

11. Resultados y Productos

11.1 Diseño organizacional de la campaña de promoción

11.1.1 Contexto

La campaña Promoción del uso de la bicicleta es uno de los componentes del PMTU, consecuentemente el diseño de su estructura organizacional debe estar en arreglo a un orden mayor, el del propio PMTU.

En el informe correspondiente al componente del PMTU Fortalecimiento Institucional se establecen tres niveles de actuación organizacional del PMTU:

- a) Dirección, ejecución y coordinación general. Comprende el más alto nivel jerárquico y de responsabilidad dentro de la estructura organizativa del PMTU, se constituye como unidad ejecutora.

Pertenecen a este nivel:

- El Consejo Directivo del FONAM, la Dirección Ejecutiva del mismo como unidades existentes y
- el Consejo Consultivo como instancia ad hoc a ser creada. Esta última comprenderá un comité para formular políticas y lineamientos del programa GEF y un comité de contrataciones.

- a.1) El programa de Promoción del uso de la bicicleta como componente del PMTU estará a cargo del máximo nivel en su calidad de unidad ejecutora.

- b) Co-ejecución y apoyo del programa. Unidades con responsabilidad de ejecución y apoyo en aspectos específicos.

En este nivel se encuentran:

Las corporaciones municipales de las provincias de Lima y Callao, así como diversas instancias (desarrollo urbano, participación vecinal), propias de las municipalidades distritales.

- b.1) El diseño de la campaña de promoción se basa en acciones que requieren de coordinación en varios ámbitos (metropolitano, distrital y local) y entre sectores (público, privado, sociedad civil). En ese sentido el nivel de ejecución conjunta de programas, proyectos y actividades requerirá de la participación en este nivel de diversas instituciones de la sociedad civil (universidades, OSB, ONG, etc.), estado (municipalidades distritales principalmente) y sector privado (empresas) sin cuyo esfuerzo y concurso no podrá llevarse a cabo exitosamente el componente de promoción. Consecuentemente el presente diseño incorpora la participación de estos sectores.

- C) Servicios externos. Se refiere a organizaciones privadas que sin mantener relación jerárquica con las anteriores pueden prestar servicios de distinta índole para la ejecución del proyecto.

- c.1) Dada las características del componente Promoción del Uso de la Bicicleta los servicios externos requeridos por la campaña de promoción supone:

- Especialización temática para el caso de los programas educativo, de participación pública y de comunicaciones.
- Relación orgánica con las áreas o grupos sociales objetivo para la ejecución de los proyectos.

Ambos requisitos con relación al tema del TNM son imprescindibles para la ejecución de los mencionados programas y proyectos, mientras que para la ejecución de las actividades generales de promoción (bicicleteadas, días sin carro, etc.) la organización de las mismas podrá estar a cargo de los clubes ciclistas o una agremiación de los mismos.

11.1.2 Componentes:

- Entidad Contratante (EC).- Se refiere a la entidad a cargo de la ejecución del PMTU (Puede ser FONAM u otra)
- Organismo Ejecutor (OE).- Se refiere a una ONG y/o una compañía especializada en transporte, comunicación y promoción, también es aplicable a grupos organizados de ciclistas.

11.1.3 Actores principales:

- Sector estatal: Ministerios, Municipalidades (provincial y distrital), policía
- Sector privado: empresas y gremios empresariales
- Sociedad civil: comunidades educativas (niveles escolar, técnico y universitario) Organizaciones Sociales de Base (clubes de madres, comedores populares, asociaciones vecinales), comités de gestión,

11.1.4 Estructura del programa Promoción del Uso de la Bicicleta

Se definen las siguientes instancias:

Comité de coordinación.- Este comité funciona como una mesa de concertación entre el sector privado, sociedad civil y la representación estatal. Su conformación amplia y diversa permite recoger los diferentes intereses sociales presentes en el programa de promoción del uso de la bicicleta.

Reúne al coordinador de la unidad ejecutora con sectores representativos del estado, sector privado y sociedad civil.

Tiene entre sus funciones principales:

- Discutir los lineamientos y proponer las políticas del proyecto
- Dar seguimiento a los diferentes organismos ejecutores

Se sugiere la presencia cuando menos de:

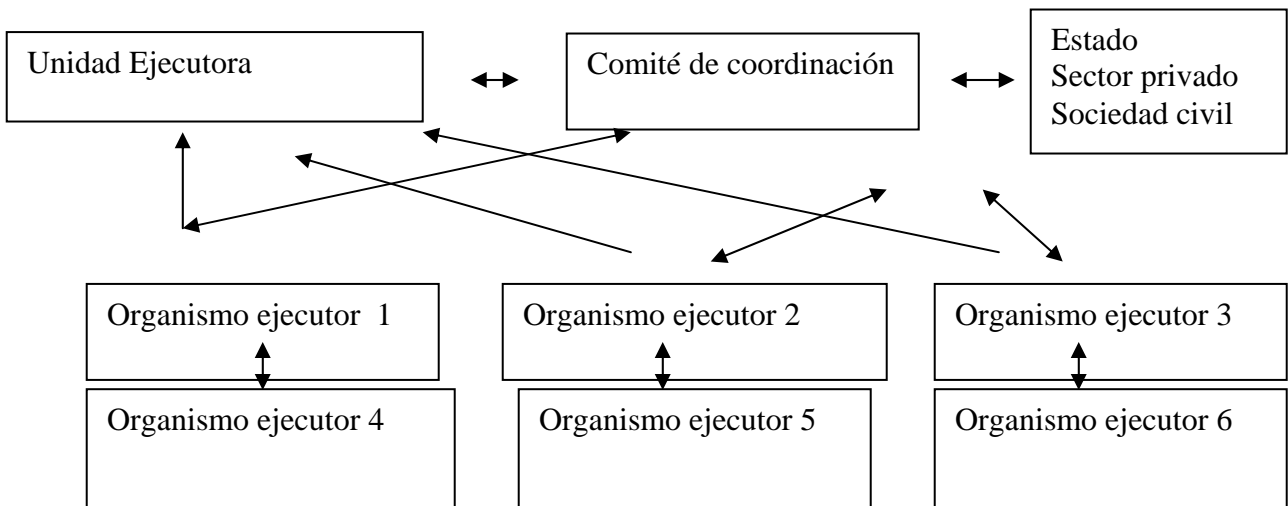
- Representantes de las municipalidades distritales de las zonas donde se ejecutarán proyectos pilotos (Distritos de Bellavista y Los Olivos),
- Representantes de las municipalidades provinciales (oficina ambiental, de participación vecinal y deportes).
- Universidades, como la UNMSM,
- Representantes de las empresas donde se desarrolle el proyecto de movilidad sostenible.

Además deberán incluirse a representantes regionales de las OSB (clubes de madres y comedores), comunidades escolares, así como del sector ciclista (Comité de fabricantes de bicicletas y clubes ciclistas).

Unidad ejecutora.- Encargada de los aspectos de formulación de políticas, responsabilidad funcional, administrativa y contractual del PMTU y la coordinación de los diferentes componentes del PMTU. Integra y dirige el comité de coordinación.

Comité Asesor.- Cuerpo especializado, conformado por cuatro especialistas en aspectos de TNM, comunicación, educación y participación pública, respectivamente. Asesora a la unidad ejecutora y el comité de coordinación en la preparación de los documentos de licitación y discusión, desarrolla los criterios de seguimiento de las actividades de los organismos ejecutores y propone a la unidad ejecutora las modificaciones y ajustes necesarios. También forma parte del comité de coordinación.

Organismo ejecutor.- Encargado de la ejecución de uno o más componentes del programa Promoción del Uso de la Bicicleta. Integra el comité de coordinación.



11.1.5 Recursos humanos

11.1.5.1 - Comité de coordinación

Coordinador.- Especialista en planificación y gestión del transporte, de preferencia con experiencia en temas de participación pública y enfoque de género.

Representantes de entidades del sector público, privado y sociedad civil.

11.1.5.2 - Unidad ejecutora

Coordinador.- Es la misma persona que ocupa el cargo de coordinador en el comité de coordinación. Tiene a su cargo la coordinación general del componente Promoción del uso de la bicicleta

11.1.5.3 Comité asesor

- Especialista en transporte no motorizado.- a cargo de la evaluación y seguimiento de la ejecución de los proyectos y programas en lo concerniente a las metas y objetivos relacionados con el TNM.

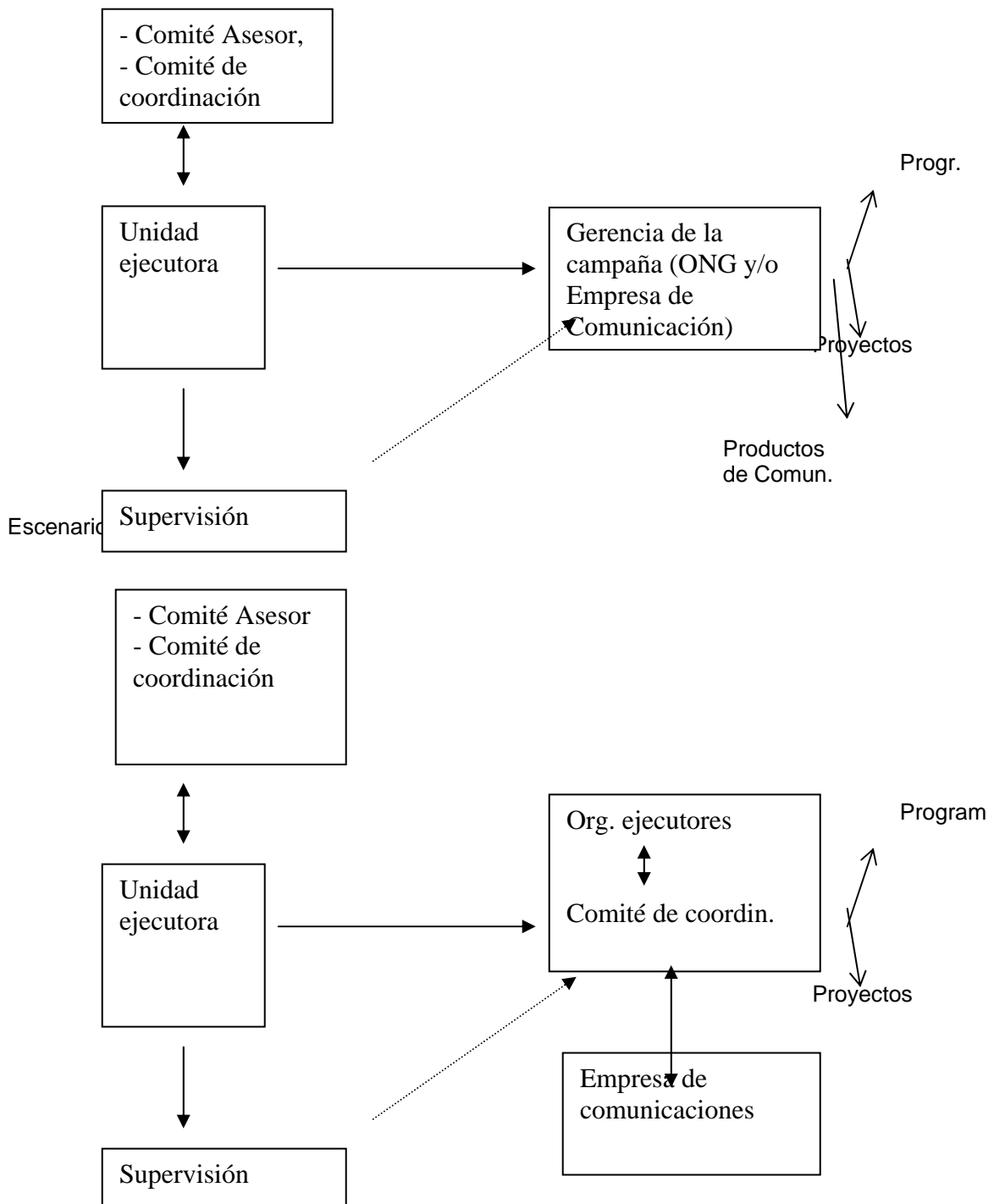
- Especialista en comunicación.- evaluación y seguimiento de las estrategias comunicacionales y el programa de comunicaciones.

