

CONV P074-2022-002
Términos de Referencia

NOMBRE DEL SERVICIO SOLICITADO	Servicio de elaboración del plan de medios para la campaña de comunicación de la Iniciativa Patrimonio Natural del Perú (PdP)
PROYECTO SOLICITANTE	Asegurando el Futuro de las Áreas Naturales Protegidas del Perú
LUGAR DE SERVICIO	Lima
DURACIÓN	50 días calendario
CADENA DE GASTO A AFECTAR	074047002SCO202010202004

1. Antecedentes y descripción del Proyecto

Profonanpe

Es un fondo ambiental privado que tiene como propósito promover la sostenibilidad de la vida conectando a la humanidad con el medio ambiente. Está especializado en la captación, administración y canalización de recursos financieros para la ejecución de programas y proyectos que contribuyen a la conservación de la biodiversidad, el medio ambiente, y a la mitigación y adaptación del cambio climático. Adicionalmente, hasta la fecha, Profonanpe es la única institución en el Perú acreditada por el Fondo Verde para el Clima (en adelante FVC) como Entidad de Acceso Directo (DAE, por sus siglas en inglés).

Es la entidad receptora de los recursos de la donación de World Wildlife Fund (en adelante WWF) provenientes del Fondo para el Medio Ambiente (en adelante GEF) y, por lo tanto, responsable por la administración y supervisión financiera del Proyecto GEF6-PdP, de conformidad con el convenio de donación con WWF y el convenio de cooperación interinstitucional con el Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (en adelante SERNANP).

SERNANP

Es un organismo técnico especializado del Ministerio del Ambiente (en adelante MINAM), creado por Decreto Legislativo N°10123, como ente rector y autoridad técnico-normativa del Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (en adelante SINANPE).

La Unidad Operativa Funcional de Sostenibilidad Financiera (en adelante UOF-SF) de la Gerencia General del SERNANP, es la encargada de conducir todos los temas relacionados a la sostenibilidad financiera para la gestión de las Áreas Naturales Protegidas (en adelante ANP).

La Unidad Operativa Funcional de Políticas y Prospectivas (en adelante UOF-PyP) de la Dirección de Desarrollo Estratégico del SERNANP (en adelante DDE), es la encargada de conducir la actualización del Plan Director de forma participativa y fortaleciendo los procesos de articulación territorial con los diferentes actores que gestionan parte del mismo.

El Plan Director es una importante herramienta que constituye un instrumento de planificación y orientación del desarrollo de las ANP, que define un marco orientador, lineamientos de política y la planeación estratégica que son de carácter multisectorial y alcanza a las ANP de administración nacional, regional y privadas.

Proyecto Asegurando el Futuro de las Áreas Naturales Protegidas del Perú (en adelante GEF6-PdP)

El Proyecto GEF6-PdP, tiene por objetivo promover la sostenibilidad financiera a largo plazo para una gestión efectiva del SINANPE, con miras a la protección de la diversidad biológica de importancia global y los servicios ecosistémicos del bioma amazónico.

En ese sentido, teniendo en cuenta el importante papel que juegan los medios masivos de comunicación en la creación de opinión pública y conciencia ambiental, parte del presupuesto del Proyecto GEF6-PdP en el marco del Componente 2, apoyarán al SERNANP para crear y mantener buenas relaciones con actores del sector público, privado y sociedad en general mediante actividades y materiales destinados a que comprendan mejor los valores, funciones y servicios de las ANP, y el papel de la Iniciativa PdP-Amazonía en la conservación del patrimonio natural y cultural de la Amazonía peruana.

Al respecto, la Iniciativa PdP-Amazonía, de acuerdo a su estrategia de implementación, ha diseñado un plan de comunicaciones para el 2021 y 2022, el cual identifica una serie de actores clave de la ciudadanía, sector privado y público a los que es prioritario alcanzar para poner en valor las ANP y la importancia de la sostenibilidad financiera para asegurar su conservación, para lo cual se requiere generar una serie de piezas comunicacionales, entre ellas, una campaña de comunicación, denominada “La Casa más valiosa del mundo”, que busca difundir el valor de las ANP y la importancia de la conservación del bioma amazónico.

