



TÉRMINOS DE REFERENCIA

Consultoría

“Diseño de campaña de difusión e implementación de fase inicial – Ríos en la Amazonía”

1. Introducción

El Perú cuenta con 169 cuencas hidrográficas – incluyendo el origen del río Amazonas - y con el 70% de los glaciares tropicales del mundo. Sin embargo, se ubica entre los países con mayor probabilidad de presentar escasez de agua dulce al 2025 debido al cambio climático y a su uso, muchas veces, no sostenible. Además, buena parte de la población en el país afronta el complicado acceso a fuentes de agua, que se agrava en el contexto del cambio climático. Esto, sumado a factores como el crecimiento de la población y el crecimiento económico desordenado, genera crecientes presiones en los recursos hídricos del país. Como contexto mayor, pese a la valoración por los ríos como fuente de vida (pesca, agricultura, agua), en muchos casos, no existe una correlación entre esta y las prácticas cotidianas y el respaldo de la población con respecto a la necesidad de conservarlos.

Para hacer frente a esta situación, las comunidades locales, el sector privado y las autoridades, son los principales aliados de WWF Perú en su esfuerzo por velar por la seguridad hídrica y por conservar la diversidad biológica y los servicios ecosistémicos que brindan nuestras fuentes de agua dulce.

La cuenca amazónica se caracteriza por su biodiversidad, riqueza cultural y por la singularidad de sus ríos. Además, es hogar de más de 3 millones de habitantes, de los cuales 330,000 son pobladores indígenas. A pesar de ello, es constantemente amenazada por actividades económicas con alto impacto que podrían generar efectos irreversibles.

Por estos motivos, WWF Perú se centra en asegurar la salud de sus ecosistemas acuáticos y el curso libre de los ríos, a través de dos estrategias: aprovechamiento sostenible de los ecosistemas acuáticos e infraestructura sostenible.

WWF Perú trabaja con miras a que, en el 2021, se ha minimizado la degradación de los servicios que proveen los ecosistemas de agua dulce en las cuencas priorizadas, manteniendo la calidad de los hábitats de especies indicadoras, a través de la incorporación de mejores prácticas en el uso de recursos con criterios de sostenibilidad. Asimismo, WWF Perú apunta a que en el 2021 se han propuesto/ajustado normativas con bases técnico-científicas considerando el valor ecológico de los ríos para la evaluación de proyectos de infraestructura, y así asegurar el mantenimiento de los regímenes hídricos, la conectividad de los ecosistemas de agua dulce en las cuencas priorizadas de la Amazonía peruana.

A fin de alcanzar los objetivos arriba planteados, un factor esencial, es contar con el respaldo de la población local a la conservación de los ríos en la Amazonía peruana y al aprovechamiento sostenible de sus recursos. Al respecto, es fundamental generar conciencia en torno a la importancia de estos, las amenazas que enfrentan y la necesidad

de conservarlos, para lo cual se hace necesario un proceso de difusión y concienciación con participación de actores clave, a fin de abarcar los principales centros poblados en la Amazonía peruana (por dimensión y por ubicación o rol estratégico frente a proyectos de infraestructura u otros).

2. Descripción del proyecto

La campaña deberá ser planteada como una iniciativa participativa abierta y escalable, es decir que parte de la estrategia para su diseño e implementación deberá considerar el mapeo para el futuro establecimiento de alianzas para incrementar su alcance (por ejemplo a través del auspicio de autoridades u organizaciones para la pauta publicitaria requerida, la donación de espacios radiales, el empleo de sistemas de perifoneo existentes y otros) que contribuyan a incrementar su alcance y procurar su sostenibilidad. En ese sentido, un factor fundamental para la sostenibilidad de la iniciativa planteada es que, a partir de dicho mapeo, el equipo técnico (programa de Agua Dulce) identifique uno o más actores a los que pueda transferir la campaña para su sostenimiento en el tiempo.

3. Objetivos del contrato

Diseño e implementación de una campaña radial, de concienciación en torno a la importancia, necesidad y oportunidad de conservar los ríos amazónicos, a implementarse en los principales centros poblados en la Amazonía peruana (por dimensión y por ubicación o rol estratégico frente a proyectos de infraestructura u otros), con énfasis en Loreto, Ucayali y Madre de Dios.

4. Actividades del contrato

- Definición y análisis de audiencias (y centros poblados) prioritarias en Loreto, Ucayali y Madre de Dios (en coordinación con el equipo de WWF).
- Identificación de medios clave (según ubicación, sintonía, pertinencia y alcance) para implementación de campaña: estaciones radiales regionales, locales, sistemas de perifoneo u otros, y presentación de la lista de contactos clave de la emisora (nombre completo, cargo, correo electrónico y número de contacto).
- Identificación de actores clave para implementación conjunta de la campaña a través de alianzas: organizaciones de la sociedad civil, académicas, autoridades locales y otras interesadas en sumarse a la campaña para incrementar su potencial alcance.
- Desarrollo de estrategia de comunicaciones y campaña, incluyendo alcance proyectado e indicadores.
- Desarrollo de concepto creativo, mensajes clave y planteamiento de piezas de campaña.
- Diseño y producción de piezas de campaña (spots, cuñas, jingles u otros).
- Plan de medios para etapa inicial de campaña, que incluya el presupuesto de contratación de los espacios radiales.
- Implementación de fase inicial de campaña (duración, por definir).
- Presentación de “venta” de la campaña para captar potenciales aliados (como auspicio de autoridades u organizaciones para la pauta publicitaria requerida, la donación de espacios radiales, el empleo de sistemas de perifoneo existentes y otros) que contribuyan a incrementar su alcance y procurar su sostenibilidad, este material será usado por el equipo técnico (Programa de Agua Dulce) para búsqueda de alianzas clave.

