

## GUÍA METODOLÓGICA PARA LA PRESENTACIÓN ANTE EL FONDO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE PROYECTOS PARA CAMPAÑAS EN REDES SOCIALES

**1.- Ficha Técnica de Presentación:** Completar de acuerdo con:  
**(Ver modelo A)**

**1.1.- Eje Temático:** Indicar el eje temático específico a tratar según las bases de la convocatoria.

**1.2.- Tipo de Contenido Multimedia:** Indicar la modalidad de producción que desarrollará de acuerdo con lo propuesto en las bases.

**1.3.- Título del Proyecto:** Indicar el nombre que identifica la campaña.

**1.4.- Persona Natural o Jurídica:** Señalar el nombre de la Organización y/o persona que se encargará de la ejecución del proyecto. En caso de ser:

- ✓ **Persona Natural:** Indicar nombre y apellido, número de cédula de identidad y Registro de Información Fiscal (RIF) actualizado, teléfonos de ubicación, correo electrónico y dirección fiscal.
- ✓ **Persona Jurídica:** Indicar razón social, representante legal, Registro de Información Fiscal (RIF) actualizado, teléfonos de ubicación, correo electrónico y dirección fiscal.

**1.5.- Lugar de Ejecución:** Indicar el (los) municipio(s) y el (los) estado(s), localidad, donde se realizará la campaña.

**1.6.- Duración de la Ejecución:** Especificar el tiempo de ejecución del proyecto, hasta trece (13) semanas.

**1.7.- Aporte Solicitado al Fondo de Responsabilidad Social (FRS):** Señalar el aporte en bolívares solicitado al Fondo de Responsabilidad Social para la ejecución del proyecto.

**1.8.- Otros Recursos:** Especificar si se cuenta con recursos adicionales, propios y/o provenientes de otras instituciones públicas y/o privadas (Monto representado en Bolívares), para la realización del proyecto.

**1.9.- Monto total del Proyecto:** Corresponde a la suma del aporte solicitado al FRS (ítem 1.7) y a otros recursos (ítem 1.8).

## **2.- Descripción del Proyecto:**

Describir cuál es el contenido de la campaña, cuántas piezas la conforman, formato, objeto del mensaje, objetivos específicos de su divulgación. Justificar su impacto social y la delimitación del tiempo de la campaña. Es importante señalar a través de cuáles redes sociales se difundirá la campaña (Ejemplo: Facebook, Twitter, Instagram, entre otros)

**2.1.- Estructura de Contenido:** Agrupar por temas, conceptos, ideas, personajes o situaciones para cada pieza y la manera cómo se integra la campaña en general.

**2.2. Estrategias de divulgación:** indicar cuál es diseño y planteamiento estratégico para la difusión de la campaña que permita alcanzar los objetivos planteados, frecuencia de rotación de cada una de las piezas, principal público al que va dirigida la campaña, medición del impacto y optimización de las acciones para mejorar los resultados propuestos.

**3.- Diseño de producción:** **(Ver modelo B)** Describir el diseño de la campaña tomando en cuenta

**3.1.-Tipo de campaña:** Señalar la naturaleza de la campaña (Ejemplo: cultural, política, social, educativa, entre otros)

**3.2.- Formato de Realización:** HD (1080x720)

**3.3- Formato de entrega:** Deberán ser entregados en Data y en QuickTime (.Mov) o Mp4, Codec H.264, formato HD (1080/720), aspecto NTSC 16:9 con sonido estéreo (16 bit, 48 kHz), en soporte de entrega DVD/BluRay.

**3.4.- Recursos a utilizar:** Indicar los equipos para la ejecución de la campaña. (cámara, teléfonos móviles, estudio virtual, drones entre otros)

**3.5.- Plan de Trabajo:** Organizar la totalidad de tiempo a ejecutar.

**3.6.- Personal Técnico y Asesores:** Indicar el número de personas que lo conforman.

**4.- Cronograma de Actividades:** Presentar la secuencia cronológica de las actividades que se van a ejecutar para alcanzar los resultados propuestos en la campaña. CONATEL se reservará tres (3) semanas para procesos administrativos (revisión, aprobación y desembolso). Es de obligatorio cumplimiento señalar los materiales entregables por etapas (archivos

fotográficos, bocetos, documentos, material en bruto, producto culminado, fuentes de información, entre otros). **(ver modelo C)**

**5.- Presupuesto:** Indicar de manera detallada los costos por rubros que utilizará para el desarrollo de la campaña. Deberá completar toda la información solicitada en cada uno de los ítems por columna, indicados en el formato (Requerimiento, Unidad base de cálculo, Cantidad) **(Ver modelo D)**

Al momento de llenar el presupuesto, debe tomar en consideración que el formato está formulado.

**6.- Plan de desembolso:** Indicar la manera cómo recibirá los recursos financieros en función del tiempo de ejecución y de las necesidades y actividades a realizar en cada etapa. **(Ver modelo E)**

## **7.- Anexos:**

7.1.- Constancia de equipo humano. Anexar currículum vitae del responsable del proyecto y de dos (2) personas fundamentales dentro del proyecto. **(Ver anexo 1).**

7.2.- Declaración Jurada del responsable de la campaña **(Ver anexo 2 )**  
Declaración Jurada de las dos personas seleccionadas como fundamentales dentro del proyecto. **(Ver anexo 3 )**

## **8.- Recaudos a consignar (Vigentes): (Ver anexo 5).**

### **Persona Natural:**

- ✓ Cédula de identidad.
- ✓ Registro de Información Fiscal (RIF).
- ✓ Carta de residencia o recibo de algún servicio básico (luz, teléfono o agua)  
a nombre del solicitante.
- ✓ Registro de Productor Nacional Independiente (PNI), en caso de poseerlo.

### **Persona Jurídica:**

- ✓ Documento Constitutivo Estatutario.

- ✓ Modificaciones Estatutarias.
- ✓ Última declaración de Impuesto Sobre la Renta, salvo empresa con menos de un año de operación.
- ✓ Trayectoria de la persona jurídica.
- ✓ Cédula de Identidad del representante legal y miembros de la organización.
- ✓ Registro de Información Fiscal (RIF) de la persona jurídica.
- ✓ Registro de Productor Nacional Independiente (PNI), en caso de poseerlo.

**Conatel se reserva el derecho de solicitar algún documento adicional referente al proyecto.**