2. Objetivo del servicio

Gestionar, negociar y contratar espacios publicitarios en medios de comunicación para la campaña comunicacional de PdP “La Casa más valiosa del mundo”, que contribuya al posicionamiento de la Iniciativa PdP-Amazonía para la gestión efectiva y la sostenibilidad financiera de las ANP del bioma amazónico.

3. Alcance del servicio

Las actividades a desarrollar, bajo el liderazgo del representante de la Unidad de Coordinación de la Iniciativa PdP-Amazonía (UC-PdP), serán las siguientes:

- Reuniones con el equipo encargado designado por PdP.
- Presentación de un cronograma de trabajo.
- Elaboración de un Plan de Medios donde se seleccione los medios a utilizar, se justifique dicha selección y se defina los impactos o logros esperados. El consultor deberá considerar el brief entregado por PdP.
- Verificación del cumplimiento de la publicidad emitida en el Plan de Medios.
- Elaboración del informe final analizando el impacto de la publicidad, una vez culminada la campaña publicitaria, previa coordinación con PdP.

4. Productos

Los productos entregables, detallados en la siguiente tabla, se deben enviar en formato digital vía Plataforma de Mesa de Partes Virtual a través del siguiente enlace

<https://mesadepartesvirtual.sernanp.gob.pe>, acompañados de su respectivo comprobante de pago y cuenta bancaria, una vez que haya sido aprobado por la Especialista Senior de Comunicaciones y la Coordinadora de PdP.

Productos	Plazo de entrega	Pago (% del monto total)
Entregable 1: Informe Técnico de Plan de Medios de la campaña publicitaria, de acuerdo con el brief entregado por PdP (Anexo 1)	Hasta los siete (07) días calendario de firmado el contrato	40%
Entregable 2: Informe de Post Evaluación y Monitoreo del Plan de la Campaña Publicitaria.	Hasta los diez (10) días calendario contados desde el fin de la campaña publicitaria	60%

5. Coordinación, supervisión y conformidad del servicio

La presente consultoría es liderada por el representante de la Unidad de Coordinación de la Iniciativa PdP-Amazonía (UC-PdP), con soporte de la UOF de Comunicaciones del SERNANP y la representante de la Unidad de Gestión del Proyecto GEF6-PdP.

6. Perfil del postor

- Persona jurídica con experiencia mínima de siete (07) años en la elaboración y ejecución de planes de medios para campañas de publicidad a nivel nacional.
- Licencia vigente para un estudio de monitoreo publicitario para Lima, elaborado por Ibope Media o Mediacheck.
- El proveedor deberá acreditar un equipo de trabajo, según lo siguiente:

Director de Medios:

- Técnico o bachiller universitario en Ciencias de la Comunicación, Publicidad o Marketing o con especialización en marketing o publicidad.
- Experiencia mínima de cinco (05) años como Gerente o Director(a) de medios o supervisor de planificación de medios, en agencias de medios, publicidad o medios de comunicación.

Ejecutivo de cuentas:

- Técnico o bachiller universitario en Ciencias de la Comunicación o Publicidad o Marketing o Administración o carreras afines.
- Experiencia mínima de tres (03) años en manejo de cuentas en agencias de medios, publicidad o medios de comunicación.

7. Duración de la consultoría, plazos, honorarios y formas de pago

- La duración de la consultoría es de 50 días calendarios, los cuales iniciarán desde la firma del contrato.
- El costo total será realizado en **Soles** y deberá ser ofertado a todo costo incluyendo impuestos.
- Los pagos respectivos se efectuarán contra presentación y aprobación de todos los productos por el representante de la UC-PdP, previa conformidad de la

representante del Proyecto GEF6-PdP, y contra prestación del recibo por honorarios.

