ANEXO A: ATRIBUCIONES

OBJETO:

Contratar una empresa integral de comunicación para el manejo de la campaña "Somos Panas Colombia" en el territorio colombiano, a través de las siguientes disciplinas de comunicación:

1) Producción de contenidos audiovisuales que demande la campaña para el año 2019
2) Estrategia digital 360°;
3) Estrategia de Relaciones Públicas;
4) Manejo de pauta radial y digital.

El proponente deberá presentar una estrategia de trabajo para el desarrollo de cada una de las líneas de comunicación mencionadas, de acuerdo a la descripción que se hace de las mismas a continuación.

1) PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS:

El proponente deberá colocar a disposición de ACNUR un equipo y personal suficiente para producir mínimo 8 contenidos mensuales originales y sus adaptaciones para redes sociales para lo cual deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- Contar con un editor de contenidos permanente.
- Contar con un equipo de producción audiovisual disponible 100% el cual incluye: una cámara, un realizador/camarógrafo, iluminación básica, micrófono, trípode, para realización de videos dentro de la ciudad de Bogotá. Se podrán programar viajes de producción audiovisual fuera de la ciudad, cubiertos con otros rubros de la campaña.
- Contar con corresponsales en otras ciudades que apoyen la creación de contenidos audiovisuales, mediante filmación videográfica con celulares de alta gama.
- Contar con un periodista de tiempo completa para la generación de contenidos, producción audiovisual y coordinación de corresponsales.
- Adaptar las piezas a los diferentes formatos digitales
- Entregar mensualmente un informe de las piezas producidas.
- Entregar todo el material producido a ACNUR.
- Todos los videos deberán tener release de las personas que participan en él, de acuerdo al formato de ACNUR.
- Todos los derechos patrimoniales serán de ACNUR

Entregar valor neto antes de IVA de los servicios mes y proyección año a 11 meses.

Adicionalmente se dejará un recurso para manejo de transporte y viáticos, de $20.000.000 netos antes de IVA para todo el año 2019

2) ESTRATEGIA DIGITAL 360

Se requiere manejar y administrar el website de www.somospanascolombia.com; manejo de contenidos en las redes sociales; direccionamiento de respuestas a ciudadanos que se contactan a los canales digitales de ACNUR; Diseño estratégico de comunicación digital; redacción de contenidos; diseño de piezas gif; sostenimiento y actualización de la página web.

Personal mínimo requerido y % de dedicación mes:

- Ejecutivo de cuenta para atender la totalidad de la cuenta
- Director Estratégico digital
- Community Manager /webmaster
- Copy /redactor
- Diseñador gráfico
- Análisis Socialbakers – o equivalente
- Ingeniero web

En coordinación con la dirección y producción general de Campaña, mensualmente se debe entregar la táctica de implementación de la estrategia digital mensual, de manera alineada a objetivos de comunicación y teniendo como base aprendizajes, interacción con el público y dinámica de la campaña, y recomendaciones de la experiencia del mes anterior.

Se requiere que el director estratégico digital, el ejecutivo de cuenta y el Community manager asistan semanalmente a reuniones de seguimiento.

Entregar valor de los servicios netos antes de IVA, mes y proyección a 11 meses

3) RELACIONES PÚBLICAS

Se requiere el acompañamiento estratégico de relaciones públicas, que de manera permanente esté buscando generar relacionamiento con medios de comunicación nacionales, regionales y principalmente locales, en zonas de frontera o ciudades donde la presencia de venezolanos sea considerable.

Se requiere al menos un comunicador social- periodista con sede en Bogotá, que gestiones estos relacionamientos, contribuya a distribuir contenido generado desde ACNUR, haga seguimiento a los comunicados de prensa, realice agendas de medios para los voceros de ACNUR.

Entregables / Servicios:

- 10 publicaciones mínimo mensual base mínima
- Agendas de medios
- 5 entrevistas mínimo mensual con vocero
- Convocatoria de medios a eventos
- Monitoreo o recuperación de notas
- Equipo de prensa Senior en comunicaciones y PR
- Envío de material clave de la campaña a medios y periodistas locales, nacionales e internacionales con presencia en Colombia.

Talleres en medios locales y comunitarios, proceso de formación de 3 sesiones en 5 regiones del país (inicialmente pueden ser Arauca, Riohacha, Cúcuta, B/quilla, Bogotá, pero podrían ajustarse de acuerdo a las necesidades y dinámicas de la campaña). Total 15 talleres en el año. El servicio debe incluir el costo de diseño del proceso formativo y la gestión para la realización del mismo, como gestión de invitados, por ejemplo. – Los costos directos del taller no se incluyen: ejemplo salón, tallerista, alimentación, etc).

- Participación en la Reunión semanal

- Informe mensual de gestión cualitativo y cuantitativo, valorizando ROI

Cotizar Vr. Mensual del servicio por 11 meses.

4) MANEJO DE PAUTA:

El proponente deberá entregar un plan de pauta digital paga en diversos canales digitales como GDN, Adwords, Twittter, Facebook, Instagram. Entregar un plan cotizado con $ 12.000.000, netos mensuales; relacionando unidad de compra recomendación de: impresiones, views, click estimados.

Entregar cotización de valor neto antes de IVA, con los resultados de los KPIS digitales mes y proyección tanto de valor neto e indicadores a 11 meses

Igualmente se manejará una bolsa de pauta en medios locales-comunitarios sobre los cuales ACNUR determinará en su momento cómo, dónde y cuándo invertir en estos medios. Esta bolsa tendrá un recurso total asignado año de $66.000.000 (sobre este punto, no se requiere desarrollar una propuesta, pero se debe proyectar para el valor total de la misma).

NOTAS:

1. El equipo de trabajo que realice las disciplinas de comunicación aquí explicadas en estos términos, se coordinarán a través de la dirección creativa de la campaña y la producción general de la misma (en cabeza de una agencia externa) y la dirección general de la campaña, en cabeza de Acnur.
2. El proponente podrá nombrar cualquier otro servicio o personal adicional que considere genera valor a la estrategia de la campaña, los presentes son los mínimo solicitados
3. El proponente deberá identificar en su presupuesto cargos administrativos, comisiones de agencia y cualqueir valor que afecte los recursos solicitados en estos términos de referencia.