- Reporte final de las acciones realizadas, que incluya los materiales producidos durante la campaña (spots radiales, cuñas, jingles u otros).

5. Cronograma de actividades del contrato (Plazo del contrato)

	ACTIVIDADES	MAYO			
		Sem1	Sem2	Sem3	Sem4
1.	Definición y análisis de audiencias				
2.	Identificación de medios clave				
3.	Desarrollo de propuesta estratégica				
4.	Desarrollo de concepto creativo, mensajes clave y piezas de campaña.				
5.	Diseño y producción de campaña				
6.	Plan de medios para etapa inicial				
7.	Implementación de fase inicial				
8.	Reporte final				

6. Duración de la consultoría

- 1 mes, 30 días, incluyendo 1 viaje a Madre de Dios, 1 a Ucayali y 1 a Loreto.

7. Resultados esperados del contrato

- Audiencias, aliados y medios identificados y priorizados: audiencias definidas, centros poblados identificados en detalle, base de datos de medios y contactos (ubicación, sintonía, pertinencia y alcance) y actores clave como potenciales aliados identificados.
- Estrategia de comunicaciones diseñada: objetivos, metas, definición e identificación de los públicos objetivos, descripción de las actividades que serán realizadas, detalle de los productos que serán desarrollados e indicadores.
- Piezas de campaña producidas: piezas testeadas, aprobadas y listas para implementación.
- Plan de medios: para fase inicial elaborado e implementado.
- Campaña implementada en tres principales regiones de la Amazonía, con participación de aliados.

8. Perfil del consultor

- Experiencia en producción de piezas para campaña radial (spots, cuñas, jingles).
- Experiencia en el relacionamiento y gestión de contenidos con medios de comunicación.
- Experiencia en análisis de audiencias, diseño de conceptos creativos, mensajes clave y otros afines.
- Deseable: experiencia en trabajo con organizaciones sin fines de lucro y/o responsabilidad social corporativa.
- Deseable: experiencia en campañas radiales en Loreto, Ucayali y Madre de Dios.
- Se requiere disponibilidad para viajar.
- Se requieren referencias de productos realizados (portafolio).
- Se requiere presentación de credenciales de la agencia.

9. Proceso de convocatoria y selección

- | | |
|------------------|--------------------------------|
| 1. Publicación: | 24 de abril del 2019. |
| 2. Convocatoria: | Hasta el 28 de abril del 2019. |
| 3. Evaluación: | 29 de abril del 2019. |
| 4. Selección: | 30 de abril del 2019. |

10. Propuesta técnica - económica

Las personas interesadas y que cumplan con los requerimientos solicitados deberán enviar su CV y propuesta económica, al correo servicios@wwfperu.org con el asunto “Diseño de campaña de difusión e implementación de fase inicial – Ríos en la Amazonía” hasta el 28 de abril del 2019.

Anexo 1: REQUERIMIENTOS ADMINISTRATIVOS DE WWF PARA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS
--

- a) La propuesta económica debe ser detallada (de incluir viajes), tanto en honorarios (especificar el rate) como en gastos de consultoría (alimentación, hospedaje, transporte. o, y otros), si contiene viajes o talleres la estructura de costos de los gastos de consultoría deben ser razonables y encontrarse en concordancia con las tarifas de la organización.
- b) **EL CONTRATO** (Consultoría) se firmará a todo costo según presupuesto total aprobado en la evaluación de la propuesta económica y deberá estar sustentado en su totalidad por un comprobante de gastos: Recibo de Honorarios o Factura a nombre de WWF.
- c) Los pagos son por productos, por lo cual **NO** se programan pagos iniciales por la firma de **EL CONTRATO**, ni se otorgan adelantos de pagos
- d) Los pagos se realizan conforme a lo establecido en **EL CONTRATO** y son aprobados por las personas responsables del mismo, quiénes fueron autorizadas previamente por el responsable del Proyecto, en el envío de aprobación del documento interno de WWF: Agreement Information Form (AIF)
- e) **EL CONSULTOR** debe contar con una póliza vigente de Seguro contra Accidentes con cobertura en la zona de ejecución del Proyecto, para el desarrollo de la Consultoría.
- f) Los impuestos **NO** son parte de la estructura económica del costo, ni la condición legal y tributaria de **EL CONSULTOR**.
- g) **EL CONSULTOR** **NO** realizará sus actividades en el local de la organización, salvo que la Consultoría requiera algún tipo de coordinación; WWF **NO** proveerá ningún tipo de material ni equipo a los Consultores.
- h) Si **EL CONSULTOR** es empleado público o de Gobierno, debe contar con autorización expresa de su jefe inmediato, la misma que debe hacer constar, en un documento ad-hoc con las exigencias formales pertinentes, previa a la firma de **EL CONTRATO**.
- i) **EL CONSULTOR** no podrá ceder este Contrato o subcontratar ninguna parte del mismo, sin el consentimiento previo por escrito de WWF.
- j) **EL CONSULTOR** reconoce y conviene que el trabajo que ha realizado fue específicamente encargado, y creado por él para WWF, y se considerará una Obra Creada por Encargo; por lo cual el consultor transfiere y cede a la WWF todo derecho, título y participación, en todo el mundo, en todo trabajo, incluyendo los derechos de autor resultantes.
- k) **EL CONSULTOR** será contratado como independiente, por lo cual no sostiene una relación de empleador-empleado, sociedad, empresa conjunta u organismo con WWF. Ninguna de las partes está autorizada a crear obligaciones, expresas o implícitas, a nombre de la otra, salvo las explícitas expresadas en **EL CONTRATO**.
- l) Requisitos adicionales pueden ser solicitados de acuerdo a los requerimientos del donante primario.