesidad, ahora, más que nunca, de transformar esa relación hacia modos más sostenibles.

Los anteriores aspectos orientan el trabajo de la Fundación Natura, que en 2020 renovó su plan estratégico para lograr el propósito de tener un mejor país y salvaguardar la riqueza de sistemas socioecológicos que forman parte de nuestro patrimonio natural.

De manera integral, los objetivos del Plan Estratégico 2020-2025 de la Fundación Natura buscan apoyar las iniciativas locales, nacionales e internacionales ambientales y del desarrollo. Estos objetivos son: i) conservar

y restaurar la biodiversidad y sus beneficios a la sociedad para mantener la resiliencia de los sistemas socioecológicos frente a los cambios ambientales; ii) promover y fortalecer sistemas de gobernanza inclusiva, participativa e informada para la toma de decisiones sobre los territorios; iii) promover el desarrollo humano y sectorial con enfoque de sostenibilidad a fin de garantizar el bienestar humano, la integridad ecológica y la conservación de la biodiversidad y sus beneficios para la sociedad; iv) consolidar la comunicación ambiental como estrategia de apoyo a la gestión del conocimiento, la conciencia social sobre la biodiversidad y la apropiación social de las cuestiones ambientales; y v) fortalecer a la institución para que pueda cumplir sus objetivos misionales de manera eficiente y eficaz.

Como parte del objetivo IV comunicación ambiental y gestión del conocimiento, se generó un Plan Integral de Comunicación Estratégica-PICE, con el objetivo de dar línea sobre la gestión de comunicación en la organización y potenciarla con el fin de generar acción por parte de las audiencias, es por eso que se requiere un equipo de trabajo integral que logre los objetivos propuestos en el documento estratégico.

2. Condiciones generales

Objetivo del contrato	Prestar sus servicios para apoyar a la Fundación Natura en la generación e implementación de la estrategia de canales digitales de la organización, basada en el PICE, para crear comunidad de marca.
Obligaciones y actividades	El consultor llevará a cabo las siguientes actividades: - Realizar un diagnóstico de canales digitales y contenidos. - Construir de la mano del jefe de comunicaciones, la estrategia de canales digitales de la organización. - Implementar la estrategia de canales digitales de la organización. - Generar contenidos innovadores para los canales digitales de Fundación Natura. - Proponer e implementar campañas digitales de interacción con las audiencias. - Hacer medición y seguimiento a los canales digitales y el impacto generado. - Fortalecer los canales ya existentes. - Manejar y mantener actualizados los diferentes canales digitales de la Fundación Natura. - Cumplir con la entrega de los productos a satisfacción por parte de Fundación Natura. - Hacer entrega de los productos dentro de las fechas definidas para ello. - Mantener y respetar una unidad gráfica de la Fundación Natura. - Utilizar como base para la acción el PICE de la organización. - Participar en las reuniones de comité para el seguimiento de tareas, y entrega de informe de tareas mensuales y planificación de pendientes. - Atender y dar respuesta oportuna y correcta a la comunidad digital de Fundación Natura. - Realizar monitoreo de la comunidad digital ambiental y mantenerse informado sobre los temas de actualidad. - Identificar y crear vínculos con actores digitales claves. - Trabajar bajo los lineamientos del jefe del área de comunicación.

	- Trabajar articuladamente con la línea de comunicación y la de diseño y editorial. - Todas las acciones requeridas por el jefe del área de comunicación y la dirección ejecutiva. - Las demás que estén directamente relacionadas con el objeto del contrato	
Productos a entregar	Producto	Fecha
	1. Plan de trabajo.	Dentro de los primeros quince días, después de la firma del contrato.
	2. Diagnóstico de canales digitales.	Dentro del primer mes, después de la firma del contrato.
	3. Estrategia de canales digitales basada en el PICE.	Dentro del segundo mes, después de la firma del contrato.
	4. Parrilla de redes sociales.	Dentro de los meses 1 al 6, después de la firma del contrato.
	5. Informes mensuales de canales digitales.	Dentro de los meses 1 al 6, después de la firma del contrato.
	6. Campañas digitales.	Dentro de los meses 2, 4 y 6, después de la firma del contrato.
Duración del contrato	Seis (6) meses (desde el 1 de febrero de 2022, hasta el 30 de julio de 2022).	
Lugar de ejecución	Bogotá.	

