

**UNODC 035/2017**  
**TÉRMINOS DE REFERENCIA (TdR)**  
**Consultores o Contratistas Individuales**  
**(IC por sus siglas en inglés)**

<b>Consultoría:</b>	Comunicaciones del proyecto PREDEM
<b>Lugar de destino:</b>	Lima, Perú
<b>Plazo:</b>	360 días calendario
<b>Dedicación:</b>	Tiempo completo
<b>Supervisor/persona a quien reporta:</b>	Coordinador Regional del proyecto PREDEM.

## **1. Antecedentes generales**

El proyecto Apoyo a la Reducción de la Demanda de Drogas Ilícitas en la Comunidad Andina – PREDEM, es financiado por la Unión Europea (UE) y viene siendo implementado por la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito para Perú y Ecuador, desde julio de 2013 a partir de la firma del Acuerdo de Contribución DCI-ALA/2013/320-927 entre la UE y UNODC.

El Proyecto PREDEM tiene como objetivo contribuir a superar el problema de las drogas ilícitas, con énfasis en el área de reducción de la demanda en los países que pertenecen a la Comunidad Andina (Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú). Busca apoyar y fortalecer las capacidades técnicas y políticas de las instituciones gubernamentales de orden nacional, regional, nacional y local, a la sociedad civil, así como de las comunidades, a fin de responder de manera eficiente a las necesidades emergentes en materia de reducción de la demanda de drogas ilícitas, con énfasis en las poblaciones vulnerables.

El Proyecto PREDEM tiene tres grandes resultados o componentes: 1)implementar medidas e iniciativas concretas (proyectos piloto locales) de prevención, tratamiento y reinserción social, fundamentalmente en poblaciones de mayor riesgo y exclusión social; 2)fortalecer las capacidades de los observatorios nacionales de drogas y la generación de información específica basada en la evidencia científica para la orientación de toma de decisiones a decisores y a autoridades y/o altos funcionarios públicos; 3)promover la generación de políticas públicas, estrategias y programas para reducir la demanda de drogas en los países y a nivel regional andino.

El proyecto contempla una estrategia de comunicaciones que se desarrolla de manera transversal e integral en todas las áreas del proyecto. El objetivo fundamental de la propuesta es posicionar el proyecto y generar visibilidad. La estrategia se ejecuta tomando en cuenta los lineamientos de la Unión Europea.

## 2. Objetivo del servicio y propósitos

### 2.1. Objetivos

Diseñar e implementar una estrategia comunicacional para el proyecto PREDEM de la Comunidad Andina, teniendo como base los lineamientos comunicacionales pre-establecidos en el mismo proyecto, los de UNODC y los de la Unión Europea.

Acompañar al equipo de PREDEM en todos los aspectos comunicacionales, para asegurar el cumplimiento de los objetivos del proyecto y de las actividades detalladas en el plan operativo.

### 2.2. Propósito

El propósito fundamental será dar visibilidad a las actividades y productos generados por el proyecto PREDEM.

## 3. Tareas y Responsabilidades

Bajo la supervisión directa del Coordinador Regional de PREDEM y en coordinación con el responsable del área de comunicaciones de UNODC Perú, el/la comunicador(a) deberá:

1. Diseñar una estrategia comunicacional para dar visibilidad al Proyecto PREDEM, de acuerdo al plan de comunicaciones y al plan operativo de actividades del proyecto de 2017-2018.
2. Coordinar las actividades para implementar la estrategia comunicacional de PREDEM.
3. Generar contenidos y gestionar un nuevo portal Web del proyecto PREDEM y de sus redes sociales (Iniciativa Juvenil Andina - IJA).
4. Diseñar, supervisar y coordinar los productos y/o herramientas comunicacionales para la implementación de la estrategia comunicacional de PREDEM (boletines, notas de prensa, infografías, etc.).
5. Crear una base de datos de medios de comunicación nacionales e internacionales para la cobertura de las actividades del proyecto.
6. Elaborar un registro audiovisual de las actividades del proyecto PREDEM.
7. Coordinar las acciones de comunicación con los puntos focales del proyecto a nivel regional andino (Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú), contrapartes nacionales e internacionales, entre otros.
8. Crear, gestionar y coordinar un plan comunicacional de cierre para dar a conocer todos los logros alcanzados durante el desarrollo del proyecto PREDEM.
9. Elaborar un Informe final de los alcances de la estrategia de comunicaciones de PREDEM y de ejecución de todas las actividades desarrolladas para el proyecto.



