



TÉRMINOS DE REFERENCIA

Análisis de los determinantes de comportamiento para la adopción de soluciones aguas arriba frente a la contaminación por plásticos, con enfoque de género, en el sector de alimentos y bebidas en tres distritos priorizados: San Martín de Porres, Cayma y Tarapoto.

1. Antecedentes

- 1.1.El Proyecto GEF 11191 “Soluciones Circulares para la Contaminación por Plásticos en el Perú” (**Plastic Reboot: Circular Solutions to Plastic Pollution in Peru**) es una iniciativa financiada por el Fondo para el Medio Ambiente Mundial (GEF, por sus siglas en inglés), implementado por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), ejecutado por World Wildlife Fund, INC. (WWF) y desarrollado con la participación del Ministerio del Ambiente (MINAM), en su calidad de socio nacional del GEF.
- 1.2.El objetivo del Proyecto es **reducir la contaminación por plásticos en el Perú mediante la aceleración de la transición hacia una economía circular en el sector de alimentos y bebidas**, promoviendo soluciones sistémicas orientadas a prevenir la generación de residuos plásticos y reducir los impactos ambientales asociados.
- 1.3.Como resultado de su implementación, el Proyecto busca contribuir a evitar la generación de aproximadamente **56 mil toneladas de residuos plásticos y 248 mil toneladas de emisiones de CO₂ equivalente**, mediante la adopción y el escalamiento de soluciones circulares en el sector.
- 1.4.Como parte de su implementación, el **Proyecto** ha priorizado tres territorios piloto representativos de la diversidad geográfica y sociocultural del país: **San Martín de Porres**, Lima (Costa); **Cayma**, Arequipa (Sierra); y **Tarapoto**, San Martín (Selva).
- 1.5.El Proyecto reconoce que la transición hacia soluciones “aguas arriba” para reducir la contaminación por plásticos requiere comprender tanto las decisiones y prácticas de los consumidores como las condiciones habilitantes, los incentivos, las barreras y las dinámicas presentes en el ecosistema de actores que influyen en su adopción.
- 1.6.En este contexto, la presente consultoría se enmarca en el Componente 1 del Proyecto, “Promover la circularidad, la reducción y la reutilización de plásticos de un solo uso” (*Stimulate circularity, reduction, and reuse of single-use plastics*), específicamente en el Output 1.1.1 “Diagnóstico inicial de comportamientos sensibles al género en mercados, supermercados, patios de comida y restaurantes de comida rápida en los tres distritos objetivo” (*Baseline diagnosis of gender-sensitive behaviours in markets, supermarkets, food courts and fast-food restaurants in the three target districts*). Este producto tiene como propósito generar una línea base sobre los determinantes de comportamiento asociados a la adopción de soluciones aguas arriba, incorporando el enfoque de género y proporcionando evidencia para el diseño de futuras estrategias de cambio de comportamiento e intervenciones piloto en los territorios priorizados.
- 1.7.En ese sentido, se requiere la contratación del servicio de consultoría para el diseño y ejecución de un diagnóstico de los determinantes de comportamiento para la adopción de soluciones aguas arriba frente a la contaminación por plásticos, en el sector de alimentos y bebidas, en tres distritos priorizados: San Martín de Porres (Lima), Cayma (Arequipa) y Tarapoto (San Martín), incorporando de manera transversal los enfoques de género, intercultural y territorial.

2. Objetivo de la consultoría

- 2.1.Elaborar un diagnóstico de los determinantes de comportamiento que influyen en la adopción de soluciones aguas arriba frente a la contaminación por plásticos en el sector de

alimentos y bebidas, mediante la identificación y el análisis de los comportamientos, motivaciones, incentivos, barreras y condiciones habilitantes de los consumidores y otros actores relevantes del ecosistema, con enfoque de género y considerando las particularidades territoriales de los distritos priorizados, a fin de orientar el diseño de estrategias de cambio de comportamiento, mecanismos de incentivos e intervenciones piloto con potencial de escalamiento.

- 2.2. En este contexto, el proyecto requiere comprender qué motivaría a los consumidores a modificar sus patrones de compra y consumo de plásticos en las cadenas de alimentos y bebidas, así como identificar las condiciones necesarias para que las soluciones aguas arriba puedan ser adoptadas y escaladas en distintos contextos territoriales.
- 2.3. Asimismo, se requiere comprender las perspectivas, incentivos y limitaciones de otros actores relevantes del sistema, incluyendo comerciantes, operadores de mercados, supermercados, patios de comida, empresas, marcas y gobiernos locales, reconociendo que la adopción de estas soluciones depende de la interacción entre múltiples actores.
- 2.4. De manera transversal, la consultoría incorporará el enfoque de género en el diseño metodológico, la recolección y el análisis de la información, así como en la formulación de recomendaciones, considerando cómo las normas, roles y dinámicas de género pueden influir en los comportamientos, motivaciones, incentivos, barreras y condiciones habilitantes asociados con la adopción de soluciones aguas arriba por parte de los distintos actores del ecosistema. Esta perspectiva permitirá generar evidencia que contribuya al diseño de estrategias e intervenciones de cambio de comportamiento más inclusivas, pertinentes y efectivas. Asimismo, el análisis deberá considerar las particularidades socioculturales y territoriales de los tres distritos priorizados.
- 2.5. Los resultados de esta consultoría constituirán un insumo estratégico para el diseño de futuras estrategias, mecanismos de incentivos e intervenciones de cambio de comportamiento impulsadas en el marco del Proyecto, con la participación del Ministerio del Ambiente y otros actores estratégicos, así como para el desarrollo de pilotos y acciones con potencial de escalamiento y replicabilidad en otros contextos del país.

3. Definición del reto y alcance del servicio requerido

La transición hacia **soluciones aguas arriba**¹ para reducir la contaminación por plásticos en el sector de alimentos y bebidas requiere cambios significativos en la forma en que las personas compran, utilizan y gestionan productos y envases, así como transformaciones en las prácticas, incentivos, dinámicas operativas y modelos de negocio de los diferentes actores que conforman el sistema.

