

1. Sobre la Fundación Natura Bolivia.

Fundación Natura Bolivia es una organización sin fines de lucro que nace hace 22 años desarrollando acciones de conservación de la biodiversidad y el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales, para contribuir a mejorar la calidad de vida de la población boliviana.

Su principal objetivo es apoyar a las comunidades a proteger sus fuentes de agua a través de la conservación de los bosques, mediante Acuerdos Recíprocos por Agua, Áreas Protegidas, Resiliencia Climática Comunitaria y, Escalamiento y Replicabilidad, integrando la participación de comunidades rurales, indígenas y las poblaciones urbanas; y a través de la conformación de alianzas sólidas con actores locales, gobiernos municipales y empresas prestadoras de servicio de agua, entidades que lideran la conservación de sus fábricas de agua.

Son más de 43.800 mil familias guardianas de bosques proveedores de agua que resguardan 925 mil hectáreas a través de Acuerdos Recíprocos por Agua en 93 municipios. A su vez, son 4.4 millones de hectáreas de bosques legamente conservados en 35 áreas protegidas subnacionales, desde el Trópico Paceño, pasando por los Valles Interandinos y Cruceños, la Chiquitanía, la Amazonía hasta el Chaco Boliviano.

El Plan Estratégico Institucional 2025 – 2030, marca el camino para alcanzar nuestra misión, que es apoyar a las comunidades a proteger sus fuentes de agua, que alcanzaremos a partir de cinco objetivos estratégicos: (1) Acuerdos de Reciprocidad, (2) Áreas Protegidas, (3) Resiliencia Climática Comunitaria, (4) Escalamiento y Replicabilidad, y (5) Desarrollo Institucional, integrando la participación de comunidades rurales, indígenas y las poblaciones urbanas; la conformación de alianzas sólidas con actores locales, gobiernos municipales e indígenas, sector privado, entidades que lideran la conservación de sus fábricas de agua.

La unidad de comunicación de Fundación Natura, tiene un carácter transversal, brinda soporte en comunicación a las distintas áreas y departamentos de la institución y las Ecorregiones. En ese marco, Fundación Natura requiere contratar a un/una profesional que ame la naturaleza, que tenga una vocación de servicio, que sea un/una gran constructor/a de equipos de trabajo, ansioso por alcanzar objetivos y metas, buscamos una o un, técnico de la conservación altamente motivado y con talento para asumir el papel de Técnico/a en campañas de marketing social.

2. Sobre el/la Técnico en campañas de marketing social

El/la Técnico(a) en Campañas de Marketing Social es responsable de elaborar y liderar la implementación de las campañas de marketing social priorizadas en el POA 2026, de la unidad de comunicación.

3. Alcance de la consultoría.

3.1. Análisis y planificación

- Identificar y analizar públicos prioritarios, definir objetivos de cambio de comportamiento y establecer estrategias y enfoques para asegurar la adecuada adaptación de mensajes y

actividades en coherencia con los lineamientos institucionales y las estrategias técnicas de las áreas en las que serán implementadas las campañas.

- Diseñar 11 campañas de marketing social orientadas a promover la valoración, apropiación social y corresponsabilidad en la conservación de los ecosistemas naturales.

3.2. Ejecución de campañas

- Implementar las campañas en espacios presenciales y virtuales, incluyendo talleres, activaciones, eventos, retos y publicaciones en redes sociales, coordinando con equipos de apoyo locales según lo establecido.
- Desarrollar materiales de campaña (piezas gráficas, audiovisuales, infografías, folletos).
- Elaborar un calendario operativo de actividades, así como coordinar los recursos humanos y materiales necesarios, asegurando el cumplimiento de cronogramas, presupuestos y lineamientos del plan de campaña propuestos.
- Realizar la cobertura comunicacional de las acciones correspondientes de acuerdo a los lineamientos y requerimientos comunicacionales para ser publicados y difundidos.
- Documentar y registrar las actividades de implementación (registros fotográficos, audiovisuales, listas de asistencia, interacciones digitales, encuestas u otros indicadores definidos)
- Elaborar y presentar informes parciales y finales de cada campaña, conforme a los plazos establecidos, incorporando medición de implementación, evidencia documental y datos cuantitativos.
- Coordinar recursos materiales y humanos necesarios para la implementación de campañas en cada campaña, siguiendo la planificación aprobada.

4. Resultados esperados para la gestión 2026

- 5 campañas de MKT social, diseñados e implementados (contiene el análisis situacional, plan de campaña y Estrategias de implementación)
- 2 campañas de MKT social para biodiversidad (Paraba Frente Roja y Oso) diseñadas e implementadas.
- 4 campañas de MKT social para Fondos de Agua urbanos diseñadas e implementadas (Para Fondos Urbanos, Santa Cruz/Sucre/Cbba/Rurrenabaque)
- Medición de los resultados de 11 campañas.

5. Perfil profesional

- Licenciatura en Comunicación Social, Sociología, Relaciones Públicas, Marketing o ramas afines.
- Experiencia general: al menos 3 años en el ejercicio de su profesión
- Experiencia: al menos 2 años en un puesto similar.
- Excelentes habilidades de comunicación escrita y verbal, capacidad para gestionar múltiples proyectos y conocimiento en redes sociales y herramientas de análisis y evaluación.
- Habilidades especiales: Creatividad, proactividad y capacidad para trabajar en equipo, conocimientos en diseño gráfico y edición de contenido y experiencia en gestión de crisis y reputación corporativa y manejo de programas básicos de diseño gráfico y edición de videos.