



TÉRMINOS DE REFERENCIA PARA CONSULTORÍA

“Servicio de consultoría para el diseño de una estrategia comunicacional 360°

PROYECTO: PNIPA-SIADE-SP-2020-01001

INTRODUCCIÓN

La captura incidental se reconoce como la amenaza mundial más grave para las especies marinas migratorias y de larga vida, incluidas las tortugas (Wallace et al. 2010, 2011), las aves (Croxall et al. 2012, Lewison et al. 2012), los mamíferos (Reed et al. 2006) y tiburones (Dulvy et al. 2008). Las especies de megafauna marina son susceptibles a la captura incidental (Harrington et al. 2005) porque ocupan grandes áreas de distribución geográfica a través de los límites geopolíticos y las regiones oceanográficas que sustentan la pesca tanto en pequeña como en gran escala (Peckham et al. 2007, Soykan et al. 2008), y porque su historia de vida (madurez tardía, bajas tasas de reproducción) las hacen particularmente sensibles en el transcurso de su ciclo de vida (Crouse et al. 1987, Heppell et al. 2005). Y desde el enfoque ecológico, la disminución de megafauna marina podría conducir a cambios ecológicos en cascada (Springer et al. 2003, Estes et al. 2011), ya que, al ser especies tope, estos grandes vertebrados marinos desempeñan un papel importante en la estructura de la red alimentaria y la función del ecosistema (Cox et al. 2002, Schindler et al. 2002).

A pesar de algunos esfuerzos muy visibles para abordar problemas específicos en pesquerías específicas, como por ejemplo la iniciativa para la pesquería del atún “dolphin safe”, una revisión de los patrones globales de captura incidental sugiere que los impactos acumulativos de la captura incidental siguen siendo grandes y, que los enfoques internacionales y multisectoriales aún son necesarios para mejorar los esfuerzos de monitoreo y mitigación de la captura incidental (Lewison et al. 2014). Es por ello que, asegurar que la industria pesquera conozca y aborde adecuadamente las causas de la mortalidad por captura incidental de las especies, principalmente especies ETP (endangered, threatened, protected), en sus pesquerías ayudaría a reducir dichos impactos y por ende, a evitar la disminución de las poblaciones de megafauna marina y las consecuencias posteriores.

Dado que la pesquería industrial con redes de cerco es la pesquería más importante en el Perú, y que existen evidencias de la ocurrencia de captura incidental de especies ETP de megafauna marina, es importante la toma de acciones. Por lo que, en esta oportunidad hemos identificado que una estrategia de comunicación integral ayudará de gran manera a los tripulantes de las embarcaciones a reforzar su conocimiento sobre la manipulación y liberación de dichos grupos de especies cuando sean capturados incidentalmente, con la finalidad de mitigar el impacto que la actividad pesquera pueda causarles.

OBJETIVO DEL PROYECTO:

El proyecto "Diseño de un programa a través de herramientas tecnológicas que optimice el monitoreo a bordo para la captura incidental de especies en peligro, amenazadas, protegidas (ETP, por sus siglas en inglés) en la flota de una empresa industrial dedicada a la pesquería de anchoveta a nivel nacional para mitigar el impacto de la actividad pesquera en dichas especies y cumplir con los estándares de sostenibilidad de los mercados internacionales" tiene como fin diseñar e implementar un modelo de programa de monitoreo a nivel piloto mediante la implementación de bitácoras electrónicas y cámaras REM para aumentar y mejorar el registro de la captura incidental de especies ETP en al menos el 23% de la flota pesquera industrial de una empresa nacional.

Este proyecto tiene como meta identificar la mejor herramienta tecnológica para monitorear la captura incidental de megafauna marina en la pesquería industrial de anchoveta para mitigar el impacto de la actividad pesquera en dicho grupo de especies aportando al cumplimiento de las exigencias del mercado, como las requeridas por algunas certificaciones.

OBJETIVO DEL CONTRATO:

Diseñar una estrategia de comunicaciones 360° para el proyecto PNIPA-SIADE-SP-2020-01001 y su respectivo plan de acción.

ACTIVIDADES DEL CONTRATO:

1. Diseño de una estrategia de comunicaciones

1.1 Diseñar una estrategia comunicacional para las temporadas de pesca y veda, que contenga: objetivos comunicacionales, públicos objetivos, acciones y actividades, mensajes clave, canales (incluyendo prensa, redes sociales, WhatsApp, entre otros), identificación de voceros, propuestas de recursos comunicacionales, entre otros, en base a los objetivos y actividades propuestas en el proyecto PNIPA.

1.2 Diseñar un plan de contingencia para remediar posibles problemas en la ejecución de las actividades propuestas.

1.3 Proponer acciones que promuevan la motivación de los tripulantes para mejorar su involucramiento con el programa SIMAR y compromiso con la conservación de la megafauna marina, y generar contenido como referencias, guiones, entre otros, que sirvan para dichas acciones.

2. Ejecución de actividades propuestas

2.1 Coordinar las acciones necesarias para la ejecución de las actividades planteadas dentro de la estrategia de comunicaciones.

2.2 Dar soporte en la ejecución de las actividades de la estrategia de comunicaciones.

2.3 Asistir a los proveedores seleccionados (diseñador/audiovisual) en la elaboración de piezas comunicacionales propuestas en la estrategia elaborada, en coordinación con el equipo de WWF.