En el marco de esta consultoría, el término soluciones aguas arriba hace referencia a estrategias orientadas a prevenir o reducir la generación de residuos plásticos desde el origen, mediante el rediseño de productos, servicios, experiencias de consumo, operaciones y cadenas de valor. Esto incluye, entre otras alternativas, la reducción del uso de plásticos innecesarios, los sistemas reutilizables y retornables, los modelos de recarga (*refill*), los envases compartidos y otras soluciones circulares que evitan la generación de residuos antes de que estos ocurran.

3.1 Comprender a las personas y sus decisiones de consumo

Actualmente existe evidencia limitada sobre los factores que motivan o dificultan que las personas modifiquen sus patrones de compra, consumo y uso de envases, así como sobre las condiciones necesarias para que adopten nuevas prácticas más sostenibles.

¹ De acuerdo con el enfoque de ciclo de vida de los plásticos promovido por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), las soluciones "aguas arriba" son aquellas que actúan en las etapas de diseño, producción, distribución y consumo para prevenir la generación de residuos plásticos desde su origen.

Es necesario comprender cómo influyen aspectos como la conveniencia, el costo, los hábitos, las normas sociales, la confianza, la accesibilidad, la experiencia de usuario y las características del entorno en la aceptación y adopción de soluciones como la reutilización, los sistemas retornables, la recarga y otras alternativas circulares.

Asimismo, resulta fundamental identificar cómo estas dinámicas pueden variar según el contexto territorial, las características sociodemográficas y las diferencias de género. Para ello, la consultora deberá definir y justificar las variables de análisis pertinentes, pudiendo considerar, entre otras, aspectos relacionados con los roles de género, la distribución de responsabilidades, las dinámicas de toma de decisiones y otros factores relevantes para comprender la adopción de soluciones aguas arriba.

3.2 Comprender a las empresas y actores del sistema

De manera complementaria, existe limitada evidencia sobre los incentivos, barreras, oportunidades, capacidades operativas y condiciones regulatorias que influyen en las decisiones de los distintos actores de la cadena de alimentos y bebidas, incluyendo comerciantes, operadores de mercados, paraditas², supermercados, patios de comida, restaurantes, empresas, marcas y gobiernos locales. Dada la heterogeneidad de estos actores, la consultora deberá proponer una segmentación y un abordaje metodológico acordes con las características de cada grupo.

La transición hacia soluciones aguas arriba implica comprender cómo estos actores pueden incorporar la prevención de residuos desde el diseño de sus productos, servicios, operaciones y modelos de negocio, considerando factores como la viabilidad económica, la logística, la infraestructura disponible, la experiencia del cliente, la coordinación entre actores y los marcos normativos existentes.

3.3 El reto de la consultoría

El principal reto de esta consultoría consiste en comprender, desde una perspectiva conductual, sistémica y centrada en las personas, cuáles son los determinantes, incentivos, barreras y condiciones habilitantes que podrían facilitar o limitar la adopción de soluciones aguas arriba orientadas a la prevención y reducción de residuos desde el diseño de productos, servicios y modelos de negocio en tres contextos representativos de la diversidad geográfica y sociocultural del Perú.

Para ello, será necesario analizar de manera integral las interacciones entre consumidores, empresas, operadores, gobiernos locales y otros actores relevantes, identificando oportunidades concretas para impulsar cambios de comportamiento y habilitar nuevas formas de producir, comercializar y consumir.

3.4 Resultado esperado

Se espera que la consultoría genere evidencia sólida, práctica y accionable que permita al Ministerio del Ambiente y a otros actores estratégicos contar con insumos técnicos para el diseño de futuras estrategias de cambio de comportamiento, mecanismos de incentivos, soluciones logísticas, operativas y regulatorias, así como para la formulación de una estrategia preliminar de cambio de comportamiento y el diseño de potenciales intervenciones piloto adaptadas a las características de cada territorio, incorporando de manera transversal los enfoques de género, intercultural y territorial.

4. Alcance del Trabajo

4.1. Ámbito geográfico y actores de interés

La consultoría deberá abordar de manera integral a los diferentes actores que influyen en la generación, prevención y reducción de residuos plásticos en las cadenas de alimentos y bebidas.

² En Tarapoto y otras ciudades de la Amazonía peruana, el término "paraditas" se utiliza para referirse a mercados o agrupaciones de comerciantes minoristas de alimentos, generalmente de menor escala que los mercados de abastos tradicionales. En este documento, el término se emplea para designar este tipo de establecimientos comerciales.

Como mínimo, el análisis deberá considerar los siguientes grupos de actores:

Categoría	Actores de referencia
Consumidores	Compradores y usuarios de mercados tradicionales, supermercados, patios de comida, paraditas, restaurantes y otros establecimientos de alimentos y bebidas.
Operadores y comerciantes	Comerciantes y administradores de mercados, operadores y administradores de supermercados, operadores de patios de comida, operadores de paraditas, restaurantes y otros establecimientos de alimentos y bebidas.
Sector privado	Fabricantes, importadores, comercializadores, distribuidores, transformadores, establecimientos comerciales y proveedores de envases, incluyendo empresas de retail, marcas de alimentos y bebidas, así como empresas que promuevan o implementen soluciones aguas arriba y otros actores relevantes de la cadena de valor.
Sector público y actores estratégicos	Gobiernos locales, programas EDUCCA, asociaciones, gremios, organizaciones de la sociedad civil, academia y otros actores identificados durante la fase de inicio.

La firma consultora podrá incorporar actores adicionales que considere críticos para comprender el funcionamiento del sistema y las condiciones necesarias para promover cambios de comportamiento.

La consultoría deberá analizar las interacciones entre los diferentes actores del sistema para comprender cómo influyen en la adopción de soluciones aguas arriba.