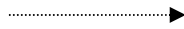
- Especialista en educación.- evaluación y seguimiento de las estrategias educativas y programa de educación y proyecto de rutas seguras al colegio.

- Especialista en participación pública.- desarrollo de estrategias para el fortalecimiento de la estructura participativa de la unidad ejecutora y comité de coordinación. Evaluación y seguimiento de las plataformas de los proyectos y del programa de participación pública.

11.1.6 Escenarios sugeridos:

Escenario 1 (general):





Productos →
de Comun.

En ambos escenarios los componentes son similares. La variación se presenta en el número de ellos y en las relaciones que se establecen entre los mismos.

El primer escenario agrupa al conjunto de organismos ejecutores en una gerencia madre mientras el segundo permite una coordinación con cada uno de los organismos ejecutores.

Las flechas de doble entrada significan relaciones de coordinación, Las unidireccionales de cabeza negra implican la existencia de contratos de consultoría y las punteadas relaciones de supervisión. Las líneas unidireccionales sin cabeza negra se refieren a los ámbitos de actuación y resultados que se ofrecen.

Escenario 1

En el escenario 1, el ente contratante (unidad ejecutora) contrata una compañía de comunicación y/o ONG (a manera de consorcio o por separado) que ejecuta el conjunto del componente y coordina con los actores sociales (especialmente con los comités locales de gestión y las plataformas), bajo la supervisión de un consultor.

Escenario 2

En el escenario 2, El ejecutor se divide de acuerdo a los espacios geográficos de actuación (Escenario focalizado) y de acuerdo a la especialización del trabajo. Las ONG realizan el trabajo de participación pública y educativo y la compañía de comunicaciones produce los materiales requeridos por la campaña. Los representantes de los clubes ciclistas se encargan de las actividades generales de promoción.

Las ventajas de ambos escenarios se encuentran, en el primer caso, en una mayor perspectiva del conjunto de la campaña, y en el segundo escenario, en una mayor focalización y trabajo con los actores sociales.

Escenario 3

Este escenario incorpora de manera distintiva a las campañas y las actividades centrales asignándoles un ejecutor propio. El objetivo de esto es reforzar el ámbito metropolitano de actuación e incorporar un conocimiento específico en el tema del transporte no motorizado.

Se puede combinar con cualquiera de los dos escenarios anteriores.

11.1.7 Estrategias de contratación

El consultor recomienda agrupar a los organismos ejecutores en función de los siguientes contratos de ejecución:

- 1.- Programa de Participación pública
- 2.- Programa educativo y proyecto Rutas seguras al colegio (zona 1)
- 3.- Proyecto Rutas seguras al colegio (zona 2) y proyecto San Marcos se moviliza
- 4.- Programa de empresas y proyecto Movilidad Sostenible
- 5.- Programa de comunicaciones
- 6.- Proyecto Mujeres y transporte

La agrupación sugerida puede permitir una mayor economía de escala a los organismos ejecutores, un menor número de contratos y una mejor administración de los mismos.

Por otro lado se recomienda a la entidad contratante el desarrollo de una matriz de calificación de las propuestas que incluya los criterios de intensidad de mano de obra y subcontratación de grupos locales en la ejecución de los trabajos que solicita esta campaña de promoción.

11.2

Términos de Referencia

11.2.1

TERMINOS DE REFERENCIA PARA LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE PARTICIPACION CIUDADANA DE LA CAMPAÑA PROMOCION DEL USO DE LA BICICLETA

PROYECTO MEJORAMIENTO DEL TRANSPORTE URBANO (PMTU) GEF

INTRODUCCIÓN

PARTE I - Antecedentes - describe el contexto de la campaña de promoción del uso de la bicicleta

b) PARTE II – Objetivos del Proyecto - define los objetivos generales y específicos del programa/ proyecto integrante de la campaña de promoción del uso de la bicicleta.

c) PARTE III - Alcance de Trabajo - describe las actividades básicas propuestas para implementar el programa de la campaña Promoción del Uso de la Bicicleta

d) PARTE IV - Los requerimientos del programa/proyecto: plazos, Informes y descripción de productos esperados claves.

e) PARTE V - La Administración del subcomponente - describe las responsabilidades de la agencia en el programa/proyecto y plantea los procedimientos para el seguimiento de un consultor.

PARTE I. ANTECEDENTES

A mediados del año 2000, diversas instituciones públicas nacionales, gobiernos locales y de la sociedad civil promovieron, con el apoyo del Banco Mundial, una iniciativa orientada a mejorar el transporte público en Lima y Callao y que fue puesta a consideración del Fondo para el Ambiente Mundial (GEF, en inglés); atendiendo esta solicitud el GEF aprobó la donación de los fondos correspondientes a la fase de actividades preparatorias (estudios y consultorías) y posteriormente la donación principal bajo al cual será financiado el presente trabajo. Por otro lado, la Municipalidad Metropolitana de Lima (MML) conjuntamente con el BM y el BID vienen trabajando en la formulación de un préstamo para mejorar la situación del transporte urbano y cuya actividad principal será desarrollar un sistema de transporte público masivo, rápido y eficiente, cuya aprobación se espera concretar en un plazo breve.

Así, el conjunto de actividades financiadas tanto por la donación principal del GEF como por el préstamo del BM-BID son complementarias y constituyen la base del programa "Mejoramiento del Transporte Urbano en Lima-Callao"; el crédito del BM-BID cubrirá la parte de inversión más intensiva (infraestructura para los buses) y los recursos del GEF se orientarán a las actividades

necesarias que aseguren el éxito del proyecto BM-BID y a la vez tenga impacto en la reducción de emisiones de gases efecto invernadero.

El Programa “Mejoramiento del Transporte Urbano en Lima-Callao” promueve un sistema de transporte urbano, eficiente, multimodal y orientado a beneficiar a los más pobres. Su objetivo principal es mejorar el transporte público y además busca:
Reducir la contaminación local - del aire y del ruido -, y la contaminación global, específicamente las emisiones de gases efecto invernadero
Reforzar el marco legal e institucional para asegurar el sostenimiento de las medidas a implementar.

Para lograr estos objetivos, el programa se enfoca en crear cambios en el comportamiento en los patrones de transporte y movilidad de los usuarios, facilitando el transporte intermodal y mejorando el atractivo del transporte público y del no-motorizado mediante la implementación de vías segregadas para buses, ciclovías seguras y mejores facilidades para los peatones.

Las actividades que han sido financiadas por el PDF-B abarcan cuatro áreas:

a- Transporte Público: diseño de estrategias para: (i) desguace de vehículos obsoletos del transporte público con la asistencia algún incentivo, y (ii) fomentar la activa participación de los usuarios, gremios, transportistas individuales, ONG, y otros en la tarea de hacer más atractivo el transporte público, a través de talleres y focus groups.

b- Transporte No Motorizado: llevar a cabo: (i) consultas y focus groups para identificar las barreras y oportunidades para elevar el nivel de uso de las bicicletas, (ii) diseño de ingeniería de las mejoras físicas y la extensión de las ciclovías existentes, (iii) el diseño de una campaña de promoción para elevar el nivel de uso de la bicicleta, y (iv) el diseño de un plan de acción para relanzar el actual sistema de micro créditos para adquirir bicicletas denominado “Plan Bici”.
El ítem (iii) señala el marco dentro del cual se ejecutará el presente trabajo (programa o proyecto), constituyendo un componente de la campaña de promoción de uso de la bicicleta.

c- Diseño de un programa de reforzamiento institucional y construcción de capacidades de las instituciones involucradas en el programa.

d- Preparación de un manual de operación y monitoreo del programa

Las actividades que serán financiadas por el PDF – C o fase de implementación del PMTU son las siguientes:

- 18.1 Desguace de vehículos de transporte público
- 18.2 Mejora y construcción de ciclovías
- 18.3 Fortalecimiento institucional
- 18.4 Relanzamiento del Plan Bici
- 18.5 Programa Promoción del uso de la bicicleta

La entidad ejecutora del PMTU PDF – C es el Fondo Nacional del Ambiente (FONAM) que fue creado por Ley del Congreso como una institución de derecho privado para lograr un financiamiento fluido y consistente para los proyectos ambientales prioritarios ambientales de manera de contribuir al desarrollo sostenible del país, es la encargada de administrar los recursos del PDF-C y la que convoca al proceso de selección de consultores para la realización del presente trabajo.

PARTE II –

Objetivos del Proyecto - define los objetivos generales y específicos del programa de participación pública, integrante de la campaña de promoción del uso de la bicicleta.

Objetivo General

El objetivo general del programa de participación ciudadana es brindar el marco de participación y coordinación a los diferentes grupos objetivos de la campaña Promoción del uso de la bicicleta del proyecto Mejoramiento del Transporte Urbano (PMTU), vinculando su actuación con la del sector estatal, privado y sociedad civil en general.

Objetivos específicos

Desarrollar y fortalecer las plataformas de usuarios que den impulso a los actores y sus demandas dentro del proceso de ejecución de los programas, proyectos y actividades de la campaña de promoción.

Recoger, canalizar y sistematizar las iniciativas provenientes de los grupos objetivos hacia las diferentes instancias y actores de la campaña de promoción.

PARTE III

Alcance de Trabajo - describe las actividades básicas propuestas para implementar el programa de la campaña Promoción del Uso de la Bicicleta

- a) El consultor, apoyándose en la información de los estudios base para la ejecución de este componente recogerá información de campo, la que incluirá como mínimo:
- Definición de actores sociales relevantes para el proyecto: el consultor elaborará un directorio que incluya nombres, direcciones y cargos de los actores relevantes para el proyecto.
 - Una definición de las formas de organización locales y las correspondientes estructuras de información y decisión al interior de ellas.
 - Las estrategias principales de participación ciudadana de los grupos objetivos tanto para la preparación, concepción y ejecución de actividades, así como en los principales obstáculos que se encuentran para la implementación de las mismas.
 - Definición de los niveles adecuados de participación de los grupos objetivos a las actividades que desarrollan, las competencias y los roles que caracterizan a los actores sociales.
 - Análisis del entorno social de los grupos objetivos.

b) Convocará, organizará, evaluará y sistematizará las siguientes actividades, el número y periodicidad de las mismas se encuentra en el anexo A de estos términos de referencia:

Año 1:

- Trabajo de exploración y selección de los participantes de los distintos niveles de plataformas y comités de participación pública.
- Diseño de la estructura de soporte de participación para los proyectos definidos como pilotos.
- Taller para la presentación de estrategias, definición de asignaciones, acuerdos, compromisos y roles asumidos por los distintos actores.
- Implementación de los comités de soporte de los proyectos piloto.
- Talleres de diseño de criterios de evaluación, mecanismos de monitoreo con participación de los comités y plataforma institucionales.
- Talleres de encuentro para el rediseño de acciones. Intercambio de experiencias en el proceso de implementación de los proyectos piloto. Análisis de resultados alcanzados y enriquecimiento de aproximaciones a los problemas.