2.4 Generar reportes de indicadores que demuestren los resultados de la implementación de la estrategia de comunicaciones y sus actividades ejecutadas, así como también se deben plantear las acciones necesarias para escalar la estrategia comunicacional en la temporada de veda y pesca 2022.

3. Monitorear la correcta recepción de información en la plataforma.

3.1 Coordinación constante con el personal de una empresa pesquera para validar, de manera virtual, y registrar en una base de datos (Excel) el monitoreo del procedimiento en tierra para la colecta de información a través de los 11 barcos seleccionados cada vez que lleguen a tierra (desembarque, conexión a internet y retorno al barco), en las temporadas de pesca.

CONSIDERACIONES ESPECÍFICAS:

1. Se mantendrá reuniones de coordinación con WWF.
2. Los productos por entregar se subirán a una carpeta drive compartida con el equipo de WWF.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEL CONTRATO

Acciones	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo
Estrategia comunicacional y plan de contingencia con acciones y actividades propuestas.									
Carpeta con información requerida para implementar las actividades propuestas en la estrategia comunicacional.									
Reportes semanales con la información colectada por los uploaders en una base de datos y la ruta de recepción de los uploaders registrada hasta el momento.									
Reporte que contenga información sobre la implementación de la estrategia comunicacional, así como de las acciones, actividades ejecutadas y resultados obtenidos, dificultades encontradas, medidas de contingencia aplicadas, entre otra información relevante obtenida hasta el momento.									
Reporte final que contenga información sobre la implementación de la estrategia comunicacional, las acciones, actividades ejecutadas, y resultados obtenidos, dificultades encontradas, medidas de contingencia aplicadas, y las acciones necesarias para escalar la estrategia comunicacional en la temporada de veda y pesca 2022.									

RESULTADOS ESPERADOS DEL CONTRATO

Se espera que este servicio pueda ser elaborado con la mejor calidad y de manera eficiente dentro del tiempo programado para el consultor. Respecto a los productos generados, se espera que estos sean realmente útiles para los tripulantes de la flota pesquera de las empresas industriales y sirvan como ejemplo para otras empresas del sector a nivel nacional como internacional.

PRODUCTOS ESPERADOS

Entregables	Fecha de entrega	Ponderación de pago
Producto 1: Estrategia comunicacional y plan de contingencia con acciones y actividades propuestas (1).	A los 15 días del inicio del contrato.	30%
Producto 2: Carpeta con la información requerida para la implementación de las actividades propuestas en la estrategia comunicacional (1).	A los 45 días del inicio del contrato.	20%
Producto 3: Reporte que contenga información sobre la implementación de la estrategia de comunicación, así como de las acciones, actividades ejecutadas y resultados obtenidos, dificultades encontradas, medidas de contingencia aplicadas, entre otra información relevante obtenida hasta el momento (2). Así como, la recopilación de los reportes semanales presentados con la información colectada por los uploaders en una base de datos y la ruta de recepción de los uploaders registrada hasta el momento (3).	A los 135 días del inicio del contrato.	30%
Producto 4: Reporte final que contenga información sobre la implementación de la estrategia de comunicación, las acciones, actividades ejecutadas y resultados obtenidos, dificultades encontradas, medidas de contingencia aplicadas, y las acciones necesarias para escalar la estrategia comunicacional en la temporada de veda y pesca 2022 (2). Así como, el registro de la información colectada por los uploaders en una base de datos y la ruta de recepción de los uploaders a lo largo del proyecto (3).	A los 255 días del inicio del contrato.	40%

Perfil del consultor:

- Bachiller o Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Marketing, Publicidad o afines.
- 3 años de experiencia como mínimo (deseable) en la elaboración de diseño y desarrollo de estrategias comunicacionales.
- Experiencia en comunicación corporativa e imagen institucional, entre otros similares.
- Experiencia en la gestión de redes sociales.
- Deseable experiencia en proyectos de sostenibilidad en el sector pesquero artesanal y/o industrial.
- Deseable manejo de presupuesto comunicacional.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Calificación	Puntaje
Formación académica	15
Experiencia laboral general.	15
Experiencia laboral específica.	30
Entrevista.	10
Propuesta económica	30
	100

PROCESO DE CONVOCATORIA Y SELECCIÓN

1. Publicación: 10 de junio del 2021
2. Recepción de propuestas: 24 de junio del 2021
3. Presentación de candidatos: 24 de junio del 2021
4. Evaluación de candidatos: 25 y 28 de junio del 2021
5. Entrevistas: 30 de junio del 2021
6. Selección del consultor: 01 de julio del 2021

Las personas interesadas y que cumplan con los requerimientos solicitados deberán enviar su CV y propuesta económica, al correo servicios@wwfperu.org con el asunto "Servicio de consultoría para estrategia comunicacional" hasta el 24 de junio del 2021.

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, quiénes fueron autorizadas previamente por el responsable del Proyecto, en el envío de aprobación del documento interno de WWF: Agreement Information Form (AIF).
- e) EL CONSULTOR debe contar con una póliza vigente de Seguro contra Accidentes con cobertura en la zona de ejecución del Proyecto, para el desarrollo de la Consultoría.
- f) 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 a los requerimientos del donante primario.