Esto incluye, entre otros aspectos:

- Los comportamientos asociados a la compra, uso y consumo de productos y envases.
- Los incentivos, barreras y motivaciones de consumidores, comerciantes, empresas y gobiernos locales.
- Las dinámicas operativas, logísticas y regulatorias que condicionan la adopción de soluciones aguas arriba.
- Las oportunidades para prevenir la generación de residuos plásticos desde el diseño de productos, servicios, operaciones y modelos de negocio.
- Las condiciones habilitantes necesarias para el desarrollo de futuras estrategias, incentivos e intervenciones piloto.

La firma consultora podrá incorporar otros actores, espacios de análisis o dimensiones de estudio que considere relevantes para responder a los objetivos de la consultoría.

5. Enfoque Metodológico

Se espera que la firma consultora proponga una metodología robusta, innovadora y orientada a la generación de evidencia accionable para comprender los determinantes de comportamiento asociados a la adopción de soluciones aguas arriba en las cadenas de alimentos y bebidas.

La propuesta metodológica deberá integrar de manera articulada tres enfoques complementarios: ciencias del comportamiento, diseño centrado en las personas y pensamiento sistémico, incorporando el enfoque de género de manera transversal en todas las etapas del proceso.

La metodología propuesta deberá combinar técnicas cuantitativas y cualitativas, justificar técnicamente el diseño muestral y garantizar la generación de hallazgos comparables entre los tres distritos priorizados.

5.1 Enfoques metodológicos esperados

Eje metodológico	Propósito esperado
Ciencias del comportamiento (Behavioural Insights)	Comprender los comportamientos prioritarios, así como las barreras, motivadores e incentivos que influyen en las decisiones de consumidores y otros actores del sistema.
Diseño centrado en las personas (Human-Centered Design)	Comprender las necesidades, experiencias, expectativas y contextos de los diferentes actores para identificar oportunidades de intervención relevantes y viables.
Pensamiento sistémico (Systems Thinking)	Analizar las interacciones entre actores, incentivos, dinámicas operativas, condiciones regulatorias y otros factores que influyen en la adopción de soluciones aguas arriba.

5.2 Requisitos mínimos de la propuesta metodológica

La propuesta deberá describir y justificar, como mínimo:

- La estrategia para la revisión, sistematización y análisis de evidencia científica y técnica, así como para el análisis comparado de experiencias nacionales e internacionales (benchmarking) sobre prevención y reducción de plásticos, soluciones “aguas arriba” e intervenciones de cambio de comportamiento. Esta revisión deberá incluir experiencias con resultados positivos, nulos, adversos o no concluyentes, considerando sus resultados, lecciones aprendidas, factores de éxito y limitaciones, con el fin de contrastar y complementar los hallazgos del estudio, así como sustentar la formulación de estrategias, intervenciones y pilotos con base en la mejor evidencia disponible y adaptados a los territorios de intervención.
- El diseño metodológico y las técnicas de investigación por utilizar.
- El diseño muestral, incluyendo el cálculo estadístico y los criterios de representatividad de los distintos grupos de actores y territorios.
- La estrategia para integrar el enfoque de género de manera transversal en el diseño, levantamiento, análisis e interpretación de resultados.
- La estrategia para incorporar los enfoques intercultural y territorial en el diseño de instrumentos, el levantamiento de información, el análisis de los resultados y la formulación de recomendaciones
- Los mecanismos de triangulación y validación de hallazgos.
- La estrategia de trabajo de campo, supervisión y control de calidad.
- El proceso para desarrollar un plan preliminar de cambio de comportamiento y una cartera priorizada de pilotos potenciales por territorio, incluyendo la descripción y justificación del marco teórico o modelo de ciencias del comportamiento que orientará el diagnóstico, el análisis y la formulación de recomendaciones, sustentado en evidencia científica y técnica. La metodología propuesta deberá permitir la comparación entre ciudades, segmentos poblacionales y grupos de actores, así como la identificación de hallazgos con potencial de escalamiento y replicabilidad en otros contextos del país.

5.3 Técnicas mínimas esperadas para el levantamiento de información

Sin perjuicio de la metodología propuesta por la firma consultora, y considerando la magnitud y complejidad de la consultoría, se espera que la propuesta incluya, como mínimo, las siguientes técnicas de levantamiento y validación de información:

Técnica	Alcance referencial esperado
Encuestas a consumidores	La firma consultora deberá proponer y justificar técnicamente el diseño muestral, incluyendo el cálculo estadístico, la representatividad y la distribución territorial de la muestra.
Entrevistas a actores clave	La firma consultora deberá considerar actores del sector público, sector privado, operadores comerciales y otros actores estratégicos relevantes para comprender el sistema.
Grupos focales	La firma consultora deberá incluir espacios de diálogo con distintos perfiles de actores para profundizar en barreras, motivadores e incentivos.
Observaciones etnográficas estructuradas	La firma consultora deberá incorporar herramientas de observación en espacios de compra, consumo y comercialización.
Ejercicios de observación conductual (shadowing o equivalente)	La firma consultora deberá incorporar técnicas que permitan comprender comportamientos y decisiones en contextos reales
Talleres de validación	La firma consultora deberá considerar espacios participativos para validar hallazgos y recomendaciones en cada territorio de intervención.

Como referencia, el levantamiento de información con consumidores deberá considerar espacios de consumo y comercialización tales como mercados tradicionales, supermercados, patios de comida, paraditas, restaurantes y otros espacios relevantes identificados durante la fase de inicio.

La firma consultora será responsable de garantizar que el levantamiento de información primaria se realice conforme a los principios éticos aplicables y a la normativa vigente en materia de protección de datos personales. Para ello, deberá obtener el consentimiento informado de las personas participantes para la recolección y uso de sus datos personales, así como la autorización expresa para el uso de imágenes, fotografías, videos o cualquier otro registro audiovisual que pueda generarse durante la consultoría, cuando corresponda. WWF proveerá los formatos de autorización de usos de imagen y datos personales.

La propuesta metodológica deberá asegurar, como mínimo, la segmentación y análisis diferenciado de la información según:

- Sexo.
- Grupo etario.
- Distrito, territorio o región.
- Nivel socioeconómico.
- Tipo de actor del ecosistema (por ejemplo: consumidores, comercios, empresas, marcas y gobiernos locales), considerando una segmentación analítica acorde con las características de cada grupo.
- Frecuencia de compra y consumo.
- Disposición hacia la adopción de soluciones aguas arriba.
- Otras variables que la firma consultora considere relevantes.