Año 2:

- Talleres para elaboración de Plan de Acciones del Programa del 2º año.
- Sistematización de los resultados por casos para la divulgación masiva.
- Mesas de trabajo para reconfigurar los comités de soporte institucional: Los Olivos y Callao.
- Refuerzo de las experiencias. Concertación con las estructuras institucionales, autoridades locales y metropolitanas para acciones de mejoramiento del programa.

Año 3:

- Selección de casos para réplica de experiencias.
- Talleres de capacitación a nuevas organizaciones de soporte institucional por los actores de los proyectos piloto.

Año 4:

- Integración de experiencias, gestión de políticas nacionales y locales.
- Gestión de proyectos de acción más amplia con participación pública.
- Evaluación de avances en políticas institucionales.
- Evaluación general de los 4 años del programa de promoción.

c) Desarrollará una matriz de monitoreo para el seguimiento de grupos objetivos, analizando los resultados del programa de participación ciudadana, los procesos principales, el impacto producido y las características el contexto social.

PARTE IV Los requerimientos del programa de participación ciudadana: plazos, Informes y descripción de productos esperados claves.

a) El Consultor elaborará informes trimestrales que contengan:

- Lista de actividades realizadas, de acuerdo al plan de trabajo
- Actas de reuniones llevadas a cabo indicando numero y procedencia de participantes y actores sociales.
- Una evaluación de los niveles de participación (acuerdos alcanzados, compromisos, etc.) de los grupos objetivos para la promoción del uso de la bicicleta.
- Una actualización y señalamiento de los ajustes necesarios al programa
- Costos estimados por trimestre de la implementación del programa, de acuerdo al contrato.

b) el consultor elaborará un informe anual con el consolidado de los informes trimestrales y una evaluación general y recomendaciones para un mejor desempeño del programa durante el período siguiente.

Duración del trabajo: 4 años

PARTE V - ADMINISTRACION DEL CONTRATO

Supervisión de los trabajos. La entidad contratante designará al supervisor de este contrato, el cual garantizará el cumplimiento de estos términos de referencia y el alcance de los objetivos que busca la entidad con esta consultoría.

La entidad contratante entregará al consultor el estudio base denominado "Diseño de las estrategias del programa Promoción del uso de la bicicleta" para la ejecución del presente trabajo dentro del plazo establecido.

Plazo. Los trabajos tendrán una duración de cuatro años contados a partir del Acta de iniciación o de la orden de iniciación.

La consultoría se realizará de conformidad con las normas del Banco Mundial para la selección de consultores.

Forma De Pago.

El pago de la Consultoría se realizará contra entregas parciales de los informes trimestrales y recibo a satisfacción por parte de la entidad contratante.

(Ejemplo)

Anticipo	20% del total contrato anual
Recibo Primer Informe trimestral (contrato como amortización del adelanto)	100% del monto del recibo (menos 5% del contrato como amortización del adelanto)

Recibo segundo informe trimestral (menos 5% del contrato como amortización del adelanto)	100% del monto del recibo
---	---------------------------

Recibo tercer informe trimestral (menos 5% del contrato como amortización del adelanto)	100% del monto del recibo
--	---------------------------

Recibo cuarto informe trimestral (menos 5% del contrato como amortización del adelanto)	100% del monto del recibo
--	---------------------------

REQUISITOS DEL PERSONAL PROFESIONAL Y SU ASIGNACION PARA LA EJECUCION DE LOS TRABAJOS.

El equipo clave de la firma Consultora para el desarrollo del trabajo deberá contar como mínimo:

Director,
Especialista en organización de eventos
Experto en dinámica de grupos de probada experiencia.

Director

El Director deberá ser un sociólogo o antropólogo con experiencia en procesos de participación ciudadana.

Especialista en organización de eventos

Psicólogo(a) o educador(a), especialista en el área de organización y sistematización de talleres, con experiencia no menor de 5 años.

Especialista en Dinámica de grupos

Profesional en comunicaciones o área afín con experiencia probada en conducción de grupos y desarrollo de dinámicas grupales participativas.

ELABORACION DE LA PROPUESTA

El consultor deberá mostrar como realizar los trabajos dentro del plazo requerido por la Administración.

En su propuesta se debe plasmar el enfoque que se propone para la ejecución del trabajo, las actividades que ejecutará y los métodos que empleará para llevar a cabo cada una de ellas. Será importante los aportes o nuevas ideas que conlleven al éxito del trabajo. De otro lado debe prever el manejo de los insumos necesarios para el inicio de sus actividades.

El consultor deberá preparar un Plan de Trabajo y su metodología. Es necesario incorporar un elaborado cronograma de trabajo y el organigrama logístico que se debe plantear para llevar a cabo los alcances del proyecto, según las actividades planteadas, considerando el personal y equipos necesarios para cumplir con las labores solicitadas en el tiempo estipulado.

Se presentará la asignación y dedicación del personal profesional para cada actividad del proyecto, su organización administrativa y técnica que mantendrá a lo largo del proyecto. De otro lado deberá mostrar como será la interacción de su equipo de trabajo.

La elaboración de la propuesta financiera deberá incluir costos separados por ítems y actividades, señalando las características técnicas de los productos ofrecidos. Se señalará también los coeficientes de descuento aplicados por producción conjunta y volumen de materiales en el caso de materiales o productos que atiendan a más de un programa y/o proyecto.

Anexo A

11.2.2

TERMINOS DE REFERENCIA PARA LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE EDUCATIVO DE LA CAMPAÑA PROMOCION DEL USO DE LA BICICLETA DEL PMTU

PROYECTO MEJORAMIENTO DEL TRANSPORTE URBANO GEF

INTRODUCCIÓN

PARTE I - Antecedentes - describe el contexto de la campaña de promoción del uso de la bicicleta

PARTE II – Objetivos del Proyecto - define los objetivos generales y específicos del programa/ proyecto integrante de la campaña de promoción del uso de la bicicleta.

PARTE III - Alcance de Trabajo - describe las actividades básicas propuestas para implementar el subcomponente (programa o proyecto) de la campaña Promoción del Uso de la Bicicleta

PARTE IV - Los requerimientos del programa: plazos, Informes y descripción de productos esperados claves.

PARTE V - La Administración del contrato - describe las responsabilidades de la agencia en el programa y plantea los procedimientos para el seguimiento de un consultor.

PARTE I. ANTECEDENTES

A mediados del año 2000, diversas instituciones públicas nacionales, gobiernos locales y de la sociedad civil promovieron, con el apoyo del Banco Mundial, una iniciativa orientada a mejorar el transporte público en Lima y Callao y que fue puesta a consideración del Fondo para el Ambiente Mundial (GEF, en inglés); atendiendo esta solicitud el GEF aprobó la donación de los fondos correspondientes a la fase de actividades preparatorias (estudios y consultorías) y posteriormente la donación principal bajo al cual será financiado el presente trabajo. Por otro lado, la Municipalidad Metropolitana de Lima (MML) conjuntamente con el BM y el BID vienen trabajando en la formulación de un préstamo para mejorar la situación del transporte urbano y cuya actividad

principal será desarrollar un sistema de transporte público masivo, rápido y eficiente, cuya aprobación se espera concretar en un plazo breve.

Así, el conjunto de actividades financiados tanto por la donación principal del GEF como por el préstamo del BM-BID son complementarias y constituyen la base del programa “Mejoramiento del Transporte Urbano en Lima-Callao”; el crédito del BM-BID cubrirá la parte de inversión más intensiva (infraestructura para los buses) y los recursos del GEF se orientarán a las actividades necesarias que aseguren el éxito del proyecto BM-BID y a la vez tenga impacto en la reducción de emisiones de gases efecto invernadero.

El Programa “Mejoramiento del Transporte Urbano en Lima-Callao” promueve un sistema de transporte urbano, eficiente, multimodal y orientado a beneficiar a los más pobres. Su objetivo principal es mejorar el transporte público y además busca:
Reducir la contaminación local - del aire y del ruido -, y contaminación global, específicamente las emisiones de gases efecto invernadero
Reforzar el marco legal e institucional para asegurar el sostenimiento de las medidas a implementar.

Para lograr estos objetivos, el programa se enfoca en crear cambios en el comportamiento en los patrones de transporte y movilidad de los usuarios, facilitando el transporte intermodal y mejorando el atractivo del transporte público y del no-motorizado mediante la implementación de vías segregadas para buses, ciclovías seguras y mejores facilidades para los peatones.

Las actividades que han sido financiadas por el PDF-B abarcan cuatro áreas:

- a- Transporte Público: diseño de estrategias para: (i) desguace de vehículos obsoletos del transporte público con la asistencia algún incentivo, y (ii) fomentar la activa participación de los usuarios, gremios, transportistas individuales, ONG, y otros en la tarea de hacer más atractivo el transporte público, a través de talleres y focus groups.
- b- Transporte No Motorizado: llevar a cabo: (i) consultas y focus groups para identificar las barreras y oportunidades para elevar el nivel de uso de las bicicletas, (ii) diseño de ingeniería de las mejoras físicas y la extensión de las ciclovías existentes, (iii) el diseño de una campaña de promoción para elevar el nivel de uso de la bicicleta, y (iv) el diseño de un plan de acción para relanzar el actual sistema de micro créditos para adquirir bicicletas denominado “Plan Bici”.
El ítem (iii) señala el marco dentro del cual se ejecutará el presente trabajo (programa o proyecto), constituyendo un componente de la campaña de promoción de uso de la bicicleta.
- c- Diseño de un programa de reforzamiento institucional y construcción de capacidades de las instituciones involucradas en el programa.
- d- Preparación de un manual de operación y monitoreo del programa

Las actividades que serán financiadas por el PDF – C o fase de implementación del proyecto son las siguientes:

- a) Desguace de vehículos de transporte público
- b) Mejora y construcción de ciclovías
- c) Fortalecimiento institucional
- d) Relanzamiento del Plan Bici
- e) Programa Promoción del uso de la bicicleta

La entidad ejecutora del proyecto GEF PDF – C es el Fondo Nacional del Ambiente (FONAM) que fue creado por Ley del Congreso como una institución de derecho privado para lograr un financiamiento fluido y consistente para los proyectos ambientales prioritarios ambientales de manera de contribuir al desarrollo sostenible del país, es la encargada de administrar los recursos

del PDF-C y la que convoca al proceso de selección de consultores para la realización del presente trabajo.

PARTE II – Objetivos del Programa - define los objetivos generales y específicos del Programa Educativo integrante de la campaña de promoción del uso de la bicicleta.

Objetivo General

Promover el uso de la bicicleta en los centros educativos propiciando prácticas novedosas y exitosas mediante compromiso de autoridades educativas, docentes, escolares y padres de familia.

