

## TÉRMINOS DE REFERENCIA

### CONSULTORÍA PARA EL DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN SOBRE IMPORTANCIA DE CONSERVACIÓN DE LA AMAZONÍA

#### I. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

##### 1.1. ANTECEDENTES

DAR es una asociación civil sin fines de lucro creada el año 2004. La visión de DAR es una Cuenca Amazónica sostenible, inclusiva y equitativa con gobernanza socioambiental. La misión de DAR es contribuir en la defensa de los derechos humanos, la conservación y el uso sostenible de los recursos naturales, promoviendo la gobernanza socioambiental, en articulación con las poblaciones locales y pueblos indígenas. El trabajo y las acciones que ha realizado DAR se desarrollan en los ámbitos local, regional del país, nacional, regional e internacional.

Debido al contexto internacional y nacional, así como la crisis económica que afronta el país desde hace algunos años, ahondada con la pandemia COVID-19, el Estado peruano y el sector empresarial vienen promoviendo diversas medidas de reactivación e impulso de actividades económicas, planteando además medidas para flexibilizar la normativa de gestión ambiental y social, así como las salvaguardas, buscando incentivar y acrecentar la inversión privada.

En la Amazonía peruana existe una importante diversidad biológica y ecosistemas únicos, los cuales tienen una protección especial en nuestro marco legal, entre ellas las Áreas Naturales Protegidas (ANP). En ese sentido, se han hecho innumerables esfuerzos en el marco de la gobernanza, para la conservación y uso sostenible de estos espacios. Al mismo tiempo existen iniciativas para promover actividades económicas como la de hidrocarburos en zonas de la Amazonía donde se encuentran estas áreas protegidas.

Así, por ejemplo, durante el año 2023, Perupetro, entidad estatal encargada de promocionar, suscribir y supervisar los contratos de exploración y explotación de hidrocarburos, ha venido promocionando a nivel nacional e internacional 31 áreas para exploración y explotación de hidrocarburos a nivel nacional. Recientemente, desde mayo de 2024, ha aumentado a 47 el número de áreas en promoción para hidrocarburos a nivel nacional, de las cuales 38 se encuentran en la Amazonía, en las regiones de Loreto (23 áreas en promoción), Ucayali (11 áreas en promoción), Madre de Dios (3 áreas en promoción) y San Martín (1 área en promoción).

En ese sentido, se hace necesario recordar a los ciudadanos el valor y la importancia de las ANPS para el presente y futuro de los peruanos y para la humanidad, más aún en un contexto de crisis climática, donde los bosques amazónicos son cruciales para el sostenimiento de la vida. Asimismo, es importante promover el conocimiento ciudadano de la importancia de nuestro marco legal ambiental, el cual busca el desarrollo sostenible del país y la conservación y uso sostenible de los recursos naturales para nuestras futuras generaciones.

## 1.2. JUSTIFICACIÓN

En este marco se hace necesario informar, concientizar y sensibilizar a la ciudadanía sobre la importancia de la conservación de la Amazonía, las áreas naturales protegidas (ANP) y los recursos naturales que estas albergan, así como el respeto de los derechos de los pueblos indígenas que la habitan.

En ese sentido, se requiere contratar una LA EMPRESA CONSULTORA especializada en el diseño e implementación de estrategias de comunicación para el desarrollo, con el propósito de que diseñe e implemente una campaña de comunicación de revalorización de la Amazonía y la importancia de su conservación, con especial énfasis en las áreas naturales protegidas (ANP, territorios indígenas) y los valiosos servicios ambientales que brindan.

## II. OBJETIVOS

La presente CONSULTORÍA tiene los siguientes objetivos:

### Objetivo General:

Diseñar e implementar una campaña de comunicaciones dirigida a la ciudadanía y tomadores de decisiones con el propósito de informar, sensibilizar, concientizar y generar una corriente de opinión favorable sobre la importancia de la conservación y uso sostenible de las áreas naturales protegidas amazónicas y los territorios PIACI.

### Objetivos específicos:

A. Informar y sensibilizar a la sociedad civil local de las ciudades de Iquitos, Pucallpa y Puerto Maldonado sobre la importancia de Amazonía, en especial de las ANP y los beneficios (económicos, sociales, ambientales, servicios ambientales, etc.) que aportan al país y a poblaciones que viven y dependen de ella, como las poblaciones locales y los pueblos indígenas.

B. Informar y sensibilizar a la sociedad civil y tomadores de decisiones sobre las obligaciones legales e importancia de conservación y protección de las ANP (incluyendo sus Zonas de Amortiguamiento y las Zonas Reservadas), los territorios PIACI (reservas indígenas y territoriales) y los derechos de los pueblos indígenas.