La firma consultora podrá proponer técnicas adicionales o ajustes al alcance planteado, siempre que presente una justificación técnica sólida al momento de diseñar y proponer el plan de trabajo.

6. Duración de la consultoría

- 6.1 La consultoría tendrá una duración estimada de siete (07) meses, iniciando en agosto de 2026 y culminando en febrero de 2027.
- 6.2 Las actividades deberán desarrollarse de manera simultánea en los tres distritos priorizados: San Martín de Porres (Lima), Cayma (Arequipa) y Tarapoto (San Martín).
- 6.3 La firma consultora deberá mantener una coordinación permanente con WWF y el Ministerio del Ambiente (MINAM) durante toda la ejecución de la consultoría.
- 6.4 La propuesta económica deberá considerar todos los costos asociados a la ejecución de la consultoría, incluyendo personal, trabajo de campo, viajes, logística, talleres, procesamiento de información, diseño de productos y cualquier otro gasto requerido para el cumplimiento de los objetivos planteados.

7. Productos esperados

- 7.1 Considerando la duración de la consultoría y la necesidad de generar evidencia comparable entre territorios, se espera que las actividades de diseño metodológico, levantamiento de información, análisis y validación se desarrollen de manera simultánea en los tres distritos priorizados: San Martín de Porres (Lima), Cayma (Arequipa) y Tarapoto (San Martín).
- 7.2 La firma consultora deberá garantizar una capacidad operativa suficiente para implementar el trabajo de campo en paralelo en las tres ciudades, incluyendo la designación de coordinadores, puntos focales o responsables territoriales que aseguren la ejecución, supervisión y control de calidad del proceso en cada ámbito de intervención.
- 7.3 Asimismo, durante toda la ejecución de la consultoría, la firma deberá mantener una coordinación permanente con el equipo técnico del proyecto y las contrapartes designadas por el Ministerio del Ambiente (MINAM), incluyendo reuniones periódicas de seguimiento, validación de avances y retroalimentación de productos.

Producto	Contenido esperado	Periodo estimado
Producto 1. Plan de trabajo y despliegue territorial	La firma consultora deberá presentar los siguientes documentos con conformidad del MINAM y WWF: i) plan de trabajo detallado; ii) cronograma integral de ejecución; iii) metodología definitiva y marco conceptual; iv) diseño muestral y sustento técnico, incluyendo el cálculo estadístico y los criterios de representatividad; v) mapeo preliminar de actores; vi) Protocolo para la revisión, sistematización y análisis de evidencia científica y técnica, así como para el análisis comparado de experiencias nacionales e internacionales (benchmarking), incluyendo los criterios de búsqueda, selección y síntesis de la evidencia. vii) estimación y justificación del número de entrevistas, encuestas, grupos focales y otras técnicas propuestas; viii) instrumentos de levantamiento de información; ix) estrategia de trabajo de campo simultáneo en las tres ciudades; x) estructura operativa del equipo, incluyendo coordinadores o responsables territoriales; xi) estrategia para la integración transversal del enfoque de género, intercultural y territorial; xii) mecanismos de	Deberá ser entregado hasta 1 mes luego de la firma del contrato.

	coordinación con WWF, municipalidades distritales y MINAM; y xiii) estrategia de supervisión y control de calidad del trabajo de campo. Se recomienda presentar los documentos mencionados en la primera quincena del mes inicial, con la finalidad de obtener la conformidad por parte de WWF y MINAM en el tiempo adecuado.	
Producto 2. Levantamiento de información en campo	La firma consultora deberá ejecutar el levantamiento de información en San Martín de Porres, Cayma y Tarapoto de manera simultánea, conforme a la metodología aprobada. El producto comprende la implementación de todas las actividades de investigación cuantitativa y cualitativa definidas en el Producto 1, incluyendo la aplicación de instrumentos, la realización de entrevistas, grupos focales, observaciones y talleres previstos. Como parte del proceso de levantamiento, la información recolectada deberá permitir identificar los determinantes del comportamiento proambiental asociados al uso de plásticos de un solo uso y al cumplimiento de la normativa vigente por parte de los distintos grupos de actores (consumidores, comerciantes, prestadores de servicios y administradores de los establecimientos), incorporando de manera transversal variables de género, edad y nivel de ingresos. La información recopilada deberá permitir establecer la línea base de los principales indicadores conductuales del Proyecto GEF 11191 relacionados con la adopción de soluciones aguas arriba, así como generar evidencia para el monitoreo y evaluación de futuras intervenciones de cambio de comportamiento. Como parte del Producto 2, la firma consultora deberá presentar un informe de ejecución del trabajo de campo que documente el desarrollo de las actividades realizadas, el cumplimiento del diseño muestral y de los criterios de segmentación aprobados, la cobertura alcanzada por territorio y grupo de actores, las incidencias y medidas adoptadas durante la implementación, los mecanismos de supervisión y control de calidad aplicados, así como la evidencia de la implementación transversal de los enfoques de género, intercultural y territorial, conforme a la metodología aprobada. El informe deberá demostrar que la información recopilada es suficiente para caracterizar los determinantes del comportamiento proambiental diferenciados por género, edad y nivel de ingresos, en relación con el uso de plásticos de un solo uso y el cumplimiento de las regulaciones aplicables en los entornos priorizados.	Deberá ser entregado hasta 3 meses luego de la firma del contrato.
Producto 3. Resultados	La firma consultora deberá presentar los principales hallazgos preliminares derivados del trabajo de campo,	Deberá ser entregado hasta 4 meses luego

