

TÉRMINOS DE REFERENCIA

CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE MARKETING DIGITAL DE TURISMO EN LAS ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS

1. INTRODUCCIÓN

El Perú es uno de los diez países megadiversos del mundo y esta gran diversidad biológica se encuentra representada principalmente en sus Áreas Naturales Protegidas (ANP), lo cual las convierte en auténticos activos del Patrimonio Natural del Perú y del mundo. Debido a esto, el Estado Peruano a través del Ministerio del Ambiente (MINAM) y liderado por el Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (SERNANP), orientan sus esfuerzos a conservar estos espacios protegidos que poseen una gran riqueza natural, lo cual ha permitido generar diversas oportunidades de desarrollo a través del aprovechamiento sostenible de los recursos paisaje y naturales, entre otros.

Actualmente, las ANP abarcan aproximadamente 17% del territorio nacional; dichos espacios en el territorio contribuyen a mejorar la calidad de vida de las personas a través de la provisión de servicios ecosistémicos como agua, alimentos y energía, así como ser generadoras de conocimiento, mecanismos de adaptación y mitigación al cambio climático, espacios de recreación y custodias de saberes culturales y espirituales de los pueblos indígenas y comunidades locales; por lo cual es imperativo lograr su gestión efectiva a fin de contar con ecosistemas saludables, resilientes y productivos que provean de recursos vitales a las poblaciones locales y a la humanidad.

El Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (SINANPE) tiene por objetivo contribuir al desarrollo sostenible del país, a través de la conservación de una muestra representativa de la diversidad biológica, articulando y potenciando el conjunto de ANP del país, mediante la gestión eficaz del SINANPE, garantizando el aporte de sus beneficios ambientales, sociales y económicos a la sociedad.

En ese sentido, la conservación de las ANP se constituye como una función fundamental en lo que respecta a la preservación del equilibrio ambiental. No obstante, con independencia de la importancia del mandato recibido al SERNANP, en la actualidad se plantea un problema de sostenibilidad financiera, en la medida que los recursos generados por la institución son inferiores a los gastos para su gestión efectiva. Para ello, es importante actualizar las necesidades o requerimientos a nivel de ANP y sede central para poder identificar la magnitud de la brecha financiera y los mecanismos potenciales que podrían cubrirla en el tiempo.

Asimismo, de acuerdo al Plan Director, el turismo es considerado como una estrategia de conservación y herramientas para promover el desarrollo sostenible de las poblaciones locales que habitan en las ANP.

2. ANTECEDENTES

El 25 de julio de 2014, mediante Resolución Presidencial N° 163-2014-SERNANP, se conformó la Comisión de Sostenibilidad Financiera del SERNANP, cuyo objetivo es apoyar en la identificación y establecimiento de mecanismos económicos que garanticen la sostenibilidad permanente de las ANP.

El 28 de marzo de 2019, mediante Resolución Presidencial N° 085-2019-SERNANP, se aprueba la Estrategia de Implementación de la Iniciativa Patrimonio Natural del Perú en el Bioma Amazónico (EI-Amazonía), cuya finalidad es establecer las metas e indicadores para el cumplimiento de los objetivos y la planificación financiera para el logro de los resultados esperados de la Iniciativa PdP-Amazonía.

El 28 de marzo de 2019, mediante Resolución Presidencial N° 086-2019-SERNANP, se aprueba el Manual de Operaciones del Memorándum de Entendimiento de la Iniciativa Patrimonio Natural del Perú en el Bioma Amazónico (MOP-Amazonía), cuya finalidad es establecer el modelo de gobernanza para la implementación del mencionado memorándum y el Fondo de Transición de la Iniciativa PdP-Amazonía.

El 03 de abril de 2019, mediante Decreto Supremo N° 003-2019-MINAM, se declara de *interés nacional la Iniciativa de Sostenibilidad Financiera de las Áreas Naturales Protegidas del Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado - SINANPE, denominada "Asegurando el Futuro de las Áreas Naturales Protegidas del Perú. Parques Nacionales: Patrimonio del Perú"*.