Objetivos específicos:

- Revertir la situación de peligro e inseguridad a través de la innovación.
- Recuperación de los espacios públicos (ornato, arborización, murales)
- Inserción en la curricula escolar de contenidos vinculados al uso de la bicicleta. en diferentes áreas de aprendizaje, tanto de primaria como de secundaria como vehículo de transporte, y como un elemento significativo capaz de motivar, reforzar y canalizar aprendizajes integrales en niños y adolescentes
- Propiciar la organización y concertación de los diferentes actores de la comunidad educativa para lograr ejecutar acciones que conllevan a una mejor calidad de vida y al desarrollo sostenible, mediante campañas de uso de la bicicleta.

PARTE III - Alcance de Trabajo - describe las actividades básicas propuestas para implementar el programa educativo de la campaña Promoción del Uso de la Bicicleta.

El consultor, de acuerdo al cronograma adjunto en el anexo A, organizará, convocará y sistematizará las siguientes actividades:

- Talleres de capacitación para incorporación de la temática de la bicicleta en las actividades de aprendizaje de inicial, primaria y secundaria.
- Elaboración de guías didácticas.
- Diseño y ejecución para incorporar en el área de gestión y procesos productivos "Talleres de bicicletas para micro-empresarios juveniles"
- Elaboración de guía metodológica.
- Implementación de clínicas de bicicletas en los centros educativos.
- Campaña de incorporación a los padres de familia
- Propondrá las estrategias requeridas para la expansión de las experiencias pilotos y el programa educativo. En base a criterios de factibilidad, costo beneficio e impacto positivo.
- Cabildeo con las autoridades educativas para expandir la experiencia en otras zonas de intervención
- Sistematización de la experiencia.

PARTE IV

Los requerimientos del programa de educación: plazos, Informes y descripción de productos esperados claves.

- A partir del inicio de los trabajos, el consultor presentará informes consolidados del trabajo realizado con una frecuencia trimestral.
- El consultor presentará un informe anual con el consolidado de los informes trimestrales.

PARTE V –

La Administración del subcomponente - describe las responsabilidades de la agencia en el programa y plantea los procedimientos para el seguimiento de un consultor

La entidad contratante designará un supervisor de los trabajos objeto de estos términos de referencia.

La entidad contratante designará al supervisor de este contrato, el cual garantizará el cumplimiento de estos términos de referencia y el alcance de los objetivos que busca la entidad con esta consultoría.

A la firma del contrato, la entidad contratante entregará al consultor el estudio base denominado “Diseño de las estrategias del programa Promoción del Uso de la bicicleta” para la ejecución del presente trabajo dentro del plazo establecido.

Plazo. El Estudio tendrá una duración de tres años contados a partir del Acta de iniciación o de la orden de iniciación.

REQUISITOS DEL PERSONAL PROFESIONAL Y SU ASIGNACION PARA LA EJECUCION DE LOS TRABAJOS.

El equipo clave de la firma Consultora para el desarrollo del trabajo deberá contar como mínimo:

1. Director, Pedagogo con experiencia no menor a cinco años.
2. Especialista en materiales educativos
3. Psicólogo con especialidad en psicología social o educativa.

11.2.3

TERMINOS DE REFERENCIA PARA LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE COMUNICACIONES DE LA CAMPAÑA PROMOCION DEL USO DE LA BICICLETA DEL PMTU

PROYECTO MEJORAMIENTO DEL TRANSPORTE URBANO (PMTU) GEF

INTRODUCCIÓN

PARTE I - Antecedentes - describe el contexto de la campaña de promoción del uso de la bicicleta

PARTE II – Objetivos del Proyecto - define los objetivos generales y específicos del programa DE COMUNICACIONES integrante de la campaña de promoción del uso de la bicicleta.

PARTE III - Alcance de Trabajo - describe las actividades básicas propuestas para implementar el subcomponente (programa DE COMUNICACIONES) de la campaña Promoción del Uso de la Bicicleta

PARTE IV - Los requerimientos del programa de comunicaciones: plazos, Informes y descripción de productos esperados claves.

PARTE V - La Administración del subcomponente - describe las responsabilidades de la agencia en el programa de comunicaciones y plantea los procedimientos para el seguimiento de un consultor.

PARTE I. ANTECEDENTES

A mediados del año 2000, diversas instituciones públicas nacionales, gobiernos locales y de la sociedad civil promovieron, con el apoyo del Banco Mundial, una iniciativa orientada a mejorar el transporte público en Lima y Callao y que fue puesta a consideración del Fondo para el Ambiente Mundial (GEF, en inglés); atendiendo esta solicitud el GEF aprobó la donación de los fondos correspondientes a la fase de actividades preparatorias (estudios y consultorías) y posteriormente la donación principal bajo al cual será financiado el presente trabajo. Por otro lado, la Municipalidad Metropolitana de Lima (MML) conjuntamente con el BM y el BID vienen trabajando en la formulación de un préstamo para mejorar la situación del transporte urbano y cuya actividad principal será desarrollar un sistema de transporte público masivo, rápido y eficiente, cuya aprobación se espera concretar en un plazo breve.

Así, el conjunto de actividades financiados tanto por la donación principal del GEF como por el préstamo del BM-BID son complementarias y constituyen la base del programa “Mejoramiento del Transporte Urbano en Lima-Callao”; el crédito del BM-BID cubrirá la parte de inversión más intensiva (infraestructura para los buses) y los recursos del GEF se orientarán a las actividades necesarias que aseguren el éxito del proyecto BM-BID y a la vez tenga impacto en la reducción de emisiones de gases efecto invernadero.

El Programa “Mejoramiento del Transporte Urbano en Lima-Callao” promueve un sistema de transporte urbano, eficiente, multimodal y orientado a beneficiar a los más pobres. Su objetivo principal es mejorar el transporte público y además busca:
Reducir la contaminación local - del aire y del ruido -, y la contaminación global, específicamente las emisiones de gases efecto invernadero
Reforzar el marco legal e institucional para asegurar el sostenimiento de las medidas a implementar.

Para lograr estos objetivos, el programa se enfoca en crear cambios en el comportamiento en los patrones de transporte y movilidad de los usuarios, facilitando el transporte intermodal y mejorando el atractivo del transporte público y del no-motorizado mediante la implementación de vías segregadas para buses, ciclovías seguras y mejores facilidades para los peatones.

Las actividades que han sido financiadas por el PDF-B abarcan cuatro áreas:

a- Transporte Público: diseño de estrategias para: (i) desguace de vehículos obsoletos del transporte público con la asistencia algún incentivo, y (ii) fomentar la activa participación de los usuarios, gremios, transportistas individuales, ONGs, y otros en la tarea de hacer más atractivo el transporte público, a través de talleres y focus groups.

b- Transporte No Motorizado: llevar a cabo: (i) consultas y focus groups para identificar las barreras y oportunidades para elevar el nivel de uso de las bicicletas, (ii) diseño de ingeniería de las mejoras físicas y la extensión de las ciclovías existentes, (iii) el diseño de una campaña de promoción para elevar el nivel de uso de la bicicleta, y (iv) el diseño de un plan de acción para relanzar el actual sistema de micro créditos para adquirir bicicletas denominado “Plan Bici”.
El ítem (iii) señala el marco dentro del cual se ejecutará el presente trabajo (programa o proyecto), constituyendo un componente de la campaña de promoción de uso de la bicicleta.

c- Diseño de un programa de reforzamiento institucional y construcción de capacidades de las instituciones involucradas en el programa.

d- Preparación de un manual de operación y monitoreo del programa

Las actividades que serán financiadas por el PDF – C o fase de implementación del proyecto son las siguientes:

18.1 Desguace de vehículos de transporte público

18.2 Mejora y construcción de ciclovías

- 18.3 Fortalecimiento institucional
- 18.4 Relanzamiento del Plan Bici
- 18.5 Programa Promoción del uso de la bicicleta

La entidad ejecutora del proyecto GEF PDF – C es el Fondo Nacional del Ambiente (FONAM) que fue creado por Ley del Congreso como una institución de derecho privado para lograr un financiamiento fluido y consistente para los proyectos ambientales prioritarios ambientales de manera de contribuir al desarrollo sostenible del país, es la encargada de administrar los recursos del PDF-C y la que convoca al proceso de selección de consultores para la realización del presente trabajo.

PARTE II – Objetivos del Proyecto - define los objetivos generales y específicos del programa DE COMUNICACIONES integrante de la campaña de promoción del uso de la bicicleta.

Objetivos Generales:

- Sensibilizar a la opinión pública para que valore la imagen de la bicicleta de uso cotidiano y de los ciclistas.
- Contribuir a incrementar el uso de la bicicleta en el área del proyecto.

Objetivos Específicos:

Elaborar mensajes atractivos que sensibilicen y motiven, así como otros diferenciados de acuerdo a cada público.

Lograr un impacto focalizado, a través del trabajo interpersonal con los grupos objetivos, que permita luego que estas experiencias se puedan mostrar y difundir.

Utilizar medios eficaces y económicos para la divulgación de los mensajes.

Incorporar acciones educativas que refuercen los mensajes y que contribuyan a un posible cambio de conductas.

Buscar profesionales y espacios “aliados” en los medios de comunicación.

c) PARTE III - Alcance de Trabajo - describe las actividades básicas propuestas para implementar el programa de comunicaciones) de la campaña Promoción del Uso de la Bicicleta

a) En su propuesta el consultor propondrá una estrategia de coordinación con los responsables de los otros componentes de la campaña de promoción para asegurar y definir las características y tiempos de entrega de los productos comunicacionales solicitados en estos términos de referencia.

b) Durante la fase de ejecución de la campaña de promoción, el consultor coordinará con los responsables de los otros subcomponentes de la campaña de promoción, el orden y jerarquía de las necesidades que presentan los otros programas, proyectos y actividades masivas con relación a los productos comunicacionales solicitados en estos términos de referencia.

c) El consultor propondrá las formas más eficientes de elaboración de los materiales y organización de las actividades solicitadas en estos términos de referencia, atendiendo a criterios de costo beneficio, intensidad de mano obra utilizada y subcontratación de pequeñas empresas y grupos culturales residentes en el área de ejecución del proyecto.

d) de acuerdo a los criterios señalados en los puntos anteriores el consultor elaborará / organizara e implementará los siguientes productos comunicacionales y actividades

Actividad 1

Nombre de la Actividad: Diseño de logo y slogan.

Descripción: Diseño del logo que identificará a todos los programas y proyectos. Creación de varios slogans relacionados a las subcampañas y eventos.

Duración: 1 mes.

Fecha: Primer trimestre del primer año.

Participantes: Diseñadores y creativos de la ONG o empresa de comunicaciones.

Organizador: ONG o empresa de comunicaciones.

Recursos: Papel, tintas.

Actividad 2

Nombre de la Actividad: Confección de Material Promocional

Descripción: Confección de gorros y polos.

Diseño de autoadhesivos. Sachets con bloqueador para mujeres ciclistas.

Este material se repartirá en los diferentes eventos que se organicen, y en otros puntos del área seleccionada.

Duración: 2 meses

Fecha: Primer trimestre del primer año.

Localización: Diferentes puntos donde se realicen actividades.

Participantes: ONG o empresa de comunicaciones y público en general.

Organizador: ONG o empresa de comunicaciones.

Recursos: tela, papel especial, bloqueador solar.

Actividad 3

Nombre de la Actividad: Directorio de Comunicadores Aliados

Descripción: Actualización del directorio básico de comunicadores de los diferentes medios de comunicación con los que se podría establecer contactos.

Duración: 1 mes

Fecha: Segundo trimestre del primer año.