preliminares y validación territorial	incluyendo: i) caracterización inicial de comportamientos; ii) barreras, motivadores e incentivos identificados; iii) hallazgos preliminares por ciudad; iv) análisis inicial de género y de las particularidades socioculturales y territoriales; v) mapeo preliminar de actores y relaciones; vi) contraste preliminar entre los hallazgos de campo y la evidencia científica y técnica, así como las experiencias nacionales e internacionales revisadas; vii) diferencias preliminares entre ciudades; y viii) resultados de los talleres de validación territorial.	de la firma del contrato.
Producto 4. Diagnóstico conductual y sistémico consolidado	La firma consultora deberá presentar un diagnóstico integral para cada ciudad y un análisis transversal de los tres territorios de intervención, incluyendo enfoque de género y de las particularidades socioculturales y territoriales. Como mínimo, deberá incluir: i) análisis y segmentación de consumidores de mercados, supermercados, patios de comida, establecimientos de comida rápida y servicios de delivery, considerando los determinantes de comportamiento asociados al uso de plásticos de un solo uso y al cumplimiento de la normativa aplicable; ii) análisis de comerciantes de mercados o paraditas, prestadores de servicios de delivery, administradores de establecimientos, empresas de restaurantes, patios de comida, malls y gobiernos locales involucrados en la gestión y fiscalización del uso de plásticos de un solo uso; iii) análisis de género y de las particularidades interculturales y territoriales, incorporando variables de edad y nivel de ingresos como criterios transversales de análisis; iv) segmentación de usuarios y demás grupos objetivo de acuerdo con sus perfiles, prácticas, motivaciones, barreras y facilitadores para la adopción de soluciones circulares; v) perfiles o arquetipos conductuales (personas); vi) trayectorias o experiencias de usuario (user journeys); vii) identificación de actores con mayor capacidad de influencia para facilitar el escalamiento de soluciones aguas arriba y futuras intervenciones de cambio de comportamiento; viii) identificación de barreras, motivadores y condiciones habilitantes; ix) análisis de oportunidades de reducción de plásticos desde el diseño de productos, servicios, operaciones y modelos de negocio; y x) identificación de hallazgos con potencial de escalamiento y adaptación a otros contextos territoriales del país, incluyendo los alcances y limitaciones para la generalización de los resultados. El producto deberá incluir un informe independiente por cada ciudad y un informe consolidado comparativo; xi) identificación de actores estratégicos con mayor capacidad de influencia para facilitar la adopción y escalamiento de soluciones aguas	Deberá ser entregado hasta 5 meses luego de la firma del contrato.

arriba, así como recomendaciones para su involucramiento en futuras intervenciones del Proyecto.

Para el análisis transversal de los tres territorios de intervención, la consultora deberá definir criterios e indicadores de comparación que permitan identificar patrones comunes, diferencias territoriales y factores con potencial de escalamiento a otros contextos del país. Asimismo, el diagnóstico deberá reportar los principales indicadores conductuales obtenidos durante el levantamiento de información, desagregados por sexo, edad, nivel de ingresos, territorio y tipo de actor, de manera que constituyan la línea base para el monitoreo de los resultados del Proyecto.

**Producto 5.
Estrategia
preliminar de
cambio de
comportamiento**

Sobre la base del diagnóstico conductual y sistémico desarrollado durante la consultoría, la firma consultora deberá elaborar una **Estrategia Preliminar de Cambio de Comportamiento** que establezca una ruta clara para promover la adopción de soluciones aguas arriba frente a la contaminación por plásticos en el sector de alimentos y bebidas.

Como mínimo, el producto deberá incluir:

i) una **Teoría de Cambio general** que describa la lógica de intervención para promover cambios de comportamiento hacia soluciones aguas arriba, identificando las condiciones habilitantes, los supuestos críticos y los principales resultados esperados; ii) adaptaciones territoriales de la Teoría de Cambio para San Martín de Porres, Cayma y Tarapoto, identificando las particularidades, actores, oportunidades y desafíos propios de cada territorio; iii) identificación de actores estratégicos y potenciales promotores de las intervenciones ("champions"), incluyendo recomendaciones para su involucramiento en las fases de pilotaje, implementación y escalamiento; iv) identificación y priorización de hipótesis conductuales; v) identificación de motivadores, barreras e incentivos para cada segmento de actores; vi) principios de diseño para futuras intervenciones; vii) líneas estratégicas de acción para el desarrollo de soluciones aguas arriba; viii) recomendaciones para mecanismos de incentivos, soluciones logísticas y operativas; ix) hoja de ruta estratégica para orientar el desarrollo de futuras intervenciones en otros territorios; x) propuesta para el escalamiento e institucionalización de la medición conductual, incluyendo recomendaciones y una propuesta de preguntas para la medición de comportamientos relacionados con el uso de plásticos, que sirvan como insumo para evaluar su posible incorporación e

Deberá ser entregado hasta 6 meses luego de la firma del contrato.

instrumentos nacionales de levantamiento de información, como la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales (ENAPRES) del Instituto Nacional de Estadística e Informático (INEI), sustentadas en la documentación metodológica vigente.

**Producto 6.
Portafolio de
pilotos
priorizados y
gestión del
conocimiento**

Sobre la base de la Estrategia preliminar de cambio de comportamiento desarrollada en el Producto 5, la firma consultora deberá elaborar un **Portafolio de Pilotos Priorizados** que identifique las intervenciones con mayor potencial para ser implementadas en una fase posterior del proyecto.

