

## **Consultor de Comunicaciones con énfasis en Digital para UNICEF Panamá**

### **Propósito de la actividad/asignación:**

La función principal de la consultoría es apoyar la implementación de la Estrategia de Comunicación y Abogacía del Programa de País 2021-2025 especialmente gracias al conocimiento y experiencia en la creación, desarrollo, gestión, monitoreo y optimización de la Comunicación Digital con un claro enfoque hacia el alcance de metas definidas por UNICEF.

Para lograr este resultado, en apoyo a la estrategia de comunicación y abogacía establecida para contribuir al Programa de País 2021-2025, el consultor/a apoyara la producción de productos de comunicación y materiales para diferentes audiencias para medios digitales (página web) y gestionará los medios sociales propios de UNICEF en Panamá (Instagram, Twitter, Facebook, LinkedIn y YouTube, así como otros que puedan crearse), lo que implica el diseño de textos, imágenes, audio y videos, alineados con los principios de la organización, así como con las guías de marca e imagen. Igualmente, se espera la recomendación de acciones para incrementar la voz, alcance, compromiso e interacción de supporters de UNICEF, es decir, hacer el tránsito de audiencias digitales (generales y actores clave como tomadores de decisión, periodistas y comunicadores sociales, líderes de opinión, academia, empresarios, entre otros) a activistas digitales. También, contribuirá a promover la participación de niños, niñas, adolescentes y jóvenes en los canales digitales y brindará apoyo para la realización de eventos y otras iniciativas del programa de la Oficina de País. Por último, apoyará la estrategia de recaudación de fondos y alianzas con el sector privado.

### **Antecedentes:**

El Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, UNICEF, tiene el mandato de colaborar con los gobiernos y organizaciones de la sociedad civil para que los derechos de todos los niños, niñas y adolescentes sean respetados, protegidos y cumplidos, según lo establecido en la Convención sobre los Derechos del Niño (CDN) que fue ratificado por Panamá en 1990. UNICEF y el gobierno de Panamá acordaron las prioridades para la niñez para el período 2021-2025 bajo un nuevo documento de programa de país.

La comunicación digital es uno de los canales más importantes de comunicación que UNICEF utilizará para comunicar y comprometer directamente, en doble vía y múltiples intercambios, con el público. Estas actividades digitales tendrán un propósito principal: asegurar la movilización de los supporters por los Derechos de los Niños y buscar convertirlos en donantes para la organización.

**Alcance y descripción de la consultoría:**

Bajo la supervisión de la Oficial de Comunicación, el/la contratista individual seleccionado será responsable de:

**1. APOYO A LA IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y ABOGACÍA.**

- Contribuir a la elaboración y actualización de la estrategia de comunicación y abogacía para el Programa País 2021-2025.
- Apoyar la producción de productos de comunicación y materiales para diferentes audiencias para la implementación de la Estrategia de Comunicación y Abogacía.
- Contribuir con la elaboración de propuestas de artículos, comunicados de prensa, posicionamientos, historias de vida y otros materiales de comunicación y abogacía tanto para medios digitales como tradicionales.
- Implementar las tareas que le sean delegadas del plan de trabajo de comunicación y abogacía.
- Ayudar a mantener actualizada una base de datos de influenciadores y públicos clave entre los que se encuentren periodistas y líderes de opinión.
- Apoyar el diseño gráfico básico, la toma de fotografías y elaboración de videos de cobertura de eventos propios de la Oficina de UNICEF Panamá y de socios, aliados y contrapartes.
- Cualquier otra solicitud de apoyo relacionada con el área de comunicación.

**2. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN. Desarrollar la estrategia de comunicación digital y el Plan de Trabajo Anual.**

- Entender las oportunidades y desafíos digitales del mercado de Panamá y analizar las tendencias de la comunicación digital de UNICEF a nivel global y regional (español) así como de los principales competidores.
- Conocer y aplicar las acciones del protocolo para manejo de crisis comunicacionales y/o emergencias en redes sociales (desastre natural, conflicto de diversas índoles, entre otros).
- Desarrollar la estrategia de supporter engagement y acompañamiento digital de influenciadores.
- Elaborar planes de inversión en publicidad en medios digitales y medios sociales para obtener los resultados esperados en alcance e interacción según las metas anuales, así como para campañas aprobadas en el Plan de Trabajo Anual.
- Monitorear el desempeño de las publicaciones de UNICEF en sus diferentes redes sociales.
- Monitorear temas, actores, # y tendencias de interés para UNICEF en redes sociales.
- Identificar oportunidades innovadoras y creativas para UNICEF en redes sociales.
- Desarrollar estrategia de SEO para el sitio web de UNICEF.
- Apoyar la gestión de contratos con agencias y proveedores digitales.