Participantes: Comunicadores que trabajan en los diferentes medios.

Organizador: ONG o empresa de comunicaciones.

Recursos: Banco de datos, teléfono, correo electrónico.

Actividad 4

Nombre de la Actividad: Contacto con Comunicadores

Descripción: Contacto a través del correo electrónico con los diferentes medios y comunicadores seleccionados. Realizar entrevistas personales para explicarles sobre el programa.

Duración: 9 meses

Fecha: Segundo, tercer y cuarto trimestre del primer año.

Participantes: Comunicadores sociales.

Organizador: ONG o empresa de comunicaciones.

Recursos: Correo electrónico

Actividad 5

Nombre de la Actividad: Instalación y Mantenimiento de la Página Web

Descripción: Diseño de la página web, instalación.

Duración: Dos meses (instalación).

Fecha: Segundo trimestre del primer año.

Participantes: Periodista, diseñador.

Organizador: ONG o empresa de comunicaciones.

Recursos: Información, diseño.

Actividad 6

Nombre de la Actividad: Afiche y Autoadhesivo de la Página Web

Descripción: Diseño de afiche y autoadhesivo que se pegarán en las cabinas de INTERNET dentro de las zonas de trabajo.

Duración: Dos meses.

Fecha: Segundo trimestre del primer año.

Participantes: Diseñador, personas encargadas de la pegatina.

Organizador: ONG o empresa de comunicaciones.

Recursos: Papel, papel adhesivo, tintas, impresión.

Actividad 7

Nombre de la Actividad: Elaboración del Jingle

Descripción: Letra y música que caracterizan a todo el Programa. Se graba y se usa sobretodo en los spots radiales, pero también se puede difundir en los eventos.

Duración: Un mes.

Fecha: Segundo trimestre del primer año.

Participantes: Músicos.

Organizador: ONG o empresa de comunicaciones.

Recursos: Cabina radial, musicalización., CD, cassettes.

Actividad 8

Nombre de la Actividad: Elaboración de Folletos

Descripción: Redacción e impresión de una Guía para el uso de las ciclovías (1,000 ejemplares) y de un Mapa de rutas para los ciclistas (5,000 ejemplares).

Duración: Dos meses.

Fecha: Tercer trimestre del primer año.

Participantes: Redactores.

Organizador: ONG o empresa de comunicaciones.

Recursos: Diseño, papel, tintas, impresión.

Actividad 9

Nombre de la Actividad: Elaboración de Materiales Educativos

Descripción: Producción de tres obras de teatro (Una dirigida al público en general / otra dirigida a las mujeres / otra para niños).

Estas obras deben ser de tipo callejero: Con una escenografía movable y simple, con música y colorido, que se pueda presentar en calles, locales abiertos, colegios, etc.

Producción de tres historietas (Una para el público en general / otra dirigida a los niños y niñas/ otra para las mujeres). 1,000 ejemplares por historieta.

Realización de cuatro videos de 10 minutos cada uno que se puedan usar para motivar el debate: Videodebate para trabajar con grupos específicos. Uno de ellos que desarrolle los problemas ligados al tema de género).

Duración: Cuatro meses

Fecha: Tercer y cuarto trimestre del primer año.

Participantes: Dramaturgo, escritor, guionistas.

Organizador: ONG o empresa de comunicaciones.

Recursos: Grupo teatral, diseño, papel, tinta, impresión, editora, cámara y cintas de video.

Actividad 10

Nombre de la Actividad: Producción de Murales

Descripción: Diseño y producción de murales en las áreas de trabajo. Con forma figurativa que permita transmitir un mensaje claro relacionado al uso de la bicicleta. Se consideran 23 murales en total.

Duración: 14 meses.

Fecha: Tercer y cuarto trimestre del primer año.

Primer al cuarto trimestre del segundo año.

Primer al cuarto trimestre del tercer año.

Primer al cuarto trimestre del cuarto año.

Participantes: Artistas plásticos, grupos objetivos con los que se trabaja.

Organizador: ONG o empresa de comunicaciones.

Recursos: Muros, pintura y/o mayólica, diseño, mano de obra.

Actividad 11

Nombre de la Actividad: Elaboración y transmisión de Spots Radiales

Descripción: Producción de los mensajes radiales que publiciten los eventos del programa general. Para ello se utiliza el jingle. Se contratan los espacios en dos de las radios más sintonizadas en la zona.

Se está considerando publicitar dos eventos por año. Frecuencia: 6 spot por día, durante cinco días.

Duración: medio mes.

Fecha: Tercer trimestre del primer año.

Tercer trimestre del segundo año.

Tercer trimestre del tercer año.

Tercer trimestre del cuarto año.

Participantes: Especialista en radio, público en general.

Organizador: ONG o empresa de comunicaciones.

Recursos: Cabina de grabación, jingle, CD, cassettes.

Actividad 12

Nombre de la Actividad: Diseño de Paneles

Descripción: Colocación de paneles publicitarios en sitios clave con contenidos de tipo explicativo.

Se consideran 24 en total.

Duración: 4 meses.

Fecha: Tercer trimestre del primer año.

Segundo trimestre del segundo año.

Segundo trimestre del tercer año.

Segundo trimestre del cuarto año.

Localización: Junto a los estacionamientos para bicicletas en los diferentes locales con los que se trabaja, y en otros puntos visibles que se considere.

Participantes: Diseñador de paneles.

Organizador: ONG o empresa de comunicaciones.

Recursos: Diseño, madera, pinturas.

Actividad 13

Nombre de Actividad: Concursos de Graffiti

Descripción: Realización de dos concursos que premiarán la creatividad e ingenio de los graffiti que mejor expresen los contenidos referidos al uso de la bicicleta. La convocatoria sería para los universitarios pero se podría ampliar a los escolares de secundaria. Posteriormente esos graffiti se escribirían en los muros de las áreas seleccionadas.

Esta actividad Incluye la organización y convocatoria al concurso respectivo, los afiches y volantes para publicitarlo.

Duración: 6 meses.

Fecha: Primer trimestre del segundo año.

Primer trimestre del tercer año.

Localización: Universidades, colegios.

Participantes: Estudiantes.

Organizador: ONG o empresa de comunicaciones.

Recursos: Afiches, volantes, local para premiación, muros, spray.

Actividad 14

Nombre de la Actividad: Entrevistas en Prensa, Radio y Televisión

Descripción: A través de la relación con los comunicadores y programas aliados se conseguirían entrevistas en vivo para difundir los contenidos del Programa.

Duración: 21 meses.

Fecha: Cuarto trimestre del primer año.

Segundo y cuarto trimestre del segundo año.

Segundo y cuarto trimestre del tercer año.

Segundo y cuarto trimestre del cuarto año.

Participantes: Miembros de la plataforma, ejecutores del Programa, comunicadores aliados.

Organizador: ONG o empresa especialista en comunicaciones.

Recursos: Entrevistados y comunicadores.

Actividad 15

Nombre de la Actividad: Instalación de Periódicos Murales

Descripción: Instalar periódicos murales en los locales de las organizaciones seleccionadas, en un promedio de 4 por año.

Elaborar notas sobre el tema para incorporarlas en los periódicos murales que ya existen.

Duración: 12 meses.

Fecha: Primer trimestre del segundo año.

Primer, segundo, tercer y cuarto trimestre del tercer año.

Primer, segundo, tercer y cuarto trimestre del cuarto año.

Localización: Locales de instituciones.

Participación: Periodistas, miembros de organizaciones de base.

Organizador: ONG o empresa de comunicaciones.

Recursos: Maderas, corcho o tecnopor. Computadora, pinturas.

Actividad 16

Nombre de la Actividad: Cuadernillo con información

Descripción: Elaboración de cuadernillos con fotos y artículos que se mandan a los programas aliados, tres veces al año.

Duración: 21 meses

Fecha: Primer trimestre y cuarto trimestre del segundo año.

Primer trimestre y cuarto trimestre del tercer año.

Primer trimestre y cuarto trimestre del cuarto año.

Participantes: Periodista, comunicadores aliados.

Organizador: ONG o empresa especialista en comunicaciones.

Recursos: Entrevistas y testimonios, papel, tinta, fotos.

Actividad 17

Nombre de la Actividad: Videos Informativos

Descripción: Elaboración de microprogramas para transmitir en televisión que den cuenta de las actividades y avances del Programa. Se producirían 3 microprogramas anuales de 2 minutos cada uno.

Duración: 9 meses.

Fecha: Primer, tercer y cuarto trimestre del segundo año.

Primer, tercer y cuarto trimestre del tercer año.

Primer, tercer y cuarto trimestre del cuarto año.

Participantes: Videastas, canales de TV.

Organizador: ONG o empresa especialista en comunicaciones.
Recursos: Entrevistas y testimonios, cámara, editora, cassettes.

Actividad 18

Nombre de la Actividad: Taller de Sensibilización

Descripción: Se desarrollarán tres talleres al año con el objetivo de motivar la reflexión sobre los beneficios de la bicicleta y contribuir así a incrementar su uso. Serían un total de 12 talleres.

Estos talleres están incorporados a los otros del Programa de Participación.

Se propone que la duración de cada taller sea de un día. En ellos se utilizarían los materiales educativos producidos.

Contenidos sugeridos: Medio ambiente y bicicleta/ Salud y uso de la bicicleta / La bicicleta en otros países / Prevención de accidentes / Prejuicios en el uso de la bicicleta / Utilidad de la bicicleta.

Los contenidos deben adaptarse o variarse de acuerdo a cada grupo objetivo.

Duración: 12 días.

Fecha:

Participantes : Grupos objetivos, facilitadores.

Organizador: ONG o empresa especialista en comunicaciones.

Recursos: Local acondicionado, materiales de trabajo.

Actividad 19

Nombre de Actividad: Sistematización de la Experiencia de Comunicaciones

Descripción: Documento de análisis del trabajo de comunicaciones para ver si se cumple con lo establecido y plantear las modificaciones en caso de ser necesario.

Duración: 2 meses.

Fecha: Cuarto trimestre del segundo año.

Cuarto trimestre del tercer año.

Participantes: Comunicadores de la ONG ejecutora.

Organizador: ONG o empresa especialista en comunicaciones.

PARTE IV - Los requerimientos del programa de comunicaciones: plazos, Informes y descripción de productos esperados claves.

a) El Consultor elaborará informes trimestrales que contengan:

- Lista de actividades realizadas, de acuerdo al plan de trabajo
- Actas de reuniones llevadas a cabo indicando numero y procedencia de participantes y actores sociales.
- Una evaluación de los niveles de participación (acuerdos alcanzados, compromisos, etc.) de los grupos objetivos para la promoción del uso de la bicicleta.
- Una actualización y señalamiento de los ajustes necesarios al programa
- Costos estimados por trimestre de la implementación del programa, de acuerdo al contrato.

b) el consultor elaborará un informe anual con el consolidado de los informes trimestrales y una evaluación general y recomendaciones para un mejor desempeño del programa durante el período siguiente.

Duración del trabajo: 4 años

PARTE V - ADMINISTRACION DEL CONTRATO

Supervisión de los trabajos. La entidad contratante designará al supervisor de este contrato, el cual garantizará el cumplimiento de estos términos de referencia y el alcance de los objetivos que busca la entidad con esta consultoría.

La entidad contratante entregará al consultor el estudio base denominado "Diseño de las estrategias del programa Promoción del uso de la bicicleta" para la ejecución del presente trabajo dentro del plazo establecido.