La priorización de los pilotos deberá responder a un proceso metodológico claramente sustentado, demostrando cómo los hallazgos del diagnóstico conductual y sistémico, la teoría de cambio, la evidencia científica y técnica, las experiencias comparadas y la validación con actores condujeron a la selección de las intervenciones propuestas. **Se espera un análisis técnico que justifique por qué las intervenciones seleccionadas representan las alternativas con mayor potencial de impacto para reducir la contaminación por plásticos y generar cambios de comportamiento en cada territorio, considerando tanto la evidencia levantada como la factibilidad de implementación y la disposición de los actores involucrados.**

Como mínimo, el producto deberá incluir:

i) un portafolio de pilotos priorizados para San Martín de Porres, Cayma y Tarapoto; ii) fichas técnicas para cada piloto priorizado, incluyendo el comportamiento objetivo, la problemática que aborda, los actores involucrados, la hipótesis conductual asociada, la evidencia que sustenta su selección, las condiciones habilitantes, riesgos, indicadores de proceso, resultado y comportamiento, alineados con el marco de resultados del Proyecto GEF, así como su potencial de escalamiento; iii) una metodología y sustento del proceso de validación y priorización de los pilotos; iv) una matriz de priorización basada, como mínimo, en criterios de impacto potencial en la prevención o reducción de la generación de residuos plásticos y de la contaminación asociada, factibilidad técnica y operativa, disposición y voluntad de los actores para participar, potencial de escalamiento, costo referencial y alineamiento con los objetivos del proyecto; v) propuesta de indicadores para el monitoreo y evaluación de los pilotos, alineados con el marco de resultados del Proyecto GEF y con potencial de integración a futuros mecanismos de seguimiento implementados por el MINAM; vi) recomendaciones para orientar el diseño e implementación de los pilotos en una fase posterior del proyecto. Asimismo, la firma consultora deberá entregar y organizar todos los insumos generados durante la consultoría, garantizando su reutilización para la toma de decisiones y el diseño de futuras intervenciones.

Deberá ser entregado hasta 7 meses luego de la firma del contrato.

Toda la información deberá estructurarse de acuerdo con los lineamientos de gestión del conocimiento del proyecto y organizarse en un formato compatible con los **"Lineamientos para la incorporación de la información ambiental en la plataforma del Sistema Nacional de Información Ambiental (SINIA)"**, de manera que facilite su evaluación e incorporación por parte del Ministerio del Ambiente en las plataformas que este determine.

Como mínimo, deberá incluir: vii) bases de datos cualitativas y cuantitativas debidamente organizadas; viii) instrumentos de levantamiento de información; ix) matrices de análisis y sistematización; x) una matriz de evidencia científica y técnica que relacione los principales hallazgos de la consultoría con literatura especializada, estudios, experiencias comparadas y buenas prácticas nacionales e internacionales, incluyendo los metadatos definidos por el proyecto; xi) una base editable de experiencias comparadas nacionales e internacionales relevantes para las soluciones aguas arriba y el cambio de comportamiento; xii) un repositorio bibliográfico organizado, con los archivos digitales disponibles o enlaces de acceso correspondientes, acompañado de la documentación bibliográfica y metadatos necesarios para su integración en la plataforma de gestión del conocimiento del proyecto y su eventual incorporación al SINIA; xiii) repositorio fotográfico y material gráfico; xiv) archivos editables de todos los productos; xv) fichas de *insights* clave por ciudad; xvi) resúmenes ejecutivos por ciudad; xvii) una presentación ejecutiva de alto nivel, altamente visual y orientada a la toma de decisiones; y xviii) un documento síntesis con los principales hallazgos y recomendaciones estratégicas para altos mandos.

El producto deberá concluir con una sesión de presentación y socialización de resultados con WWF, el Ministerio del Ambiente y los actores estratégicos definidos por el proyecto. Asimismo, será necesaria la coordinación de los insumos del producto final para la diagramación correspondiente, orientada a la difusión de los avances y resultados del proyecto.

**Todos los productos deberán entregarse en formatos editables y de libre uso para el proyecto.*

8 Perfil de la firma consultora y del equipo consultor

8.1 Perfil de la firma consultora

Se requiere una firma consultora especializada en ciencias del comportamiento, investigación aplicada y diseño de estrategias de cambio de comportamiento, con capacidad para desarrollar estudios complejos de alcance multisectorial y multiterritorial.

La firma deberá acreditar:

- Experiencia mínima de cinco (05) años desarrollando estudios, investigaciones o consultorías vinculadas a comportamiento humano, comportamiento del consumidor o diseño de intervenciones de cambio de comportamiento.
- Experiencia comprobada en la aplicación de metodologías cuantitativas y cualitativas.
- Experiencia en trabajo de campo y levantamiento primario de información.
- Experiencia en la implementación simultánea de estudios en múltiples territorios.
- Experiencia en el diseño de estrategias, intervenciones o recomendaciones orientadas a promover cambios de comportamiento.
- Experiencia trabajando con entidades públicas, organismos internacionales, cooperación internacional y/o sector privado.

Se valorará positivamente experiencia previa en economía circular, sostenibilidad, consumo sostenible, cadenas de alimentos y bebidas o contaminación por plásticos.

La experiencia institucional deberá sustentarse mediante contratos, órdenes de servicio, certificados de conformidad, constancias, actas de recepción, productos elaborados u otros documentos que permitan verificar su ejecución por parte de la firma consultora.

8.2 Equipo mínimo requerido

La firma consultora deberá contar, como mínimo, con un (01) Director/a o Coordinador/a General, un (01) Especialista Senior en Ciencias del Comportamiento, un mínimo de tres (03) especialistas técnicos y tres (03) Coordinadores Territoriales, uno para cada ciudad de intervención.

Los tres (03) especialistas técnicos deberán acreditar, en conjunto, experiencia y competencias en las siguientes áreas: **i)** investigación social y de mercados; **ii)** diseño centrado en las personas, género e inclusión; y **iii)** economía circular o sostenibilidad. La distribución de estas competencias entre los especialistas será de libre definición por parte de la firma consultora; por tanto, no será obligatorio contar con un especialista exclusivo para cada una de las áreas señaladas, siempre que el equipo, en su conjunto, acredite la totalidad de las capacidades técnicas requeridas en la presente sección.

Asimismo, la firma consultora deberá disponer del personal técnico y operativo necesario para asegurar el adecuado diseño e implementación de la investigación en las tres ciudades de intervención, incluyendo, según corresponda, supervisores de campo, encuestadores, entrevistadores, facilitadores, personal de apoyo logístico y cualquier otro perfil que resulte necesario para garantizar la calidad metodológica, la cobertura territorial, la oportunidad del levantamiento de información y el cumplimiento de los objetivos de la consultoría.

