

PLIEGO DE CONDICIONES TÉCNICAS ESPECÍFICAS

ENTIDAD ADJUDICADORA:

Federación de Parques Naturales Regionales de Francia (FPNRF), asociación regida por la ley de 1 de julio de 1901 inscrita con el número SIRET 784 845 026 00045, con sede social en el número 27 de la calle des Petits Hôtels, en París (75010) representada por su presidente en ejercicio, el señor Michaël Weber

OBJETO DE LA CONSULTA:

La presente consulta tiene por objeto la contratación de un proveedor de servicios para apoyar a la FPNRF en la elaboración y puesta en marcha de una estrategia de comunicación en torno al proyecto TERRAVIVA - Paisajes vivos en Francia y México, financiado por la Agencia Francesa de Desarrollo (AFD) a través del programa FICOL.

La FPNRF espera que el adjudicatario de este lote elabore una estrategia de comunicación que permita:

- La estructuración de las acciones de comunicación previstas, su delimitación (público objetivo, objetivos, canales, etc.) y su integración en un calendario que se extienda hasta el final del proyecto;
- La gestión de su puesta en marcha y la coordinación de los distintos canales en colaboración con los diversos participantes en el proyecto.

ARTÍCULO 1 – CONTEXTO

La Federación de Parques Naturales Regionales de Francia es la portavoz de la red de Parques Naturales Regionales (PNR). Como herramienta privilegiada para sus reflexiones y acciones comunes se encarga de representar sus intereses ante las administraciones, las asambleas parlamentarias y los organismos institucionales.

También lleva a cabo proyectos internacionales, como el proyecto **TERRAVIVA – Paisajes vivos en Francia y México**, financiado en el marco del programa FICOL de la Agencia Francesa de Desarrollo (AFD). Este proyecto de cooperación tiene como objetivo reforzar las capacidades del Estado de Oaxaca para la puesta en marcha y la gestión de una herramienta de ordenación del territorio inspirada tanto en los «Paisajes bioculturales» implantados en el Estado de Jalisco como en la experiencia francesa de los «Parques naturales regionales». Esta herramienta combinará la protección de la biodiversidad, el apoyo a las dinámicas económicas y agrícolas y la promoción del patrimonio cultural local. El emplazamiento elegido para este proyecto piloto se encuentra en el territorio de Villa Alta-Sierra Mixe-Choapam, en la Sierra Juárez.

El proyecto se articula en torno a tres componentes:

- Componente 1 – Creación de territorio: elaboración conjunta de herramientas de gobernanza local y de una metodología común en el emplazamiento piloto de Villa Alta-Sierra Mixe-Choapam;
 - Definir una metodología para la creación del Paisaje Biocultural;
 - Realizar un análisis territorial del emplazamiento piloto previamente identificado en el estado de Oaxaca;

- Delimitar el perímetro con miras a la coherencia geográfica y cultural;
- Establecer la estructura de gobernanza del Paisaje Biocultural.
- Componente 2 – Crear paisaje: experimentación concreta en el territorio piloto con intercambios entre Francia y México;
 - Organizar talleres de concertación entre las comunidades locales;
 - Apoyar la redacción de la carta del Paisaje Biocultural;
 - Definir una identidad visual para el Paisaje Biocultural;
 - Conseguir el reconocimiento normativo a nivel estatal.
- Componente 3 – Crear una red: estructuración de una comunidad de prácticas a nivel nacional, formaciones cruzadas, reflexión sobre formas innovadoras de financiación y capitalización final.
 - Llevar a cabo una reflexión conjunta entre los estados mexicanos y a nivel federal sobre la creación de una red de paisajes bioculturales;
 - Analizar las herramientas de protección y conservación de la naturaleza en Francia y en México;
 - Definir una metodología común para las herramientas de evaluación y de impacto del paisaje biocultural;
 - Estudiar formas innovadoras de financiación para los modelos de paisaje biocultural.