- Formas de pago:
 - 40% a la aprobación del Producto 1.
 - 60% a la aprobación del Producto 2.

8. Condiciones

- Dada la coyuntura por la pandemia del COVID-19, las coordinaciones y presentaciones del servicio se realizarán en la modalidad virtual.
- La UC-PdP tiene el derecho de propiedad intelectual sobre los productos entregados.

BRIEF CAMPAÑA “LA CASA MÁS VALIOSA DEL MUNDO”

Solicitado por:	Fecha de lanzamiento: 21 feb 2022
E-mail:	Duración: 1 mes
1. OBJETIVO DE LA CAMPAÑA.	
<p>Principal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Difundir el valor de las ANP y la importancia de la conservación del bioma amazónico, y cómo las personas se benefician en su salud, económica y alimentación, a través de sus servicios ecosistémicos. <p>Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poner en valor el rol de los gestores de ANP, guardaparques, especialistas, jefes, y cómo PdP contribuye a cumplir con su rol para la gestión efectiva de las ANP. • Impulsar la acción ciudadana desde casa y la ciudad para cumplir los objetivos de PdP en cuanto a conservación. 	
2. PÚBLICO OBJETIVO.	
<ul style="list-style-type: none"> • Primario: Ciudadanía: Comprende población urbana a nivel nacional, turistas nacionales, consumidores de productos de ANP, 18 años a más. • Secundario: Sector privado y público. 	
3. DETALLE DE LA CAMPAÑA.	
<p>https://docs.google.com/presentation/d/1_o8zqzpm-tnVtJZ8alstkkGj2fgQd8fB/edit?usp=sharing&ouid=104575065311335950902&rtpof=true&sd=true</p>	
4. RECURSOS DE COMUNICACIÓN.	
<p>MATERIAL PARA DOS PLATAFORMAS: PROFONANPE Y SERNANP.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Versión final del video de hasta 5 minutos para cuenta Youtube. • Versión reducida para redes sociales tomando en cuenta las adaptaciones y tiempos por red social: 1. Facebook, 2. Instagram, 3. Twitter y 4. LinkedIn. • Gráficas (9 motivos). 	

INSTRUCCIONES GENERALES

A. Elegibilidad:

Los postores pueden ser: Personas jurídicas con experiencia y que cumplan con el perfil que se describe en los términos de referencia adjuntos.

B. Métodos de selección

Selección Basada en Calidad y costo

C. Presentación Propuesta Técnica y Financiera

Las propuestas técnicas serán evaluadas de acuerdo con el diseño, coherencia, claridad y secuencia de las actividades. Igualmente, se considerarán las calificaciones del postor, experiencia previa y la documentación que se señala a continuación:

1. Propuesta Técnica
2. Propuesta Financiera
3. Ficha RUC

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Los criterios y subcriterios de evaluación y el sistema de puntos que se asignarán a la Propuestas Técnicas son:

Criterios y subcriterios de evaluación		Puntos
(i)	Experiencia de la firma y acreditación de licencia	30
(ii)	Lógica de la metodología y plan de trabajo propuestos	30
	Enfoque técnico y metodología	[25]
	Plan de trabajo	[05]
(iii)	Calificaciones del personal profesional y competencia para el trabajo (*)	40
TOTAL		100

(*) El número de puntos asignados a cada uno de los cargos o disciplinas propuestas por la Firma se evaluará considerando los subcriterios siguientes y el porcentaje pertinente de ponderación:

Calificaciones generales	40%
Competencia para el trabajo	60%
TOTAL	100

El mínimo puntaje técnico requerido para calificar es 70 Puntos.