El 24 de mayo de 2019, se firmó el Memorándum de Entendimiento para la Iniciativa Patrimonio Natural del Perú para las 38 Áreas Naturales Protegidas del Bioma Amazónico (MdE), entre el MINAM, SERNANP, Gordon and Betty Moore Foundation (Fundación Moore), WWF, Andes Amazon Fund (AAF) y PROFONANPE, cuyo objetivo es *"consolidar la gestión efectiva de las treinta y ocho (38) ANP de administración nacional que forman parte del bioma amazónico, las cuales representan aproximadamente 17 millones de hectáreas en el Perú, para lo cual se generarán las condiciones habilitantes para dicha gestión en un plazo de once (11) años que asegurará su sostenibilidad financiera a perpetuidad"*.

3. JUSTIFICACIÓN

La actividad turística en las Áreas Naturales Protegidas - ANP es entendida como una de las actividades de uso público que proporciona oportunidades para la recreación, el esparcimiento al aire libre y el disfrute de los valores naturales y culturales del ANP. El turismo en las ANP no constituye un fin en sí mismo, sino un medio para alcanzar los objetivos primarios de conservación, recreación y educación dentro de aquellas ANP que así lo establezcan y para promover el desarrollo sostenible de las poblaciones locales que en ellas habitan (Plan Director 2009).

Con el fin de garantizar que la actividad turística en las ANP se desarrolle de manera sostenible, es necesario contar con instrumentos de planificación y gestión que establezcan estrategias para la generación de condiciones habilitantes para el desarrollo de la actividad turística, promueva inversiones privadas e involucre la participación de las poblaciones locales. Asimismo, el turismo en ANP debe ser una actividad económicamente rentable y que aporte recursos financieros para la protección de la biodiversidad, de la integridad del ecosistema y del patrimonio cultural (...) (Plan Director 2009)

En el contexto actual, ante una emergencia sin precedentes generado por el brote y propagación del coronavirus (COVID-19), declarado por la Organización Mundial de la Salud (OMS) como una pandemia, exhortaron a los países que adopten un enfoque basado en la participación de todo el gobierno y de toda la sociedad, en torno a una estrategia integral dirigida a prevenir las infecciones, salvar vidas y reducir al mínimo sus efectos; en ese sentido, se vienen adoptando distintas medidas de carácter excepcional y especial.

En ese sentido, en el marco de los lineamientos y objetivos de la gestión del turismo establecidos en los documentos de gestión, es necesario generar acciones que permitan alcanzar un mayor y mejor posicionamiento del turismo en las Áreas Naturales Protegidas, a través de una estrategia online o digital a fin de lograr los objetivos establecidos en el Plan de marketing de turismo en ANP, el mismo que debe estar dirigido principalmente a los visitantes actuales y potenciales, así como a otros actores clave como los prestadores de servicios turísticos. Esta finalidad toma mayor relevancia dado el nuevo contexto de pandemia y la necesidad de reactivación del turismo como una de las principales estrategias que se tiene para la conservación y desarrollo sostenible de las ANP.

4. OBJETIVO DEL SERVICIO

General

Contratar el servicio de una persona jurídica para la elaboración de la planificación estratégica de marketing digital del turismo de las Áreas Naturales Protegidas de administración nacional.

5. ALCANCE Y DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

El SERNANP, a través de la iniciativa Patrimonio del Perú, se contratará un servicio para la elaboración de la planificación estratégica de marketing digital del turismo en ANP. De esta manera buscará desarrollar las siguientes actividades:

- Realizar un análisis situacional de la presencia online o digital del turismo en las Áreas Naturales Protegidas.
- Realizar un análisis del contexto actual y productos de marketing digital desarrollados a nivel nacional y mundial orientados al turismo, conservación y parques nacionales, incluyendo aquellas que tienen mayor efectividad, identificando retos y oportunidades.
- Realizar una investigación y análisis de plataformas, redes sociales, aplicativos y otras herramientas de comunicación y promoción digital.
- Realizar un análisis de las acciones y/o herramientas de promoción y comunicación offline y online sobre el turismo en ANP, realizadas durante los últimos años, rescatando las acciones con mejores resultados.
- Realizar una revisión y análisis de información como documentos estratégicos, estudios entre otras fuentes secundarias sobre promoción y comunicación de turismo en ANP, principalmente el Plan de Marketing de turismo en ANP.
- Realizar un análisis FODA, así como la aplicación de otras herramientas: Business Model Canvas, User Journey, etc. para el planteamiento de la estrategia digital.