Plazo. Los trabajos tendrán una duración de cuatro años contados a partir del Acta de iniciación o de la orden de iniciación.

La consultoría se realizará de conformidad con las normas del Banco Mundial para la selección de consultores.

Forma De Pago.

El pago de la Consultoría se realizará contra entregas parciales de los informes trimestrales y recibo a satisfacción por parte de la entidad contratante.

(Ejemplo)

Anticipo	20% del total contrato anual
Recibo Primer Informe trimestral (contrato como amortización del adelanto)	100% del monto del recibo (menos 5% del contrato como amortización del adelanto)

Recibo segundo informe trimestral (menos 5% del contrato como amortización del adelanto)	100% del monto del recibo
---	---------------------------

Recibo tercer informe trimestral (menos 5% del contrato como amortización del adelanto)	100% del monto del recibo
--	---------------------------

Recibo cuarto informe trimestral (menos 5% del contrato como amortización del adelanto)	100% del monto del recibo
--	---------------------------

REQUISITOS DEL PERSONAL PROFESIONAL Y SU ASIGNACION PARA LA EJECUCION DE LOS TRABAJOS.

El equipo clave de la firma Consultora para el desarrollo del trabajo deberá contar como mínimo:

- 1 Director, comunicador, Con experiencia en campañas de difusión masiva
- 2 Comunicador, especialista en medios impresos y visuales
- 3 Periodista, especialista en producción de materiales.

ELABORACION DE LA PROPUESTA

El consultor deberá mostrar como realizar los trabajos dentro del plazo requerido por la Administración.

En su propuesta se debe plasmar el enfoque que se propone para la ejecución del trabajo, las actividades que ejecutará y los métodos que empleará para llevar a cabo cada una de ellas. Será importante los aportes o nuevas ideas que conlleven al éxito del trabajo. De otro lado debe prever el manejo de los insumos necesarios para el inicio de sus actividades.

El consultor deberá preparar un Plan de Trabajo y su metodología. Es necesario incorporar un elaborado cronograma de trabajo y el organigrama logístico que se debe plantear para llevar a cabo los alcances del proyecto, según las actividades planteadas, considerando el personal y equipos necesarios para cumplir con las labores solicitadas en el tiempo estipulado.

Se presentará la asignación y dedicación del personal profesional para cada actividad del proyecto, su organización administrativa y técnica que mantendrá a lo largo del proyecto. De otro lado deberá mostrar como será la interacción de su equipo de trabajo.

11.2.4

TERMINOS DE REFERENCIA PARA LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA PARA EMPRESAS DE LA CAMPAÑA PROMOCION DEL USO DE LA BICICLETA DEL PMTU

PARTE I - Antecedentes - describe el contexto de la campaña de promoción del uso de la bicicleta

A mediados del año 2000, diversas instituciones públicas nacionales, gobiernos locales y de la sociedad civil promovieron, con el apoyo del Banco Mundial, una iniciativa orientada a mejorar el transporte público en Lima y Callao y que fue puesta a consideración del Fondo para el Ambiente Mundial (GEF, en inglés); atendiendo esta solicitud el GEF aprobó la donación de los fondos correspondientes a la fase de actividades preparatorias (estudios y consultorías) y posteriormente la donación principal bajo al cual será financiado el presente trabajo. Por otro lado, la Municipalidad Metropolitana de Lima (MML) conjuntamente con el BM y el BID vienen trabajando en la formulación de un préstamo para mejorar la situación del transporte urbano y cuya actividad principal será desarrollar un sistema de transporte público masivo, rápido y eficiente, cuya aprobación se espera concretar en un plazo breve.

Así, el conjunto de actividades financiados tanto por la donación principal del GEF como por el préstamo del BM-BID son complementarias y constituyen la base del programa "Mejoramiento del Transporte Urbano en Lima-Callao"; el crédito del BM-BID cubrirá la parte de inversión más intensiva (infraestructura para los buses) y los recursos del GEF se orientarán a las actividades necesarias que aseguren el éxito del proyecto BM-BID y a la vez tenga impacto en la reducción de emisiones de gases efecto invernadero.

El Programa "Mejoramiento del Transporte Urbano en Lima-Callao" promueve un sistema de transporte urbano, eficiente, multimodal y orientado a beneficiar a los más pobres. Su objetivo principal es mejorar el transporte público y además busca:
Reducir la contaminación local - del aire y del ruido -, y la contaminación global, específicamente las emisiones de gases efecto invernadero
Reforzar el marco legal e institucional para asegurar el sostenimiento de las medidas a implementar.

Para lograr estos objetivos, el programa se enfoca en crear cambios en el comportamiento en los patrones de transporte y movilidad de los usuarios, facilitando el transporte intermodal y mejorando el atractivo del transporte público y del no-motorizado mediante la implementación de vías segregadas para buses, ciclovías seguras y mejores facilidades para los peatones.

Las actividades que han sido financiadas por el PDF-B abarcan cuatro áreas:

a- Transporte Público: diseño de estrategias para: (i) desguace de vehículos obsoletos del transporte público con la asistencia algún incentivo, y (ii) fomentar la activa participación de los usuarios, gremios, transportistas individuales, ONGs, y otros en la tarea de hacer más atractivo el transporte público, a través de talleres y focus groups.

b- Transporte No Motorizado: llevar a cabo: (i) consultas y focus groups para identificar las barreras y oportunidades para elevar el nivel de uso de las bicicletas, (ii) diseño de ingeniería de las mejoras físicas y la extensión de las ciclovías existentes, (iii) el diseño de una campaña de promoción para elevar el nivel de uso de la bicicleta, y (iv) el diseño de un plan de acción para relanzar el actual sistema de micro créditos para adquirir bicicletas denominado "Plan Bici".

El ítem (iii) señala el marco dentro del cual se ejecutará el presente trabajo (programa o proyecto), constituyendo un componente de la campaña de promoción de uso de la bicicleta.

c- Diseño de un programa de reforzamiento institucional y construcción de capacidades de las instituciones involucradas en el programa.

d- Preparación de un manual de operación y monitoreo del programa

Las actividades que serán financiadas por el PDF – C o fase de implementación del proyecto son las siguientes:

18.1 Desguace de vehículos de transporte público

18.2 Mejora y construcción de ciclovías

18.3 Fortalecimiento institucional

18.4 Relanzamiento del Plan Bici

18.5 Programa Promoción del uso de la bicicleta

La entidad ejecutora del proyecto GEF PDF – C es el Fondo Nacional del Ambiente (FONAM) que fue creado por Ley del Congreso como una institución de derecho privado para lograr un financiamiento fluido y consistente para los proyectos ambientales prioritarios ambientales de manera de contribuir al desarrollo sostenible del país, es la encargada de administrar los recursos del PDF-C y la que convoca al proceso de selección de consultores para la realización del presente trabajo.

PARTE II – Objetivos del Proyecto - define los objetivos generales y específicos del programa de empresas, integrante de la campaña de promoción del uso de la bicicleta.

Objetivo general

El programa de promoción para empresas y movilidad sostenible apunta a desarrollar las ventajas comparativas del uso de bicicletas y triciclos en distintas áreas, definidas a partir de la naturaleza y características de cada empresa susceptible de ser involucrada en el programa.

Objetivos específicos

Incrementar el uso de bicicletas al interior de las empresas seleccionadas en el programa.

Duración del programa

2 años

c) PARTE III - Alcance de Trabajo - describe las actividades básicas propuestas para implementar el subcomponente (programa o proyecto) de la campaña Promoción del Uso de la Bicicleta

c.1) el consultor seleccionará y contactará en el primer año cuatro empresas ubicadas en el área del PMTU y en el segundo año seis empresas adicionales con las cuales firmará convenios de colaboración para la implementación del presente programa.

c.2) el consultor llevará a cabo las siguientes actividades:

c.2.1)- Diseño y distribución de manual sobre el ciclista y la bicicleta para empresas

c.2.2) Marketing directo a los diferentes segmentos dentro de la empresa,

c.2.3) Involucrar de manera activa a las empresas participantes en el programa para empresas Movilidad sostenible en las actividades centrales de la campaña de promoción.

Descripción de la actividad: Diseño e impresión de 5, 000 ejemplares del manual para empresas

El manual contendrá la siguiente información:

- Uso de las bicicletas y su relación y ventajas para los objetivos de la empresa:
- Características del ciclista
- Necesidades de infraestructura (estacionamientos / duchas) con ejemplos y diseños típicos de estas facilidades para los ciclistas en ámbitos laborales.
- Modelos típicos de bicicleta para diferentes usos.
- Las posibilidades de uso de triciclo con relación a la distribución de productos y servicios.

Descripción de actividad 2

Marketing directo a los diferentes segmentos dentro de la empresa.

Esta actividad combina la entrega de material promocional a 30 empresas candidatas a participar en el programa con la organización de las actividades sugeridas a continuación y cuyo diseño y confección se encuentran presupuestadas en el programa de comunicaciones (por razones obvias de economía de escala):

Sub actividades de marketing directo

Nombre de la Actividad: entrega de Folletos elaborados por el programa de comunicaciones.

Descripción: distribución de Folletos Guía para el uso de las ciclovías (1,000 ejemplares) y Mapa de rutas para los ciclistas (5,000 ejemplares).

Participantes: promotores.

Duración: 2 años.

Fecha: entregas semestrales a nuevas empresas participantes

Participantes: promotores del sistema de crédito o promotores ad hoc.

Organizador: Grupos ciclistas.

Recursos: bicicletas para la entrega.

Nombre de la Actividad: presentación de obras de teatro (ver actividad 9 del programa de comunicaciones)

Descripción: Presentación de tres obras de teatro (Una dirigida al público en general / otra dirigida a las mujeres / otra para niños).

Estas obras deben ser de tipo callejero: Con una escenografía móvil y simple, con música y colorido, que se pueda presentar en calles, locales abiertos, colegios, etc.

Duración 2 años

Fecha: 3 veces al año (celebración del día de la madre, día del padre y semana del festival de la bicicleta)

Participantes: grupos de teatro

Nombre de la actividad: entrega de 2 historietas (Una para el público en general y otra para las mujeres).

Descripción: entrega de historietas a trabajadores participantes de los eventos de la campaña de promoción.

Nombre de la actividad: Presentación de videos

Descripción: videos de 10 minutos cada uno que se puedan usar para motivar el debate:

Videodebate para trabajar con grupos específicos. Uno de ellos que desarrolle los problemas ligados al tema de género) .

Duración: 2 años (una vez por semestre)

Fecha: por definir

Participantes: promotores

Organizador: ONG o empresa de comunicaciones.

Recursos: Grupo teatral, diseño, papel, tinta, impresión, editora, cámara y cintas de video.
Número de presentaciones de teatro: 10 presentaciones
Distribución de historietas: Número de historietas 2,000
Presentación de Videos: 20 presentaciones

Descripción de actividad 3

Participación de las empresas en el conjunto de actividades de la campaña de promoción: las empresas participantes en el presente programa serán invitadas a participar y tomar parte activa de las actividades centrales de la campaña de promoción tales como bicicleteadas, festival de la bicicleta, paseos ciclistas entre otras.

El consultor coordinará estrechamente con el proyecto Mujeres y Transporte en lo concerniente a la participación de las mujeres trabajadoras de las empresas participantes en el programa.