- Asegurar la coherencia entre las comunicaciones en redes sociales con las estrategias de recaudación de fondos de manera continua.

### 3. IMPLEMENTACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DIGITALES.

- Implementar las estrategias digitales y ajustarlas según necesidades del contexto y de la Oficina.
- Administrar las cuentas oficiales de Twitter, Facebook, YouTube, Instagram, LinkedIn y cualquier otra oficial, que se abra en el futuro previa autorización de la gerencia, lo que implica postear los contenidos aprobados, monitorear y responder los comentarios de los seguidores.
- Proponer y elaborar contenidos digitales (texto, imagen, audio y video) para cada red social de acuerdo con las prioridades establecidas para la ejecución del Programas de Cooperación Generar y adaptar las piezas digitales de campañas globales y/o regionales de UNICEF (edición de contenido, traducción, copyright y formato para la ejecución local de la campaña) siempre que sean relevantes y adecuadas a las prioridades de la oficina.
- Dar cobertura digital para las redes sociales de eventos, reuniones, lanzamientos, visitas, entre otros, con fotografías, transmisiones online en vivo y videos cuando se requiera.
- Interactuar con usuarios o seguidores de UNICEF y asistirlos en sus necesidades de información en materia de niñez y adolescencia.
- Elaborar, validar y actualizar periódicamente la guía de preguntas y respuestas recurrentes recibidas en redes sociales.
- Actualizar, cargar y elaborar contenidos digitales (texto, imagen, audio y video) por solicitud de alguna de las áreas según la planificación acordada para la página web de la organización (Drupal), así como apoyar la generación de contenidos para los sitios de recursos regionales y globales.
- Elaborar un reporte mensual de desempeño del sitio web (visitas, impresiones, lecturas, entre otros).
- Monitorear la estrategia de SEO y proponer mejoras en forma permanente.
- Evaluar el desempeño de los diferentes contenidos publicados en el sitio web y su generación de flujo desde las redes sociales.
- Ejecutar los planes de inversión publicitaria aprobados.

### 4. COORDINACIÓN DE ACCIONES DIGITALES.

- Brindar apoyo a la supervisora en el desarrollo del liderazgo de comunicación digital para coordinar y generar sinergia con la comunicación tradicional, abogacía y comunicación con donantes (equipos de UNICEF, proveedores, agencias...)

- Impulsar a los equipos internos y externos hacia la integración, para asegurarse de que todos los canales y equipos trabajen hacia un objetivo alineado y compartido.
- Asegurar el desempeño de todos los proveedores y agencias externos. Dar seguimiento a los resultados y debido almacenaje de los productos finales editables (knowledge management).
- Servir de enlace y trabajar con los equipos de comunicación, recaudación de fondos y programas, y el equipo digital regional e informar sobre los resultados.

## 5. INFORMES.

- Definir un plan de métricas y establecer indicadores de desempeño de acuerdo con las Estrategias de Comunicación Digital asegurando el establecimiento de líneas de base.
- Monitorear semanalmente el alcance, interacción, sentimiento, impacto para cada una de las redes y la web.
- Reportar mensualmente los KPIs relacionados a medios digitales y sociales, y un reporte trimestral consolidado para presentar a la gerencia resultados, objetivos y nuevas metas.
- Reportar mensualmente el rendimiento de la inversión en publicidad (ROI). En caso de campañas con metas específicas, el análisis del rendimiento de la inversión podrá ser diario a fin de mejorar la efectividad de la inversión.
- Proponer mejoras según los resultados obtenidos.
- Desarrollar y mantener dashboards para hacer seguimiento de los indicadores clave de rendimiento digital.

## 6. CONOCIMIENTO E INNOVACIÓN.

- Proporcionar un análisis actualizado de las mejores prácticas, oportunidades y tendencias e innovación de la comunicación digital de UNICEF y organizaciones externas (benchmark).
- Identificar nuevas tendencias en transformación digital y desarrollar nuevos modelos y canales de comunicación con la audiencia para fidelizarla como supporters.
- Utilizar la red de UNICEF para aplicar las mejores prácticas y aprendizajes digitales en Panamá.

**NOTA:** Los candidatos que ingresen a la lista corta serán invitados a realizar una prueba de conocimientos y habilidades y una entrevista.

### **CRITERIOS DE SELECCIÓN:**

La propuesta económica será ponderada con un 35% y la Hoja de Vida detallando los estudios, la experiencia general y específica será ponderada con un 65% de la siguiente manera:

- Estudios de licenciatura 10%
- Diplomados o estudios superiores 10%
- Experiencia general en comunicación organizacional 15%
- Experiencia general en marketing digital y community management 15%
- Experiencia en generación de reportes de medios digitales 5%
- Conocimiento técnico 5%
- Dominio del inglés 5%

### **Conocimiento/Experiencia/Habilidades:**

#### Educación:

- Título universitario en Comunicación, Periodismo, Marketing, Relaciones Públicas, Publicidad, Community Management.
- Diplomados en Comunicación Organizacional puede ser considerado una ventaja.
- Diplomados en Marketing Digital, diseño gráfico, community management o cualquier otra formación adicional en un campo relacionado puede ser considerado una ventaja.