C. Sensibilizar a la opinión pública y tomadores de decisiones a nivel nacional acerca de los graves riesgos e impactos que acarrearía la pérdida o afectación de las ANP por el desarrollo de actividades económicas sin estándares ambientales y sociales.

D. Establecer vínculos con instituciones y especialistas que pudieran participar y sumarse a la campaña.

F. Fortalecer el conocimiento de la población local sobre conservación de las ANP y sus Zonas de Amortiguamiento, las Zonas Reservadas y los territorios PIACI de las regiones de Loreto, Ucayali y Madre de Dios, (focalizado en las ciudades de Iquitos, de Pucallpa y Puerto Maldonado, respectivamente)

G. Diseminar información y buscar que los medios de comunicación pongan en su agenda las temáticas tratadas en la campaña sobre la revalorizar la Amazonía, con énfasis en la conservación de las ANP y territorios PIACI.

### III. ALCANCE

**Alcance territorial:** LA EMPRESA CONSULTORA deberá desarrollar la campaña en las ciudades amazónicas de Iquitos, Pucallpa y Puerto Maldonado en un período de 06 meses (fecha estimada de inicio julio a diciembre de 2024).

**Alcance temático:** La Amazonía en general y de manera específica las ANP (debiendo entenderse por tales las ANP del SINANPE, las áreas de conservación regional - ACR, incluyendo sus Zonas de Amortiguamiento y las Zonas Reservadas) y los territorios PIACI (reservas indígenas y territoriales).

### IV. PRODUCTOS

LA EMPRESA CONSULTORA para la elaboración e implementación de la campaña de comunicación durante el contrato deberá generar los siguientes productos:

- Producto 1: **Plan de trabajo**
- Producto 2: **Informe detallado del diseño de la campaña**
- Producto 3: **Informe del Plan de Implementación de la campaña.**
- Producto 4: **Informe final de la implementación de la campaña**

### V. METODOLOGÍA

LA EMPRESA CONSULTORA, para el desarrollo de sus actividades, deberá considerar los plazos establecidos por DAR, para ello, deberá estar en permanente coordinación y contacto con el coordinador/a del proyecto asignado por DAR.

La metodología propuesta para el diseño y desarrollo de la campaña es la siguiente:

- Investigación y análisis de gabinete de la problemática local y realización de un mapeo de percepciones del público objetivo respecto a las temáticas de la campaña.
- Definición de estrategias de intervención
- Planificación y ejecución de la campaña
- Plan de monitoreo y seguimiento

En ese sentido, LA EMPRESA CONSULTORA deberá elaborar y presentar:

- **Un Plan de Trabajo** (que incluya una propuesta de cronograma).
- **Un Plan para el Diseño de la campaña** (que incluya revisión documentaria, mapeo de percepciones del área de intervención, las actividades propuestas, el equipo de trabajo propuesto, el tiempo de ejecución, entre otros).
- **Un Plan de Implementación de la campaña** (que incluya una descripción de las actividades, materiales y activaciones propuestas, las acciones de monitoreo propuestos, el equipo de trabajo propuesto y el tiempo de ejecución, entre otros).

## VI. PLAZOS Y CRONOGRAMA

La presente CONSULTORÍA se realizará en un período estimado de 06 meses (fecha estimada de inicio julio a diciembre de 2024)

LA EMPRESA CONSULTORA brindará servicios con la finalidad de obtener los productos indicados a continuación según el siguiente cronograma:

N°	Descripción de Productos	Fecha prevista de entrega
1	<b>Producto 1.</b> Plan de trabajo	A los 15 días calendarios de inicio de la consultoría
2	<b>Producto 2.</b> Informe detallado del diseño de la campaña	A los 60 días calendarios de haber empezado la consultoría
3	<b>Producto 3.</b> Informe del avance de implementación de la campaña.	A los 110 días calendarios de haber empezado la consultoría
4	<b>Producto 4.</b> Informe final detallado de la implementación de la campaña	A los 170 días calendarios de haber empezado la consultoría

## VII. PERFIL REQUERIDO

Para llevar a cabo el diseño e implementación de la campaña de comunicación, se busca contratar a una EMPRESA CONSULTORA que cumpla con las siguientes características:

- a. Como mínimo con 10 años de experiencia en el diseño e implementación de estrategias y campañas de comunicación para el desarrollo.
- b. Experiencia de trabajo participativo e intercultural e intervenciones públicas masivas.
- c. Experiencia en el desarrollo de investigaciones cualitativas de audiencias.
- d. Experiencia en capacitaciones y facilitación de procesos comunicativos.
- e. Experiencia en medición del alcance de sus productos.
- f. Conocimiento de la problemática socioambiental de la Amazonía.
- g. Conocimiento de la problemática indígena.
- h. Contar con un equipo de trabajo especializado con experiencia en diseño o implementación de campañas de comunicación. (Indicar en el CV institucional quiénes serían los profesionales a cargo de la coordinación, supervisión, y del trabajo en campo).

### VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Se considerarán los siguientes criterios de evaluación y márgenes de puntaje para la contratación de servicios de consultoría:

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTAJE
Experiencia en el diseño e implementación de estrategias de comunicación para el desarrollo y de campañas: Ejemplo de estrategias y campañas desarrolladas, cartera de clientes, premios obtenidos por las campañas y otros.	40
Años de experiencia	15
Experiencia de trabajo en la Amazonía	15
Experiencia en el desarrollo de trabajo participativo e intercultural.	15
Experiencia en capacitaciones y facilitación de procesos comunicativos.	15
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

### IX. VALOR REFERENCIAL

El monto máximo previsto para la ejecución del servicio de la consultoría es de veintinueve mil novecientos y 00/100 dólares americanos (\$29,900.00). Este financiamiento cubrirá los gastos relacionados con la realización de los servicios de la consultoría como son: staff, consultores, así como hacer uso de sus equipos e instalaciones propias.

DAR brindará las facilidades logísticas y asumirá los gastos para el desarrollo de los viajes (pasajes y viáticos) y reuniones (salas y alimentación) en las 3 regiones donde se implementará la consultoría-. Asimismo, DAR asumirá los gastos de diseño e impresión de algunos materiales o el diseño de algunas piezas digitales de la consultoría.

LA EMPRESA CONSULTORA recibirá por sus servicios una retribución económica total de acuerdo con la propuesta económica presentada incluidos todos los impuestos de ley, en cuatro (04) armadas y en la fecha indicada previa aprobación de entregables y presentación de la factura correspondiente:

Armada(s)	Condición de pago	Fecha estimada de pago	% de pago
1	Aprobación de producto 1	A los 20 días de haber empezado la consultoría	20%
2	Aprobación de producto 2	A los 70 días de haber empezado la consultoría	30%
3	Aprobación de producto 3	A los 120 días de haber empezado la consultoría	30%
4	Aprobación de producto 4	A los 180 días de haber empezado la consultoría	20%
<b>TOTAL</b>			<b>100%</b>

#### **X. PERSONAL A CARGO DE COORDINACIONES EN DAR**

Las coordinaciones para la realización de las actividades de la campaña se realizarán con el Programa Sostenibilidad y la Unidad de Gestión Institucional (Comunicaciones) de Derecho Ambiente y Recursos Naturales (DAR), que designará a su interior a la(s) persona(s) en DAR responsable(s) de las siguientes actividades:

- . Realizar las coordinaciones de las actividades contempladas que debe prestar LA EMPRESA CONSULTORA.
- a. Brindar la conformidad del producto(s), subproducto(s), informe(s) u otros elementos que deba proporcionar LA EMPRESA CONSULTORA.
- b. Recibir, verificar y aprobar el(los) producto(s), subproducto(s), informe(s) y comprobantes para el(los) pago(s) correspondiente(s) remitidos por LA EMPRESA CONSULTORA.
- c. Formular observaciones a el(los) producto(s), subproducto(s) y/o a la ejecución de actividades de LA EMPRESA CONSULTORA.
- d. Responder la subsanación de las observaciones -a el(los) producto(s), subproducto(s) y/o a la ejecución de actividades presentada por LA EMPRESA CONSULTORA respecto de las observaciones presentadas por DAR.
- e. Solicitar a DAR la resolución del CONTRATO por incumplimiento o cumplimiento parcial, tardío o defectuoso de las obligaciones establecidas en el presente CONTRATO y anexos a cargo de LA EMPRESA CONSULTORA.
- f. Remitir la solicitud de pago a la Unidad de Administración de DAR, verificada la conformidad del servicio y/o la aprobación el(los) producto(s), subproducto(s) correspondientes.

#### **XI. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS DEL PROCESO DE SELECCIÓN DE CONTRATACIÓN DEL SERVICIOS**

- a. LA EMPRESA CONSULTORA realizará sus actividades en coordinación con DAR.
  - b. Los productos presentados por LA EMPRESA CONSULTORA deberán ser aprobados por parte de Derecho, Ambiente y Recursos Naturales, quien dará la conformidad a la prestación de los servicios. Cabe indicar que dicha conformidad es requisito para el pago respectivo.
  - c. LA EMPRESA CONSULTORA entregará sus productos en versión impresa y en medio magnético (correo electrónico).
  - d. La factura deberá ser entregada a la persona asignada en DAR como una condición de pago.
-