EVALUACIÓN FINANCIERA:

La fórmula para determinar los puntajes financieros es la siguiente:

- a) Para determinar el puntaje al costo total de la propuesta se empleará la siguiente fórmula:

$$Sf = 100 \times Fm/Fe$$

Donde:

Sf = Es el puntaje al costo total de la propuesta

Fm = Es el costo de propuesta más baja

Fe = Es el costo de la propuesta en evaluación

Las ponderaciones asignadas a las propuestas técnicas y financieras son:

T = 0.7, y

P = 0.3

PREPARACIÓN DE LAS PROPUESTAS

Las propuestas deben ser presentadas según el formulario descargable en el siguiente link:

<https://bit.ly/3r9OALq>

1. PROPUESTA TÉCNICA

- 1.1. Al preparar la propuesta técnica, los consultores deberán examinar detenidamente los documentos que integran esta convocatoria. Cualquier deficiencia importante en el suministro de la información solicitada podrá dar como resultado el rechazo de la misma.
- 1.2. En la propuesta técnica se deberá incluir la siguiente información, utilizando los formularios correspondientes:

FTEC1. Formulario de presentación de la propuesta técnica.

FTEC2. Organización y experiencia de la firma consultora (En caso corresponda)

FTEC3. Descripción del enfoque, metodología y el plan de actividades para la ejecución del trabajo.

FTEC4. Composición del equipo y asignación de responsabilidades.

FTEC5. Currículo del personal profesional propuesto.

FTEC6. Calendario de actividades del personal.

FTEC7. Plan de trabajo.

2. PROPUESTA FINANCIERA

- 2.1. La propuesta financiera deberá ser expresada en **Soles**, a todo costo incluyendo impuestos de Ley.
- 2.2. La propuesta financiera deberá incluir la siguiente información, utilizando los formatos correspondientes:

FIN1 Formulario de presentación de la propuesta financiera.

FIN2 Resumen de costos.

FIN3 Desglose de costo por actividad.

FIN4 Desglose por remuneraciones

- 2.3. Las propuestas deberán permanecer válidas después de la fecha de presentación por 60 días. Durante ese período, se espera que el consultor mantenga disponible el personal profesional propuesto para el trabajo. El Contratante hará todo lo posible por finalizar las negociaciones dentro de ese plazo. Si el Contratante desea prolongar el período de validez de las propuestas, los consultores que estén en desacuerdo tienen el derecho de no prolongar la validez de sus propuestas.

3. PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS

- 3.1 Las propuestas deberán ser presentadas por correo electrónico, a concursos@profonanpe.org.pe en Asunto indicar: **CONV-PO74-2022-002 - PROPUESTA.**
- 3.2 Deberán adjuntar su propuesta en formato PDF en un solo archivo, incluyendo anexos. Asegúrese de incluir todos los documentos requeridos. Propuestas incompletas serán descalificadas.
- 3.3 Las propuestas **completas** deben enviarse dentro del plazo señalado en la presente convocatoria.
- 3.4 Toda propuesta que se reciba después de vencido el plazo para la presentación de las propuestas no será considerada en la evaluación.

4 EVALUACIÓN DE LAS PROPUESTAS

- 4.1 El comité de evaluación designado por el Contratante evaluará las propuestas teniendo en cuenta si éstas responden a los términos de referencia, y aplicando los criterios y subcriterios de evaluación, y el sistema de puntos señalados. Toda propuesta que no responda a aspectos importantes de los términos de referencia o que no obtenga el puntaje técnico mínimo de 70 puntos será rechazada en esta etapa.
- 4.2 Se selecciona al postor que tenga la mejor propuesta técnica, dentro del presupuesto establecido.

5 NOTIFICACIÓN DE RESULTADOS

El contratante notificará los resultados por correo electrónico.

Profonanpe declarará desierta la convocatoria en el caso de que los postores no cumplan con las exigencias planteadas.

Ningún proceso de adjudicación es final, o la propuesta aceptada, hasta haber completado este proceso y firmado el contrato