3. Perfil de los postulantes

Formación	- <u>Requerido</u>: Profesional en comunicación social, comunicación audiovisual, marketing digital o carreras afines. - <u>Deseable</u>: estudios complementarios en marketing digital, publicidad digital, comunicación digital, medios interactivos o afines.
Experiencia	- Con al menos 3 años de experiencia en gestión de canales y comunidades digitales. - Con habilidades para la creatividad, innovación, trabajo en equipo, proactividad, pensamiento estratégico, adaptación a diferentes espacios y grupos, orientación de servicio al cliente, gestión de la información y desarrollo de alianzas.
Conocimiento	- <u>Requerido</u>: canales digitales-redes sociales. - <u>Deseable</u>: temas ambientales.
Idiomas	- Manejo fluido de español hablado y escrito.

4. Tipo de contrato, valor y forma de pago

El profesional de canales digitales de Fundación Natura, tendrá un contrato de prestación de servicios con una duración de nueve (6) meses.

En todo caso, el contrato podrá darse por terminado por: a) Agotamiento del objeto contractual o expiración del plazo, b) En forma unilateral por cualquiera de las partes ante el incumplimiento grave de alguna de las obligaciones asumidas en virtud del presente. c) Por incumplimiento del CONTRATISTA en la realización de su gestión, dándole aviso con antelación no inferior a treinta (30) días. d) mutuo acuerdo por escrito firmado por ambas partes. e) Por terminación del proyecto al cual el presente contrato tiene Imputación Presupuestal, f) EL CONTRATANTE podrá dar por terminado el contrato simplemente dando a EL CONTRATISTA un preaviso no inferior a treinta (30) días calendario, caso en el cual no se causará ningún tipo de indemnización, penalidad o compensación a su favor.

El valor total del contrato es de VENTIÚN MILLONES DE PESOS (\$21.000.000) m/cte., por seis (6) meses. Se realizarán seis (6) pagos contra entrega de productos, a los cuales se le aplicarán las retenciones establecidas por la Ley colombiana, con el recibido a satisfacción del supervisor de los informes y productos establecidos, como se establece a continuación:

Pago	Producto	Fecha	Valor
1	Plan de trabajo, diagnóstico de canales digitales, parrilla de redes e informe de canales digitales.	Dentro de los primeros 15 días y el primer mes, después de la firma del contrato.	16,7% del valor total del contrato
2	Estrategia de canales digitales basada en el PICE, campaña digital, parrilla de redes e informe de canales digitales.	Dentro del segundo mes, después de la firma del contrato.	16,7% del valor total del contrato
3	Parrilla de redes e informe de canales digitales.	Dentro del tercer mes, después de la firma del contrato.	16,7% del valor total del contrato
4	Campaña digital, parrilla de redes e informe de canales digitales.	Dentro del cuarto mes, después de la firma del contrato.	16,7% del valor total del contrato
5	Parrilla de redes e informe de canales digitales.	Dentro del quinto mes, después de la firma del contrato.	16,7% del valor total del contrato
6	Campaña digital, parrilla de redes e informe de canales digitales.	Dentro del sexto mes, después de la firma del contrato.	16,7% del valor total del contrato

5. Supervisión del contrato

La supervisión será responsabilidad de la Jefe de comunicaciones de Fundación Natura.

6. Mecanismo de selección

La Fundación Natura realizará una convocatoria abierta para la recepción de hojas de vida al correo comunicaciones@natura.org.co, hasta el viernes 21 de enero de 2022 a las 5pm. Posteriormente se realizará evaluación de hojas de vida teniendo en cuenta los siguientes criterios:

N°	Criterios		Puntaje máximo
1	Formación académica	<u>Requerido:</u> Profesional en comunicación social, comunicación audiovisual, marketing digital o carreras afines. <u>Deseable:</u> estudios complementarios en marketing digital, publicidad digital, comunicación digital, medios interactivos o afines.	30
2	Experiencia profesional	Con al menos 3 años de experiencia en gestión de canales y comunidades digitales.	30
3	Entrevista	Con habilidades para la creatividad, innovación, trabajo en equipo, proactividad, pensamiento estratégico, adaptación a diferentes espacios y grupos, orientación de servicio al cliente, gestión de la información y desarrollo de alianzas.	40
Puntaje total			100