El proyecto lo lleva a cabo un **comité directivo** integrado por:

- En México:
 - La Secretaría de Medio Ambiente, Biodiversidad, Energía y Sostenibilidad del Estado de Oaxaca (SEMABIESO);
 - La Secretaría de Medio Ambiente y Desarrollo Territorial de Jalisco (SEMADET);
 - El Instituto de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible de Colima (IMADES);
 - El Consejo Intermunicipal de Medio Ambiente de la Sierra Occidental y la Costa (JISOC);
 - El Consejo Intermunicipal de Medio Ambiente de Ayuquila Alto (JIDELAA);
 - El Paisaje Biocultural de la Sierra Occidental de Jalisco (PBSOJ).
- En Francia:
 - La FPNRF;
 - El Parque Natural Regional (PNR) del Haut-Languedoc;
 - El PNR de la Montaña de Reims.

Su duración estimada es de tres (3) años a partir de noviembre de 2025.

ARTÍCULO 2 – DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

El objeto del servicio es definir y poner en marcha una estrategia de comunicación global en torno al proyecto de Paisaje Biocultural en el Estado de Oaxaca.

Esta estrategia debe responder a unos objetivos concretos:

- Fomentar la implicación en el proyecto de los agentes locales y las comunidades afectadas;
- Dinamizar a la comunidad de partes interesadas;
- Poner en valor los avances del proyecto;
- Fomentar la visibilidad del proyecto ante posibles socios y financiadores futuros;
- Destacar su replicabilidad y sentar las bases para su expansión.

La difusión de los avances y los retos del proyecto es fundamental para su éxito. Se trata de garantizar que los esfuerzos de los múltiples actores para la construcción conjunta del nuevo Paisaje Biocultural tengan repercusión tanto a nivel local y nacional, en México, como en Francia e incluso a nivel internacional. La estrategia deberá tener en cuenta la diversidad de los públicos a los que va dirigido el proyecto, tanto en Francia como en México, y proponer mensajes y modalidades de comunicación adaptados a cada uno de ellos.

La FPNRF y los socios del proyecto han ideado diversas acciones de comunicación en cuatro niveles:

- Comunicación local en los territorios piloto (coordinada por el operador local Kumun Tuunk)
 - Intercambios a nivel comunitario en la localidad piloto, teniendo en cuenta la diversidad lingüística (mixe, zapoteco, chinanteco) y los medios de comunicación habituales en la región (radio comunitaria, redes sociales, etc.);
 - Información periódica en las asambleas municipales o intermunicipales de los territorios afectados, a través de intervenciones del equipo del proyecto y de la difusión de la información por parte de las autoridades locales;
 - Organización de puestos de «Paisaje biocultural» en ferias y actos públicos en Jalisco y Oaxaca, con promoción de los productos locales y participación de agentes del territorio;
 - Organización de mercados de productores con motivo de las visitas de intercambio entre Francia y México.
- Comunicación regional y nacional en México (coordinada por la SEMABIESO)
 - Organización de reuniones informativas y talleres de presentación de resultados con la participación de los socios operativos y financieros, así como de representantes de las administraciones locales;
 - Ruedas de prensa a nivel estatal para informar sobre la evolución del proyecto y las iniciativas paralelas (Valles Centrales, Copalita, etc.);
 - Comunicación con los Estados que no forman parte del proyecto pero que están interesados en la iniciativa.
- Comunicación en Francia (coordinada por los PNR)
 - Organización de actividades de sensibilización sobre la ciudadanía internacional en los PNR asociados (exposiciones, actividades para jóvenes, etc.).
- Comunicación internacional (coordinada por la FPNRF)
 - Promoción en grandes eventos internacionales (Congreso de la UICN, COP, foros de cooperación descentralizada, etc.).
 - Difusión de los avances del proyecto en las redes internacionales de modelos innovadores de gestión territorial.