La firma podrá incorporar especialistas o perfiles adicionales, previa justificación y aprobación del contratante, cuando lo considere necesario para fortalecer el desarrollo de la consultoría y garantizar el cumplimiento de los objetivos establecidos en los presentes Términos de Referencia.

La propuesta deberá considerar los siguientes perfiles:

Perfil	Experiencia requerida
Director/a o Coordinador/a General	Profesional responsable de la dirección técnica y metodológica de la consultoría, así como de la coordinación general con WWF y el Ministerio del Ambiente (MINAM). Deberá acreditar una experiencia mínima de ocho (08) años liderando o coordinando estudios, investigaciones o consultorías que involucren levantamiento de información primaria, trabajo de campo y análisis estratégico. Se valorará experiencia en la aplicación de metodologías de investigación

	cualitativa y cuantitativa, diseño centrado en las personas (<i>Human-Centered Design</i>), ciencias del comportamiento u otras metodologías participativas para la generación de evidencia y el diseño de estrategias. Asimismo, será deseable contar con experiencia previa en la gestión de consultorías desarrolladas en articulación con entidades públicas, organismos internacionales o proyectos de cooperación.
Especialista Senior en Ciencias del Comportamiento	Profesional con experiencia mínima de ocho (08) años en el diseño, implementación o evaluación de estrategias e intervenciones basadas en ciencias del comportamiento (<i>Behavioural Insights</i>), comportamiento del consumidor o cambio de comportamiento. Deberá acreditar experiencia en la aplicación de marcos metodológicos para comprender determinantes de comportamiento, diseñar intervenciones orientadas al cambio y generar evidencia para la toma de decisiones. Se valorará experiencia en investigaciones aplicadas, diseño centrado en las personas (<i>Human-Centered Design</i>) y trabajo con entidades públicas, organismos internacionales o proyectos de cooperación. La experiencia podrá provenir de diferentes sectores, siempre que sea pertinente para los objetivos de la consultoría.
Especialista en Investigación Social y de Mercados	Profesional con experiencia mínima de cuatro (04) años en el diseño e implementación de investigaciones cuantitativas y cualitativas, incluyendo el diseño muestral, levantamiento de información primaria, análisis de datos y generación de hallazgos para la toma de decisiones. Se valorará experiencia en estudios de comportamiento del consumidor, investigación de mercados y análisis de dinámicas de consumo. Será deseable contar con experiencia en el sector de alimentos y bebidas, cadenas de valor, mercados tradicionales, supermercados, retail o canales de comercialización relacionados, así como en investigaciones desarrolladas para entidades públicas, organismos internacionales o proyectos de cooperación.
Especialista en Diseño Centrado en las Personas, Género e Inclusión	Profesional con experiencia mínima de cuatro (04) años en la aplicación de metodologías de Diseño Centrado en las Personas (<i>Human-Centered Design</i>), <i>Design Thinking</i> u otros enfoques de innovación orientados a comprender las necesidades de los usuarios y diseñar soluciones centradas en las personas. Será responsable de incorporar transversalmente el enfoque de género e inclusión durante todas las etapas de la consultoría, incluyendo el diseño metodológico, el levantamiento y análisis de información, la interpretación de resultados y la formulación de recomendaciones. Se valorará experiencia en procesos de co-creación, investigación con usuarios, facilitación de talleres participativos, análisis de brechas de género e inclusión y desarrollo de estrategias o intervenciones en proyectos de investigación, ciencias del comportamiento, economía circular o desarrollo sostenible.
Especialista en Economía Circular o Sostenibilidad	Profesional con experiencia mínima de cuatro (04) años en economía circular, sostenibilidad o sistemas de producción y consumo, con conocimiento de las cadenas de valor del sector de alimentos y bebidas. Se valorará experiencia en el diseño o implementación de soluciones circulares, identificación de oportunidades de intervención y articulación con actores públicos y privados para el desarrollo de

	pilotos o iniciativas de innovación orientadas a la reducción de residuos y contaminación por plásticos.
Coordinadores territoriales	La firma consultora deberá designar un (01) coordinador territorial para cada una de las ciudades de intervención (San Martín de Porres, Cayma y Tarapoto). Cada coordinador deberá acreditar una experiencia mínima de tres (03) años en la coordinación o supervisión de trabajo de campo para estudios o investigaciones sociales, de mercado o afines. Serán responsables de la coordinación operativa en territorio, el seguimiento del levantamiento de información, el aseguramiento de la calidad del trabajo de campo y la articulación permanente con el equipo técnico de la consultoría y el proyecto. Los coordinadores deberán encontrarse físicamente en el territorio durante el desarrollo de las actividades de campo, de acuerdo con el plan de trabajo aprobado. Se valorará que cuenten con experiencia previa de trabajo en la ciudad o región asignada, así como conocimiento de su contexto, ecosistema de actores y dinámicas comerciales e institucionales

8.3 Capacidad operativa y de comunicación

La firma deberá demostrar capacidad para:

- Implementar y supervisar el trabajo de campo de manera simultánea en los tres territorios de intervención.
- Gestionar de manera autónoma entrevistas y procesos de relacionamiento con actores públicos y privados.
- Traducir hallazgos complejos en recomendaciones claras y accionables.
- Elaborar productos ejecutivos de alta calidad visual orientados a tomadores de decisión.

Como parte de la propuesta, la firma deberá presentar ejemplos de productos previos que evidencien capacidades de análisis, visualización de información y comunicación estratégica.

9 Calendario de pagos

Las condiciones de pago se basarán en los procedimientos internos de WWF y en la aprobación satisfactoria de los productos establecidos en los presentes Términos de Referencia. No se contemplan pagos por adelantado. Los pagos se efectuarán contra la presentación y aprobación de los entregables correspondientes por parte del equipo responsable del proyecto.