- Diseñar y/o elaborar un Plan de Marketing Digital de turismo en ANP, alineadas a las estrategias y objetivos del plan de marketing de turismo en ANP, y que contenga mínimamente objetivos, estrategias, tácticas, públicos objetivos definidos, indicadores, entre otros.
- Identificar, caracterizar e investigar a los grupos objetivos actuales y posibles.
- Diseñar y seleccionar las herramientas digitales a utilizar, así como tácticas para el logro de los objetivos del plan de marketing digital que se proponga.
- Analizar y considerar como parte de las estrategias, tácticas y herramientas digitales, el marketing de contenidos, potenciando el posicionamiento web y de las redes sociales.
- Realizar el diseño y maquetación o prototipado y validación de cada acción planteada.
- Realizar el diseño y planteamiento de grilla de comunicación para redes sociales acorde a los tipos de campañas que se propongan.
- Elaborar un cronograma, presupuesto y recursos necesarios para la ejecución de cada producto de marketing digital planteado.
- Elaborar un plan de acción a corto, mediano y largo plazo, de acuerdo a los productos que contemple el plan de marketing digital.
- Identificación de aliados que permitan potenciar el plan de MKT digital.
- Participar en las coordinaciones para el desarrollo de los servicios y/o herramientas de promoción turística de las ANP.
- Otras actividades relacionadas a la planificación y diseño estratégico de marketing digital de turismo en ANP.

Además, la consultoría debe considerar, los siguientes aspectos:

- El contratado deberá informar permanentemente las acciones realizadas mediante reuniones e informes, según corresponda.
- Participación en todas las reuniones convocadas por la UOFGT y UOF de Imagen y Comunicación Social. o Coordinar y gestionar internamente con el SERNANP todo lo requerido, para asegurar que se cumplan las actividades y productos requeridos en los plazos establecidos. o Planteamiento de ideas y propuestas creativas, uso de metodologías innovadoras.

6. Recursos y facilidades a ser provistas por el contratado y la entidad

El contratado ejecutará la prestación de sus servicios sujetándose a la oferta técnico-económica, aceptada por SERNANP, así como, a las siguientes consideraciones generales:

- Es responsabilidad del proveedor la ejecución y cumplimiento de las obligaciones fijadas en los términos de referencia y oferta técnico-económica aceptada por SERNANP.

El SERNANP proporcionará al contratado, una vez suscrito el contrato, lo siguiente:

- Facilidades operativas para el desarrollo del servicio.

7. Requerimientos del contratado

Perfil del contratado

El proveedor del servicio deberá contar con el perfil mínimo:

- Persona jurídica que brinde servicios de marketing digital u online.
- Con experiencia demostrable (*) en diseño y desarrollo de planes de marketing digital, estrategias y campañas digitales, de preferencia en temas de turismo, no menor a cinco (05) años.
- Con experiencia en diseño de UX y UI para el desarrollo de herramientas digitales y/o nuevas tecnologías.
- De preferencia con conocimiento en Áreas Naturales Protegidas o temas de conservación.

(*) Se deberá adjuntar referencias de campañas de marketing digital, trabajos o proyectos realizados recientes y de mayor éxito.

Asimismo, se deberá acreditar su experiencia con contratos, órdenes de servicio con su respectivo comprobante de pago o facturas debidamente canceladas, o con certificados o cualquier otro documento que demuestre fehacientemente la experiencia solicitada.

Competencias

- Orden, disciplina y organización.
- Capacidad de análisis y síntesis.
- Orientación a resultados.
- Innovación
- Negociación (método de Harvard).
- Comunicación asertiva y trabajo en equipo.
- Habilidad e iniciativa para solucionar problemas, así como disposición para sugerir y ejecutar cambios en caso de ser necesario.
- Disponibilidad para las reuniones virtuales y/o presenciales con personal del SERNANP de lunes a viernes de 8:00am a 5:00pm

8. Lugar y plazo de la prestación del servicio

Lugar

La ejecución del servicio se realizará principalmente de forma remota. El contratado deberá contar con un equipo informático (PC o Laptop) completamente operativo y deberá contar con conexión a Internet, que le permita realizar los trabajos remotos de manera eficiente. También deberá contar con un teléfono celular que esté activo durante el tiempo que dure el servicio, para las coordinaciones respectivas.