PARTE IV - Los requerimientos del programa: plazos, Informes y descripción de productos esperados claves.

El consultor elaborará informes de avance de los trabajos con una periodicidad trimestral y un informe de consolidación anual.

Los informes contendrán:

- Lista de actividades realizadas, de acuerdo al plan de trabajo
- Actas de reuniones llevadas a cabo indicando numero y procedencia de participantes y actores sociales.
- Una evaluación de los niveles de participación (acuerdos alcanzados, compromisos, etc.) con las empresas y grupos de trabajadores para la promoción del uso de la bicicleta.
- Una actualización y señalamiento de los ajustes necesarios al programa
- Costos estimados por trimestre de la implementación del programa, de acuerdo al contrato.

b) el consultor elaborará un informe anual con el consolidado de los informes trimestrales y una evaluación general y recomendaciones para un mejor desempeño del programa durante el período siguiente.

PARTE V - La Administración del subcomponente - describe las responsabilidades de la agencia en el programa y plantea los procedimientos para el seguimiento de un consultor.

Supervisión de los trabajos. La entidad contratante designará al supervisor de este contrato, el cual garantizará el cumplimiento de estos términos de referencia y el alcance de los objetivos que busca la entidad con esta consultoría.

La entidad contratante entregará al consultor el estudio base denominado "Diseño de las estrategias del programa Promoción del uso de la bicicleta" para la ejecución del presente trabajo dentro del plazo establecido.

Plazo. Los trabajos tendrán una duración de dos años contados a partir del Acta de iniciación o de la orden de iniciación.

La consultoría se realizará de conformidad con las normas del Banco Mundial para la selección de consultores.

Forma De Pago.

El pago de la Consultoría se realizará contra entregas parciales de los informes trimestrales y recibo a satisfacción por parte de la entidad contratante.

(Ejemplo)

Anticipo	20% del total contrato anual
Recibo Primer Informe trimestral (contrato como amortización del adelanto)	100% del monto del recibo (menos 5% del contrato como amortización del adelanto)

Recibo segundo informe trimestral (menos 5% del contrato como amortización del adelanto)	100% del monto del recibo
---	---------------------------

Recibo tercer informe trimestral (menos 5% del contrato como amortización del adelanto)	100% del monto del recibo
--	---------------------------

Recibo cuarto informe trimestral (menos 5% del contrato como amortización del adelanto)	100% del monto del recibo
--	---------------------------

REQUISITOS DEL PERSONAL PROFESIONAL Y SU ASIGNACION PARA LA EJECUCION DE LOS TRABAJOS.

El equipo clave de la firma Consultora para el desarrollo del trabajo deberá contar como mínimo:

1. Director, especialista en recursos humanos
2. Comunicador o publicista, experto en marketing social
3. Sociólogo, con experiencia en relaciones laborales

11.2.5

TERMINOS DE REFERENCIA PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO PARA EMPRESAS “MOVILIDAD SOSTENIBLE” DE LA CAMPAÑA PROMOCION DEL USO DE LA BICICLETA DEL PMTU

PARTE I. ANTECEDENTES

A mediados del año 2000, diversas instituciones públicas nacionales, gobiernos locales y de la sociedad civil promovieron, con el apoyo del Banco Mundial, una iniciativa orientada a mejorar el transporte público en Lima y Callao y que fue puesta a consideración del Fondo para el Ambiente Mundial (GEF, en inglés); atendiendo esta solicitud el GEF aprobó la donación de los fondos correspondientes a la fase de actividades preparatorias (estudios y consultorías) y posteriormente la donación principal bajo al cual será financiado el presente trabajo. Por otro lado, la Municipalidad Metropolitana de Lima (MML) conjuntamente con el BM y el BID vienen trabajando en la formulación de un préstamo para mejorar la situación del transporte urbano y cuya actividad principal será desarrollar un sistema de transporte público masivo, rápido y eficiente, cuya aprobación se espera concretar en un plazo breve.

Así, el conjunto de actividades financiados tanto por la donación principal del GEF como por el préstamo del BM-BID son complementarias y constituyen la base del programa “Mejoramiento del Transporte Urbano en Lima-Callao”; el crédito del BM-BID cubrirá la parte de inversión más intensiva (infraestructura para los buses) y los recursos del GEF se orientarán a las actividades necesarias que aseguren el éxito del proyecto BM-BID y a la vez tenga impacto en la reducción de emisiones de gases efecto invernadero.

El Programa “Mejoramiento del Transporte Urbano en Lima-Callao” promueve un sistema de transporte urbano, eficiente, multimodal y orientado a beneficiar a los más pobres. Su objetivo principal es mejorar el transporte público y además busca:
Reducir la contaminación local - del aire y del ruido -, y la contaminación global, específicamente las emisiones de gases efecto invernadero
Reforzar el marco legal e institucional para asegurar el sostenimiento de las medidas a implementar.

Para lograr estos objetivos, el programa se enfoca en crear cambios en el comportamiento en los patrones de transporte y movilidad de los usuarios, facilitando el transporte intermodal y mejorando el atractivo del transporte público y del no-motorizado mediante la implementación de vías segregadas para buses, ciclovías seguras y mejores facilidades para los peatones.

Las actividades que han sido financiadas por el PDF-B abarcan cuatro áreas:

a- Transporte Público: diseño de estrategias para: (i) desguace de vehículos obsoletos del transporte público con la asistencia algún incentivo, y (ii) fomentar la activa participación de los usuarios, gremios, transportistas individuales, ONGs, y otros en la tarea de hacer más atractivo el transporte público, a través de talleres y focus groups.

b- Transporte No Motorizado: llevar a cabo: (i) consultas y focus groups para identificar las barreras y oportunidades para elevar el nivel de uso de las bicicletas, (ii) diseño de ingeniería de las mejoras físicas y la extensión de las ciclovías existentes, (iii) el diseño de una campaña de promoción para elevar el nivel de uso de la bicicleta, y (iv) el diseño de un plan de acción para relanzar el actual sistema de micro créditos para adquirir bicicletas denominado “Plan Bici”.

El ítem (iii) señala el marco dentro del cual se ejecutará el presente proyecto, constituyendo un componente de la campaña de promoción de uso de la bicicleta.

c- Diseño de un programa de reforzamiento institucional y construcción de capacidades de las instituciones involucradas en el programa.

d- Preparación de un manual de operación y monitoreo del programa

Las actividades que serán financiadas por el PDF – C o fase de implementación del proyecto son las siguientes:

- 18.1 Desguace de vehículos de transporte público
- 18.2 Mejora y construcción de ciclovías
- 18.3 Fortalecimiento institucional
- 18.4 Relanzamiento del Plan Bici
- 18.5 Programa Promoción del uso de la bicicleta

La entidad ejecutora del proyecto GEF PDF – C es el Fondo Nacional del Ambiente (FONAM) que fue creado por Ley del Congreso como una institución de derecho privado para lograr un financiamiento fluido y consistente para los proyectos ambientales prioritarios ambientales de manera de contribuir al desarrollo sostenible del país, es la encargada de administrar los recursos del PDF-C y la que convoca al proceso de selección de consultores para la realización del presente trabajo.

PARTE II – Objetivos del Proyecto - define los objetivos generales y específicos del proyecto Movilidad Sostenible, integrante de la campaña de promoción del uso de la bicicleta.

Objetivo general

Desarrollar una relación perdurable de cooperación entre empresas del sector privado, la sociedad civil y el Estado.

7.1.3 Objetivo específico:

La generación de recursos que aligeren el factor económico para el acceso a la bicicleta y el incremento del uso de bicicletas al interior de las empresas seleccionadas en el programa.

Duración del proyecto: 2 años

PARTE III - Alcance de Trabajo - describe las actividades básicas propuestas para implementar el proyecto Movilidad Sostenible de la campaña Promoción del Uso de la Bicicleta
Las labores solicitadas consisten en la ejecución del proyecto Movilidad sostenible, cuyo detalle a nivel de actividades se encuentran en el anexo A del presente documento

PARTE IV - Los requerimientos del programa: plazos, Informes y descripción de productos esperados claves.

El consultor elaborará informes de avance de los trabajos con una periodicidad semestral y un informe de consolidación anual.

Los informes contendrán:

- Lista de actividades realizadas, de acuerdo al plan de trabajo
 - Actas de reuniones llevadas a cabo indicando número y procedencia de participantes y actores sociales.
 - Una evaluación de los niveles de participación (acuerdos alcanzados, compromisos, etc.) con las empresas y grupos de trabajadores para la promoción del uso de la bicicleta.
 - Una actualización y señalamiento de los ajustes necesarios al programa
 - Costos estimados por trimestre de la implementación del proyecto, de acuerdo al contrato.
 - Indicadores de cumplimiento de las metas establecidas por el proyecto para cada una de las empresas participantes
- el consultor elaborará un informe anual con el consolidado de los informes semestrales y una evaluación general y recomendaciones para un mejor desempeño del proyecto durante el período siguiente.

PARTE V - La Administración del contrato - describe las responsabilidades de la agencia en el programa y plantea los procedimientos para el seguimiento de un consultor.

Supervisión de los trabajos. La entidad contratante designará al supervisor de este contrato, el cual garantizará el cumplimiento de estos términos de referencia y el alcance de los objetivos que busca la entidad con esta consultoría.

La entidad contratante entregará al consultor el estudio base denominado "Diseño de las estrategias del programa Promoción del uso de la bicicleta" para la ejecución del presente trabajo dentro del plazo establecido.

Plazo. Los trabajos tendrán una duración de cuatro años contados a partir del Acta de iniciación o de la orden de iniciación.

La consultoría se realizará de conformidad con las normas del Banco Mundial para la selección de consultores.

Forma De Pago.

El pago de la Consultoría se realizará contra entregas parciales de los informes semestrales y recibo a satisfacción por parte de la entidad contratante.

(Ejemplo para un período de dos años)

Anticipo	20% del total contrato anual
Recibo Primer Informe semestral (contrato como amortización del adelanto)	100% del monto del recibo (menos 5% del contrato como amortización del adelanto)

Recibo segundo informe semestral (menos 5% del contrato como amortización del adelanto)	100% del monto del recibo
--	---------------------------

Recibo tercer informe semestral (menos 5% del contrato como amortización del adelanto)	100% del monto del recibo
---	---------------------------

Recibo cuarto informe semestral (menos 5% del contrato como amortización del adelanto)	100% del monto del recibo
---	---------------------------

REQUISITOS DEL PERSONAL PROFESIONAL Y SU ASIGNACION PARA LA EJECUCION DE LOS TRABAJOS.

El equipo clave de la firma Consultora para el desarrollo del trabajo deberá contar como mínimo:

1. Coordinador, experto en Marketing y proyectos.
2. Promotor (3), con experiencia en organización de grupos

11.2.6 Proyecto Rutas seguras al colegio

PARTE I. ANTECEDENTES

A mediados del año 2000, diversas instituciones públicas nacionales, gobiernos locales y de la sociedad civil promovieron, con el apoyo del Banco Mundial, una iniciativa orientada a mejorar el transporte público en Lima y Callao y que fue puesta a consideración del Fondo para el Ambiente Mundial (GEF, en inglés); atendiendo esta solicitud el GEF aprobó la donación de los fondos correspondientes a la fase de actividades preparatorias (estudios y consultorías) y posteriormente la donación principal bajo al cual será financiado el presente trabajo. Por otro lado, la Municipalidad Metropolitana de Lima (MML) conjuntamente con el BM y el BID vienen trabajando en la formulación de un préstamo para mejorar la situación del transporte urbano y cuya actividad principal será desarrollar un sistema de transporte público masivo, rápido y eficiente, cuya aprobación se espera concretar en un plazo breve.