9.1 Plan de Pagos

Entregable	%
A la aprobación del Producto 1. Plan de trabajo y despliegue territorial.	10%
A la aprobación del Producto 2. Levantamiento de información en campo.	20%
A la aprobación del Producto 3. Resultados preliminares y validación territorial.	15%
A la aprobación del Producto 4. Diagnóstico conductual y sistémico consolidado.	25%
A la aprobación del Producto 5. Estrategia preliminar de cambio de comportamiento.	20%
A la aprobación del Producto 6. Portafolio de pilotos priorizados y gestión del conocimiento y entrega final de información.	10%
TOTAL	100%

10 Criterios de evaluación

Las propuestas serán evaluadas considerando criterios técnicos y económicos, priorizando la experiencia de la firma consultora, la calidad del equipo propuesto, la solidez de la propuesta metodológica y la consistencia de la propuesta económica.

Criterio	Puntaje
Experiencia de la firma consultora en ciencias del comportamiento, investigación aplicada y diseño de estrategias de cambio de comportamiento.	25%
Experiencia y perfil del equipo consultor propuesto.	30%
• Director/a o Coordinador/a General	5%
• Especialista Senior en Ciencias del Comportamiento	5%
• Especialista en Investigación Social y de Mercados, Diseño Centrado en las Personas, Género e Inclusión, Economía Circular o Sostenibilidad.	15%
• Coordinadores territoriales	5%
Calidad y solidez de la propuesta técnica y metodológica.	30%
• Comprensión del reto y enfoque metodológico	10%
• Estrategia de levantamiento y análisis de información	10%
• Estructura operativa, plan de trabajo y despliegue territorial	10%
Propuesta económica.	15%
Total	100%

Para la evaluación de la **experiencia de la firma consultora**, se considerará la experiencia institucional acreditada en estudios, investigaciones o consultorías relacionadas con ciencias del comportamiento, investigación aplicada, diseño de estrategias de cambio de comportamiento, trabajo de campo, levantamiento de información primaria y proyectos desarrollados con entidades públicas, organismos internacionales, cooperación internacional o sector privado. Se valorará especialmente la experiencia en economía circular, sostenibilidad, consumo sostenible o cadenas de valor del sector de alimentos y bebidas.

Para la evaluación del **equipo consultor propuesto**, se considerará la experiencia, formación, trayectoria y complementariedad de los profesionales clave, así como la capacidad del equipo para desarrollar la consultoría, implementar el trabajo de campo de manera simultánea en los tres territorios de intervención y garantizar la calidad técnica de los productos.

La evaluación de la **propuesta técnica y metodológica** considerará la comprensión del reto planteado, la calidad del enfoque metodológico, la pertinencia de las técnicas de investigación propuestas, la estrategia de levantamiento y análisis de información, la incorporación transversal del enfoque de género, la estructura operativa del equipo y la viabilidad del plan de trabajo para cumplir con los objetivos de la consultoría. Se valorará especialmente la aplicación de enfoques de *Behavioural*

Insights, Diseño Centrado en las Personas (*Human-Centered Design*), pensamiento sistémico, investigación aplicada y trabajo de campo multiterritorial, así como la capacidad para traducir hallazgos complejos en recomendaciones estratégicas, propuestas de intervención y productos orientados a la toma de decisiones.

La **propuesta económica** deberá presentarse de manera detallada, desagregando como mínimo los costos asociados a personal, trabajo de campo, viajes, logística, talleres, procesamiento de información, diseño de productos, materiales y demás rubros necesarios para la ejecución de la consultoría. Se evaluará la consistencia entre la propuesta técnica y económica, así como la razonabilidad de los costos planteados en función del alcance de los servicios requeridos.

11. Proceso de Convocatoria y Selección

- Publicación: 27 de julio de 2026.
- Recepción de propuestas: Hasta el 27 de agosto de 2026.
- Evaluación de propuestas: 28 de agosto al 02 de setiembre de 2026.
- Entrevistas (opcional): 03 de setiembre al 14 de setiembre de 2026.
- Comunicación de resultados: 15 de setiembre de 2026

**las fechas de evaluaciones y entrevistas están sujetas a variaciones que pueda necesitar el equipo evaluador.*

Las personas jurídicas interesadas y que cumplan con los requerimientos solicitados deberán enviar:

- Propuesta técnica.
- Propuesta económica a todo costo, incluyendo impuestos.
- CV del equipo consultor propuesto.
- Portafolio o ejemplos de trabajos similares desarrollados (enlace virtual o archivo adjunto).
- Experiencia Documentada del equipo consultor.

La propuesta técnica deberá presentarse en formato ejecutivo, con una extensión máxima de cinco (05) páginas, sin considerar anexos.

Como mínimo, deberá incluir:

- Comprensión del reto planteado en los presentes Términos de Referencia.
- Enfoque metodológico propuesto y justificación técnica.
- Estrategia para integrar las ciencias del comportamiento, el diseño centrado en las personas, el pensamiento sistémico y el enfoque de género.
- Propuesta de levantamiento y análisis de información.
- Estrategia de implementación y despliegue territorial en San Martín de Porres, Cayma y Tarapoto.
- Composición del equipo consultor, incluyendo roles y responsabilidades.
- Organigrama o esquema de gobernanza del equipo de trabajo.
- Cronograma general de ejecución.

La propuesta deberá indicar claramente la conformación del equipo consultor, los perfiles involucrados y su rol dentro de la consultoría. Asimismo, deberán adjuntarse los CV de los profesionales propuestos como anexos.

Se valorarán especialmente las propuestas que demuestren una comprensión clara del reto planteado, una metodología sólida y la capacidad operativa para implementar la consultoría de manera simultánea en los tres territorios priorizados.

La evaluación considerará criterios técnicos y económicos, priorizando la calidad metodológica de la propuesta, la experiencia de la firma consultora y la experiencia del equipo propuesto.

Las propuestas deberán remitirse al correo servicios@wwfperu.org con el asunto:

“Consultoría Cambio de Comportamiento – GEF Plásticos” dentro del plazo establecido en la convocatoria.

Anexo 1: Requerimientos administrativos de WWF para contratación de servicios.

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, quienes 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. en
- f) **EL CONSULTOR** debe entregar su propuesta económica incluyendo los impuestos respectivos.
- 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 con los requerimientos del donante primario.