Plazo

El plazo del servicio será hasta los sesenta días (60) días calendarios contabilizados a partir de suscrito el contrato por parte de SERNANP.

9. Cronograma de la entrega de los productos

En el marco de lo estipulado en el numeral anterior, el plazo de la consultoría será como máximo de 60 días calendario desde la firma del contrato, y los productos entregables serán los siguientes:

Nº	Productos	Fecha de entrega
1	<p>Informe conteniendo lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Análisis estratégico situacional completo y detallado de la presencia online o digital del turismo en las Áreas Naturales Protegidas, que contenga como mínimo información histórica de la presencia online, datos analíticos, público objetivo, competidores, contexto actual, oportunidades de mercados, benchmarking, entre otros detallados en el numeral 5. ✓ Plan o cronograma de trabajo detallado que contemple la propuesta de planificación de acuerdo al análisis previo realizado. 	Hasta los veinte y cinco (20) días calendario, a partir de suscrito el contrato por parte del SERNANP
2	<p>Informe conteniendo lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Plan estratégico de Marketing digital de turismo en ANP que contenga objetivos, estrategias, tácticas, definición de público objetivo, planes de gestión de redes sociales, diseño de contenidos, diseño de campañas, realización de posicionamiento web en buscadores, así como el diseño de otras tácticas y herramientas digitales. ✓ También deberá contener un esquema de medición e indicadores (métricas digitales), ✓ Plan de acción a corto, mediano y largo plazo, de acuerdo a los resultados estratégicos que contemple el plan de marketing digital. Este deberá contener un cronograma, presupuesto y recursos necesarios para la ejecución de cada producto planteado en el plan de marketing digital. ✓ Entre otras actividades estratégicas detalladas en el numeral 5. Estas deberán estar alineadas a los lineamientos establecidos en el Plan de Marketing de turismo en ANP. 	Hasta los setenta (60) días calendario, a partir de suscrito el contrato por parte de SERNANP

Los informes deberán ser presentados en forma digital. Las versiones digitales finales se presentarán en una (01) tarjeta de memoria u otro dispositivo magnético, conteniendo todos los archivos digitales, empleando el Microsoft Word, Excel y otros, para cada texto y hojas de cálculo ordenadas de acuerdo con la(s) versión(es) impresa(s). Todos los documentos anteriormente mencionados deberán ser presentados en Mesa de Partes del Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado en la ciudad de Lima, dirigido a la Dirección de Gestión de Áreas Naturales Protegidas.

10. CONFIDENCIALIDAD

La información proporcionada al inicio del servicio y generada durante la misma, tiene carácter de reservada, sin que esta pueda ser proporcionada a terceros. El contratado del servicio se compromete a mantener confidencialidad sobre la información que maneje relacionada a SERNANP. En tal sentido, esta información será para uso exclusivo de los fines del contrato, sometiéndose a las disposiciones de la legislación vigente en caso de infracción.

11. FORMA DE PAGO

PAGOS	% del Monto Total
Primer Pago: Previa conformidad de la entrega del primer producto.	30%
Segundo Pago: Previa conformidad de la entrega del segundo producto.	70%
TOTAL	100%

12. CONFORMIDAD Y SUPERVISIÓN DEL SERVICIO

La conformidad del servicio será otorgada por la UOF de Gestión del Turismo en coordinación con la Unidad Operativa Funcional de Imagen Institucional y Comunicaciones del SERNANP.

En caso de observaciones, el proveedor tendrá cinco (05) días calendarios para subsanar o aclarar las observaciones.

13. FUENTE DE FINANCIAMIENTO:

DyT - FT Patrimonio Natural del Perú

14. META PRESUPUESTAL

352

15. TAREA

Nº 4.2.3 ARTICULACIÓN Y PROMOCIÓN DEL APROVECHAMIENTO RECURSO NATURAL PAISAJE