**UNODC**

Oficina de las Naciones Unidas  
contra la Droga y el Delito

#### 4. Productos

Productos	Descripción	Fecha de entrega	%
Primero	-Diseñar una estrategia comunicacional para dar visibilidad al Proyecto PREDEM, de acuerdo al plan de comunicaciones y al plan operativo de actividades del proyecto de 2017-2018.	A los 30 días después de la firma del contrato.	15%
Segundo	-Coordinar las actividades para implementar la estrategia comunicacional de PREDEM. -Generar contenidos y gestionar un nuevo portal Web del proyecto PREDEM y de sus redes sociales (Iniciativa Juvenil Andina - IJA).	A los 90 días después de la firma del contrato.	15%
Tercero	-Diseñar, supervisar y coordinar los productos y/o herramientas comunicacionales para la implementación de la estrategia comunicacional de PREDEM (boletines, notas de prensa, infografías, etc.). -Crear una base de datos de medios de comunicación nacionales e internacionales para la cobertura de las actividades del proyecto	A los 150 días después de la firma del contrato.	20%
Cuarto	-Elaborar un registro audiovisual de las actividades del proyecto PREDEM. -Coordinar las acciones de comunicación con los puntos focales del proyecto a nivel regional andino (Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú), contrapartes nacionales e internacionales, entre otros.	A los 240 días después de la firma del contrato.	15%
Quinto	-Crear, gestionar y coordinar un plan comunicacional de cierre para dar a conocer todos los logros alcanzados durante el desarrollo del proyecto PREDEM.	A los 300 días después de la firma del contrato.	15%
Sexto	- Elaborar un Informe final de los alcances de la estrategia de comunicaciones de PREDEM y de ejecución de todas las actividades desarrolladas para el proyecto.	A los 360 días después de la firma del contrato.	20%

UNODC cuenta con un plazo de 5 días hábiles posteriores a la entrega, para la revisión y aceptación de los productos.

Cada pago se realizará dentro de 10 días calendario, siguientes a la presentación de los productos mencionados, previa conformidad emitida por el área usuaria y de la entrega del recibo por honorario electrónico (SUNAT), en soles.

En caso de existir observaciones a los informes presentados, el plazo se contabilizará a partir del levantamiento de las mismas.

#### 5. Perfil profesional de la persona a contratar - calificaciones y experiencia

##### a. Educación

- Grado de Licenciado en ciencias de la comunicación.

**b. Experiencia profesional (\*)**

- No menor a 5 años en el área de comunicaciones, en el sector público o privado.
- Experiencia en la elaboración de campañas comunicacionales relacionadas con temas de la salud o sociales, por ejemplo: Alcohol, tabaco, drogas ilícitas, VIH/SIDA, pobreza, etc.  
Enviar documentos como copia de contratos previos, cartas de recomendaciones, listado con datos de supervisores, etc. que sustenten dichas consultorías o trabajos en el área de las comunicaciones.
- Experiencia en diseño de materiales comunicacionales. Enviar dossier que sustente esta experiencia.

**c. Propuesta Técnica**

El consultor presentará una propuesta de la metodología y plan de trabajo, como parte de su oferta técnica, para abordar el desarrollo de la consultoría. Según el formato adjunto. Anexo 4.

## 6. Documentos a presentar en su propuesta

El Consultor(a) interesado(a) deberá presentar los siguientes documentos e información solicitada en los formatos adjuntos para demostrar su idoneidad:

- a) Carta del Oferente confirmando su interés y disponibilidad para la asignación de contratista individual debidamente firmada, según el formato adjunto.
- b) Formato P11 “Antecedentes Personales” (en formato adjunto) – debidamente firmado. Deben llenarse claramente los períodos trabajados, nombres de supervisores y sus respectivos teléfonos y correos electrónicos.
- c) Hoja de vida, - incluyendo experiencia previa en consultorías, actividades o proyectos similares y al menos 3 referencias comprobables. El CV deberá tener toda la información necesaria para asegurar la confirmación de su cumplimiento con la educación/experiencia requeridas. Si las referencias resultaran ser no favorables, la oferta del consultor será rechazada.
- d) Propuesta técnica según el formato adjunto.

## 7. Propuesta Económica

La Propuesta Económica firmada, que deberá especificar el monto total a suma alzada por el servicio de la consultoría, deberá incluir todos los aspectos: honorarios profesionales, costos de movilización, impuestos, seguros, transporte, comunicaciones, varios, etc. y deberá ser respaldada por el desglose de costos correspondientes.

- La moneda de la propuesta económica será en soles.

## 8. Forma de Pago

El servicio de la consultoría será a todo costo.

Los pagos se basan en productos, es decir, a la entrega de los servicios especificados en los términos de referencia y estarán sujetos a la aprobación del Coordinador del Proyecto. El consultor deberá emitir su recibo por honorarios profesionales.

