

PLIEGO DE CONDICIONES TÉCNICAS ESPECÍFICAS

Versión del 19/08/2026.

Modificaciones en la página 5

ENTIDAD ADJUDICADORA:

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

OBJETO DE LA CONSULTA:

El objetivo de la presente consulta es la contratación de un proveedor para apoyar a la FPNRF en la elaboración y la implementación 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 contrato elabore una estrategia de comunicación que permita:

- La estructuración de las acciones de comunicación previstas, su delimitación (públicos objetivo, objetivos, canales, etc.) y su integración en un calendario que se extienda hasta el final del proyecto;
- La coordinación de su implementación y la gestión de los distintos canales en colaboración con los diversos participantes del 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 conjuntas 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 fortalecer las capacidades del estado de Oaxaca para la implementación y gestión de una herramienta de ordenamiento territorial inspirada tanto en los Paisajes Bioculturales establecidos 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 sitio elegido para este experimento 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: construcción conjunta de herramientas de gobernanza local y de una metodología común en el sitio piloto de Villa Alta-Sierra Mixe-Choapam;
 - Definir una metodología para la creación del Paisaje biocultural;
 - Realizar un análisis territorial del sitio piloto previamente identificado en el estado de Oaxaca;
 - Delimitar el perímetro con un enfoque de coherencia geográfica y cultural;
 - Construir la estructura de gobernanza del Paisaje biocultural.
- Componente 2 - Crear paisajes: experimentación concreta en el territorio piloto con intercambios entre Francia y México;
 - Organizar talleres de consulta con las comunidades locales;
 - Apoyar la redacción de la carta del Paisaje biocultural;
 - Definir una identidad visual para el Paisaje biocultural;
 - Obtener reconocimiento normativo a nivel estatal.
- Componente 3 - Crear redes: estructuración de una comunidad de prácticas nacionales, capacitaciones cruzadas, reflexión sobre financiamientos innovadores 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;
 - Explorar formas innovadoras de financiamiento para los modelos de Paisaje biocultural.

El proyecto es implementado por un **comité directivo** integrado por:

- En México:
 - La Secretaría de Medio Ambiente, Biodiversidad, Energía y Sustentabilidad 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 Intercomunal de Medio Ambiente de la Sierra Occidental y la Costa (JISOC);
 - El Consejo Intercomunal de Medio Ambiente de Ayuquila Alto (JIDELAA);
 - El Paisaje Biocultural de la Sierra Occidental de Jalisco (PBSOJ).
- En Francia:
 - La FPNRF;
 - El Parque Nacional 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 objetivo del servicio es definir e implementar una estrategia de comunicación integral en torno al proyecto de Paisaje Biocultural en el estado de Oaxaca.

Esta estrategia debe cumplir con objetivos específicos:

- Fomentar la apropiación del proyecto por parte de los actores locales y las comunidades involucradas;
- 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 esencial 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 tomar en cuenta la diversidad de los públicos a los que se dirige el proyecto, tanto en Francia como en México, y proponer mensajes y modalidades de comunicación adaptadas 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 el sitio piloto, tomando en cuenta la diversidad lingüística (mixe, zapoteco, chinanteco) y los medios de comunicación que se utilizan en la región (radio comunitaria, redes sociales, etc.);
 - Información periódica en las asambleas municipales o intermunicipales de los territorios involucrados, a través de presentaciones del equipo del proyecto y la difusión por parte de las autoridades locales;
 - Montaje de puestos de «Paisaje biocultural» en ferias y eventos públicos en Jalisco y Oaxaca, con promoción de los productos locales y presencia de actores 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 autoridades locales;
 - Conferencias de prensa a nivel estatal para informar sobre el avance 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 socios (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.

Se prevé, e incluso ya se ha iniciado, la difusión de información a través de diversos canales y herramientas:

- Sitio web
 - Escaparate institucional con difusión de las novedades del proyecto, que posteriormente se convertirá en el sitio web del Paisaje Biocultural.
 - *Existente:* [micrositio](#) creado por el SEMABIESO, accesible únicamente en México;
 - *Previsto:* sitio web para el Paisaje biocultural.
- Redes sociales

- Difusión de noticias dirigidas a los actores, las instituciones y el público en general.
 - *Existente:* [cuenta de Facebook de la secretaria de Medio Ambiente de Oaxaca](#), que publica regularmente sobre el proyecto, y otras cuentas de los participantes en el proyecto;
 - *Previsto:* cuentas para el Paisaje Biocultural en redes sociales relevantes.
- Videos breves
 - Promoción del proceso de elaboración del Paisaje biocultural: características del territorio, momentos destacados del proyecto, buenas prácticas, testimonios de los participantes, etc.
 - *Se prevé:* de 3 a 6 videos de 5 a 10 minutos cada uno, acompañados de su avance y fragmentos para promocionar 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 dedicado;
 - *Previsto:* otros canales pertinentes, según sea necesario.

También es importante definir una identidad visual coherente para el Paisaje Biocultural, junto con normas de aplicación gráfica que permitan su adopción por parte de los distintos socios. Esta 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 canales de comunicación adecuados para cada público objetivo;
 - Definición del marco de los mensajes que se deben transmitir (contenido y forma);
 - Competencias requeridas, recursos que se deben movilizar y acciones principales;
 - Priorización de los públicos objetivo y las acciones;
 - Definición de los indicadores de éxito.
- Desarrollo de un plan de comunicación:
 - Calendario preciso 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 coordinación de la red de actores;
 - Seguimiento estadístico de los objetivos establecidos: estudio del impacto de la estrategia de comunicación (de manera continua o según etapas definidas previamente);
- Implementación de la estrategia: creación y gestión de canales de comunicación:
 - Creación de canales de comunicación específicos (sitio 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 de prensa y redes sociales.

Los **resultados esperados** son:

- Una estrategia de comunicación completa;
- Un plan de comunicación operativo con línea editorial, guía de estilo y calendario editorial;
- La puesta en práctica de los materiales de comunicación propuestos y aprobados por el comprador;
- La gestión de estos materiales de comunicación durante la duración del proyecto;
- Un cuadro de seguimiento de los indicadores de resultados;
- Un balance intermedio a mitad de camino;
- Un informe final.

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

Es necesario tener dominio **del francés y** del español (nivel B2 como mínimo).

Los servicios deberán basarse ante todo en la creatividad humana, al tiempo que incorporen un uso razonado, supervisado y transparente de la inteligencia artificial.

Se permite la subcontratación en las condiciones definidas por 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.