#### Experiencia:

- Al menos 3 años de experiencia laboral profesional progresivamente responsable en comunicación organizacional con un enfoque específico en: elaboración de estrategias de comunicación, comunicación 360, coordinación de eventos, elaboración de notas de prensa y comunicados, relacionamiento con actores clave, gestión de crisis, comunicación interna y creación de redes de apoyo/comunidades de práctica, entre otras.
- Al menos 3 años de experiencia laboral profesional progresivamente responsable en áreas de marketing digital y community management, con un enfoque específico en las siguientes áreas: redacción de contenidos para páginas web y redes sociales desde un enfoque de derechos humanos, diseño gráfico avanzado y generación de materiales multimedia (video, infografías, etc), planificación de medios y adquisición de pauta digital, desarrollo web (Drupal).
- Al menos 1 año de experiencia en la elaboración de informes de KPI de medios digitales.
- Conocimiento en manejo de herramientas digitales para el monitoreo de contenidos en páginas web y redes sociales.
- Además, conocimiento de los procesos de gestión de campañas de marketing.

#### Dominio del idioma:

- Fluidez en español y conocimientos avanzados de inglés oral y escrito es requerido.

**Conocimiento técnico en:**

- Conocimiento específico de medios digitales, competencia en el uso de algoritmos de motores de búsqueda, promoción, sistemas de gestión de contenido, herramientas de difusión de correo electrónico, diseño gráfico y edición de video, herramientas avanzadas de
- análisis de datos y grandes bases de datos (big data). La experiencia en herramientas de automatización de marketing y SEO también es relevante. Se recomienda tener experiencia en HTML y Drupal.
- Excelentes habilidades de comunicación/redacción escrita (en español), incluyendo la capacidad de preparar informes claros y concisos; capacidad de realizar presentaciones.
- Conocimiento sobre Naciones Unidas u otras organizaciones internacionales; temas globales de derechos humanos, específicamente relacionados con niños y mujeres y conocimiento de los enfoques de UNICEF. Sensibilidad sobre igualdad de género y diversidad. Deseable.

**Lugar de trabajo:**

Esta es una posición a tiempo completo (40 horas semanales) con trabajo presencial en la Oficina de UNICEF en Panamá, Ciudad del Saber, Clayton, Panamá. Sin embargo, dada la pandemia COVID-19, en momentos determinados la oficina podría recomendar trabajo remoto a su personal.

**Duración de la consultoría:**

11.5 meses.

**Condiciones de pago:**

- Sujeto a condiciones establecidas en el contrato. En el caso excepcional que la persona aplicante no tenga presencia física en Panamá, su propuesta económica deberá incluir los gastos de traslado hacia Panamá como sus gastos de estadía, además de los gastos de viajes internos en Panamá.
- Pago contra entrega de producto y a entera satisfacción de la supervisora de UNICEF. Para recibir el pago será necesario la entrega de factura de acuerdo con la normativa vigente de Panamá.

- Los pagos se acreditarán en la cuenta del consultor y/o contratista aproximadamente 15 días después de entregada la factura a UNICEF.

**Penalidades por mal desempeño:**

El pago de honorarios al consultor y/o contratista de acuerdo con este contrato, incluidas las cuotas o pagos periódicos (si los hubiera), está sujeto al desempeño cabal y completo de sus funciones en virtud del presente contrato para tal pago a entera satisfacción de UNICEF.

*UNICEF está comprometido con la diversidad y la inclusión dentro de su equipo de trabajo, y alienta a todos los candidatos, independientemente de su género, nacionalidad, origen religioso y étnico, incluidas las personas que viven con discapacidades, a postularse para formar parte de la organización.*

*UNICEF tiene una política de cero tolerancia sobre conductas incompatibles con los propósitos y objetivos de las Naciones Unidas y UNICEF, que incluyen la explotación y el abuso sexual, el acoso sexual, el abuso de autoridad y la discriminación.*

*UNICEF también se adhiere a principios estrictos de protección de la infancia. Por lo tanto, todos los candidatos seleccionados se someterán a una rigurosa verificación de antecedentes y referencias, y se espera que se adhieran a estos estándares y principios. Las verificaciones de antecedentes incluirán la verificación de credenciales académicas e historial de empleo. Es posible que se solicite a los candidatos seleccionados que proporcionen información adicional para realizar una verificación de antecedentes.*