## 9. Evaluación

El profesional deberá contar con una licenciatura en ciencias de la comunicación, deseablemente con un grado de maestría, y con al menos 5 años de experiencia profesional relevante.

<b>A. Revisión Preliminar</b>		<b>Puntaje Máximo</b>
Verificación de la documentación requerida en tiempo y forma: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Oferta técnica firmada (Incluye métodos de recolección y procesamiento de información, tipo de fuentes, tipo de instrumentos y métodos de análisis).</li> <li>- Oferta económica firmada</li> <li>- Carta de Interés firmada</li> <li>- CV/ Formulario P11 firmado</li> </ul>		Cumple/ No cumple
<b>B. Formación Académica</b>		<b>Puntaje Máximo</b>
Licenciatura en las Ciencias de la comunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumple: 18.00 puntos</li> <li>• Maestría: 20.00 puntos</li> </ul>	20 puntos
<b>C. Experiencia Profesional</b>		<b>Puntaje Máximo</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• No menor a 5 años en el área de comunicaciones, en el sector público o privado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menos de 5 años: NO CUMPLE</li> <li>• Cinco (5) años: 10 puntos</li> <li>• Más de 5 años: Se otorgará 2 puntos por cada año adicional, hasta un máximo de 10 puntos.</li> </ul>	20 puntos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia en la elaboración de campañas comunicacionales relacionadas con temas de la salud o sociales, por ejemplo: Alcohol, tabaco, drogas ilícitas, VIH/SIDA, pobreza, etc.</li> </ul>		Cumple/No cumple

**UNODC**Oficina de las Naciones Unidas  
contra la Droga y el Delito

<p>Enviar documentos como copia de contratos previos, cartas de recomendaciones, listado con datos de supervisores, etc. que sustenten dichas consultorías o trabajos en el área de las comunicaciones.</p>														
<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencia en diseño de materiales comunicacionales. Enviar dossier que sustente esta experiencia.</li> </ul>														
<b>D. Propuesta Técnica</b>		<b>Puntaje Máximo</b>												
<p>La calificación de este rubro será obtenida multiplicando cada puntaje parcial de cada concepto mostrado en la tabla, por el factor correspondiente de acuerdo al siguiente detalle:</p>		30 puntos												
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Calificación</th> <th>Puntaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>No presenta/No demuestra competencia</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Débil</td> <td>0.2</td> </tr> <tr> <td>Satisfactorio</td> <td>0.4</td> </tr> <tr> <td>Buena</td> <td>0.6</td> </tr> <tr> <td>Muy Buena</td> <td>0.8</td> </tr> <tr> <td>Sobresaliente</td> <td>1</td> </tr> </tbody> </table>	Calificación		Puntaje	No presenta/No demuestra competencia	0	Débil	0.2	Satisfactorio	0.4	Buena	0.6	Muy Buena	0.8	Sobresaliente
Calificación	Puntaje													
No presenta/No demuestra competencia	0													
Débil	0.2													
Satisfactorio	0.4													
Buena	0.6													
Muy Buena	0.8													
Sobresaliente	1													
<p>Los conceptos a evaluarse son:  Matriz de trabajo; la matriz de trabajo precisa el alcance de lo indicado en el numeral 3. En ese sentido, la matriz de trabajo se articula a lo establecido en los TDR. Asimismo, incluye actores involucrados, riesgos y estrategias de solución para enfrentar los desafíos potenciales para llevar a cabo la consultoría.  Metodología, plan de trabajo</p>														
<b>E. Evaluación Económica</b>		<b>Puntaje máximo</b>												
<p>El máximo número de puntos (30) se otorgará a la oferta económica más baja. El resto de ofertas recibirán una calificación inversamente proporcional, según la siguiente fórmula: <math>p = y (\mu/z)</math>  Donde:  p = puntaje obtenido  y = puntaje máximo otorgado  μ = Monto de la oferta más baja recibida  z = Monto de la oferta evaluada</p>		30 puntos												
<b>PUNTAJE TOTAL (TÉCNICO + ECONOMICO)</b>		<b>100 puntos</b>												

**Aspectos importantes a tener en consideración por parte del candidato(a).**

Es política de UNODC efectuar verificaciones de los antecedentes de todos los contratados.

Los documentos presentados por el consultor deberán contar con la aprobación previa del Coordinador del Proyecto.

El contrato está estipulado por un plazo máximo de 360 días calendario y sin extensión, contemplados a partir de la firma del mismo. El contrato no contempla períodos de vacaciones. Los días feriados serán respetados.