Está prevista, o incluso ya se ha puesto en marcha, la difusión de información a través de diversos canales y herramientas:

- Página web
 - Escaparate institucional con difusión de las novedades del proyecto, que posteriormente se convertirá en la página web del Paisaje Biocultural.
 - *Existente:* [micrositio](#) creado por la SEMABIESO, accesible únicamente desde México;
 - *Previsto:* página web del Paisaje Biocultural.
- Redes sociales
 - Difusión de noticias dirigidas a los agentes, las instituciones y el público en general.
 - *Actual:* [cuenta de Facebook de la ministra de Medio Ambiente de Oaxaca](#), que publica regularmente sobre el proyecto, y otras cuentas de los participantes en el proyecto;
 - *Previsto:* cuentas del Paisaje Biocultural en las redes pertinentes.

- Vídeos breves
 - Divulgación del proceso de elaboración del Paisaje Biocultural: características del territorio, momentos destacados del proyecto, buenas prácticas, testimonios de los participantes, etc.
 - *Previsto*: de 3 a 6 vídeos de entre 5 y 10 minutos cada uno, acompañados de sus avances y extractos para difundir en las redes sociales en formato vertical.
- Canales privados
 - Intercambios entre las partes interesadas durante el proceso de creación del Paisaje Biocultural.
 - *Existente*: grupo de WhatsApp específico;
 - *Previsto*: otros canales pertinentes, según proceda.

También se definirá una identidad visual coherente del Paisaje Biocultural, junto con unas normas de aplicación gráfica que permitan su adopción por parte de los distintos socios. Se elaborará en colaboración con las comunidades locales del Paisaje Biocultural.

Los servicios que se esperan en el marco de este contrato privado son los siguientes:

- Elaboración de la estrategia de comunicación:
 - Análisis y segmentación de los públicos objetivo (comunidades locales, representantes electos locales y estatales, socios técnicos, financiadores, instituciones, medios de comunicación, público en general, redes internacionales, etc.) y definición de los objetivos de comunicación asociados a cada uno;
 - Identificación de los canales de comunicación adecuados para cada público objetivo;
 - Definición de los mensajes que se quieren transmitir (contenido y forma);
 - Competencias necesarias, recursos que hay que movilizar y acciones principales;
 - Priorización de los destinatarios y las acciones;
 - Definición de los indicadores de éxito.
- Desarrollo de un plan de comunicación:
 - Calendario detallado de las acciones, en consonancia con el calendario del proyecto;
 - Estructura del sitio web: árbol de navegación, tipos de contenido, frecuencia de publicación, modalidades de contribución de los socios, etc.
 - Metodología para la dinamización de la red de actores;
 - Seguimiento estadístico de los objetivos fijados: estudio del impacto de la estrategia de comunicación (de forma continua o según las etapas establecidas previamente);
- Puesta en marcha de la estrategia: creación y gestión de canales de comunicación:
 - Creación de canales de comunicación específicos (página web, redes sociales, canales privados);
 - Gestión de los canales de comunicación durante toda la duración del proyecto;
 - Apoyo en la redacción y difusión de mensajes específicos.
- Dossier de prensa y archivo:
 - Centralización, difusión y archivo de los recursos y los seminarios web organizados en el marco del proyecto;
 - Centralización y archivo de la cobertura en prensa y redes sociales.

Los **resultados esperados** son:

- Una estrategia de comunicación completa;

- Un plan de comunicación operativo con una línea editorial, una guía de estilo y un calendario editorial;
- La puesta en marcha de los soportes de comunicación propuestos y aprobados por el comprador;
- La gestión de dichos soportes de comunicación durante la duración del proyecto;
- Un cuadro de seguimiento de los indicadores de resultados;
- Un informe intermedio a mitad de proyecto;
- Un informe final.

Se deberán tener en cuenta los requisitos en materia de comunicación del principal financiador del proyecto, la Agencia Francesa de Desarrollo (AFD), cuya guía se adjunta en el anexo (nivel 1).

Es necesario tener un buen dominio del español (nivel B2 como mínimo).

Se permite la subcontratación en las condiciones definidas en el pliego de condiciones. El presupuesto máximo para este lote es de **38 000 € sin**

IVA.

ANEXOS

- Presentación del proyecto TERRAVIVA;
- Guía de comunicación de la AFD.