Así, el conjunto de actividades financiados tanto por la donación principal del GEF como por el préstamo del BM-BID son complementarias y constituyen la base del programa "Mejoramiento del Transporte Urbano en Lima-Callao"; el crédito del BM-BID cubrirá la parte de inversión más intensiva (infraestructura para los buses) y los recursos del GEF se orientarán a las actividades necesarias que aseguren el éxito del proyecto BM-BID y a la vez tenga impacto en la reducción de emisiones de gases efecto invernadero.

El Programa "Mejoramiento del Transporte Urbano en Lima-Callao" promueve un sistema de transporte urbano, eficiente, multimodal y orientado a beneficiar a los más pobres. Su objetivo principal es mejorar el transporte público y además busca:
Reducir la contaminación local - del aire y del ruido -, y la contaminación global, específicamente las emisiones de gases efecto invernadero

Reforzar el marco legal e institucional para asegurar el sostenimiento de las medidas a implementar.

Para lograr estos objetivos, el programa se enfoca en crear cambios en el comportamiento en los patrones de transporte y movilidad de los usuarios, facilitando el transporte intermodal y mejorando el atractivo del transporte público y del no motorizado mediante la implementación de vías segregadas para buses, ciclovías seguras y mejores facilidades para los peatones.

Las actividades que han sido financiadas por el PDF-B abarcan cuatro áreas:

a- Transporte Público: diseño de estrategias para: (i) desguace de vehículos obsoletos del transporte público con la asistencia algún incentivo, y (ii) fomentar la activa participación de los usuarios, gremios, transportistas individuales, ONGs, y otros en la tarea de hacer más atractivo el transporte público, a través de talleres y focus groups.

b- Transporte No Motorizado: llevar a cabo: (i) consultas y focus groups para identificar las barreras y oportunidades para elevar el nivel de uso de las bicicletas, (ii) diseño de ingeniería de las mejoras físicas y la extensión de las ciclovías existentes, (iii) el diseño de una campaña de promoción para elevar el nivel de uso de la bicicleta, y (iv) el diseño de un plan de acción para relanzar el actual sistema de micro créditos para adquirir bicicletas denominado "Plan Bici".

El ítem (iii) señala el marco dentro del cual se ejecutará el presente proyecto, constituyendo un componente de la campaña de promoción de uso de la bicicleta.

c- Diseño de un programa de reforzamiento institucional y construcción de capacidades de las instituciones involucradas en el programa.

d- Preparación de un manual de operación y monitoreo del programa

Las actividades que serán financiadas por el PDF – C o fase de implementación del proyecto son las siguientes:

- 18.1 Desguace de vehículos de transporte público
- 18.2 Mejora y construcción de ciclovías
- 18.3 Fortalecimiento institucional
- 18.4 Relanzamiento del Plan Bici
- 18.5 Programa Promoción del uso de la bicicleta

La entidad ejecutora del proyecto GEF PDF – C es el Fondo Nacional del Ambiente (FONAM) que fue creado por Ley del Congreso como una institución de derecho privado para lograr un financiamiento fluido y consistente para los proyectos ambientales prioritarios ambientales de manera de contribuir al desarrollo sostenible del país, es la encargada de administrar los recursos del PDF-C y la que convoca al proceso de selección de consultores para la realización del presente trabajo.

PARTE II – Objetivos del Proyecto - define los objetivos generales y específicos del proyecto Rutas seguras al colegio, integrante de la campaña de promoción del uso de la bicicleta.

Objetivos generales

- Incrementar la actividad peatonal y ciclista de manera absoluta y relativa (con relación a otras formas de transporte)
- Apropiación simbólica del espacio público por parte de los usuarios a través de la participación
- Fortalecer las relaciones sociales y el uso diverso y seguro del espacio público por parte del vecindario.

- desarrollar enfoques innovativos que permitan vincular la escuela con la actividad de transporte, educación y recreación y que puedan ser replicados en otras localidades .

Objetivos específicos

- Incrementar la actividad peatonal y ciclista de los sectores más vulnerables al tráfico como niños, mujeres y ancianos
- Desarrollar un conjunto de actividades que refuercen la apropiación simbólica de la calle.
- Implementación de ruta segura y facilidades de acceso al colegio

Duración del proyecto: 4 años

c) PARTE III - Alcance de Trabajo - describe las actividades básicas propuestas para implementar el proyecto "Rutas Seguras al Colegio" de la campaña Promoción del Uso de la Bicicleta

Las labores solicitadas consisten en la ejecución del proyecto "Rutas Seguras al Colegio", cuyo detalle a nivel de actividades se encuentran en el anexo A del presente documento.

PARTE IV - Los requerimientos del programa: plazos, Informes y descripción de productos esperados claves.

El consultor elaborará informes de avance de los trabajos con una periodicidad semestral y un informe de consolidación anual.

Los informes contendrán:

- Lista de actividades realizadas, de acuerdo al plan de trabajo
- Actas de reuniones llevadas a cabo indicando número y procedencia de participantes y actores sociales.
- Una evaluación de los niveles de participación (acuerdos alcanzados, compromisos, etc.) con las empresas y grupos de trabajadores para la promoción del uso de la bicicleta.
- Una actualización y señalamiento de los ajustes necesarios al programa
- Costos estimados por trimestre de la implementación del proyecto, de acuerdo al contrato.
- Indicadores de cumplimiento de las metas establecidas por el proyecto para cada uno de los centros educativos participantes.

b) el consultor elaborará un informe anual con el consolidado de los informes semestrales y una evaluación general y recomendaciones para un mejor desempeño del proyecto durante el período siguiente.

PARTE V - La Administración del contrato - describe las responsabilidades de la agencia en el programa y plantea los procedimientos para el seguimiento de un consultor.

Supervisión de los trabajos. La entidad contratante designará al supervisor de este contrato, el cual garantizará el cumplimiento de estos términos de referencia y el alcance de los objetivos que busca la entidad con esta consultoría.

La entidad contratante entregará al consultor el estudio base denominado "Diseño de las estrategias del programa Promoción del uso de la bicicleta" para la ejecución del presente trabajo dentro del plazo establecido.

Plazo. Los trabajos tendrán una duración de cuatro años contados a partir del Acta de iniciación o de la orden de iniciación.

La consultoría se realizará de conformidad con las normas del Banco Mundial para la selección de consultores.

Forma De Pago.

El pago de la Consultoría se realizará contra entregas parciales de los informes semestrales y recibo a satisfacción por parte de la entidad contratante.

(Ejemplo para un período de dos años)

Anticipo	20% del total contrato anual
Recibo Primer Informe semestral (contrato como amortización del adelanto)	100% del monto del recibo (menos 5% del contrato como amortización del adelanto)

Recibo segundo informe semestral (menos 5% del contrato como amortización del adelanto)	100% del monto del recibo
--	---------------------------

Recibo tercer informe semestral (menos 5% del contrato como amortización del adelanto)	100% del monto del recibo
---	---------------------------

Recibo cuarto informe semestral (menos 5% del contrato como amortización del adelanto)	100% del monto del recibo
---	---------------------------

REQUISITOS DEL PERSONAL PROFESIONAL Y SU ASIGNACION PARA LA EJECUCION DE LOS TRABAJOS.

El equipo clave de la firma Consultora para el desarrollo del trabajo deberá contar como mínimo:

Director, Pedagogo con probada experiencia en campañas educativas.
Psicólogo o Sociólogo con experiencia en dinámicas de grupo y procesos de participación pública.
Promotores (2), profesional con experiencia en campañas de participación y trabajo con organizaciones de base.

11.2.7

Términos de Referencia Proyecto Transporte y Mujeres

PARTE I. ANTECEDENTES

A mediados del año 2000, diversas instituciones públicas nacionales, gobiernos locales y de la sociedad civil promovieron, con el apoyo del Banco Mundial, una iniciativa orientada a mejorar el transporte público en Lima y Callao y que fue puesta a consideración del Fondo para el Ambiente Mundial (GEF, en inglés); atendiendo esta solicitud el GEF aprobó la donación de los fondos correspondientes a la fase de actividades preparatorias (estudios y consultorías) y posteriormente la donación principal bajo al cual será financiado el presente trabajo. Por otro lado, la Municipalidad Metropolitana de Lima (MML) conjuntamente con el BM y el BID vienen trabajando en la formulación de un préstamo para mejorar la situación del transporte urbano y cuya actividad principal será desarrollar un sistema de transporte público masivo, rápido y eficiente, cuya aprobación se espera concretar en un plazo breve.

Así, el conjunto de actividades financiados tanto por la donación principal del GEF como por el préstamo del BM-BID son complementarias y constituyen la base del programa "Mejoramiento del

Transporte Urbano en Lima-Callao”; el crédito del BM-BID cubrirá la parte de inversión más intensiva (infraestructura para los buses) y los recursos del GEF se orientarán a las actividades necesarias que aseguren el éxito del proyecto BM-BID y a la vez tenga impacto en la reducción de emisiones de gases efecto invernadero.

El Programa “Mejoramiento del Transporte Urbano en Lima-Callao” promueve un sistema de transporte urbano, eficiente, multimodal y orientado a beneficiar a los más pobres. Su objetivo principal es mejorar el transporte público y además busca:
Reducir la contaminación local - del aire y del ruido -, y la contaminación global, específicamente las emisiones de gases efecto invernadero
Reforzar el marco legal e institucional para asegurar el sostenimiento de las medidas a implementar.

Para lograr estos objetivos, el programa se enfoca en crear cambios en el comportamiento en los patrones de transporte y movilidad de los usuarios, facilitando el transporte intermodal y mejorando el atractivo del transporte público y del no-motorizado mediante la implementación de vías segregadas para buses, ciclovías seguras y mejores facilidades para los peatones.

Las actividades que han sido financiadas por el PDF-B abarcan cuatro áreas:

a- Transporte Público: diseño de estrategias para: (i) desguace de vehículos obsoletos del transporte público con la asistencia algún incentivo, y (ii) fomentar la activa participación de los usuarios, gremios, transportistas individuales, ONGs, y otros en la tarea de hacer más atractivo el transporte público, a través de talleres y focus groups.

b- Transporte No Motorizado: llevar a cabo: (i) consultas y focus groups para identificar las barreras y oportunidades para elevar el nivel de uso de las bicicletas, (ii) diseño de ingeniería de las mejoras físicas y la extensión de las ciclovías existentes, (iii) el diseño de una campaña de promoción para elevar el nivel de uso de la bicicleta, y (iv) el diseño de un plan de acción para relanzar el actual sistema de micro créditos para adquirir bicicletas denominado “Plan Bici”.

El ítem (iii) señala el marco dentro del cual se ejecutará el presente proyecto, constituyendo un componente de la campaña de promoción de uso de la bicicleta.

c- Diseño de un programa de reforzamiento institucional y construcción de capacidades de las instituciones involucradas en el programa.

d- Preparación de un manual de operación y monitoreo del programa

Las actividades que serán financiadas por el PDF – C o fase de implementación del proyecto son las siguientes:

- 18.1 Desguace de vehículos de transporte público
- 18.2 Mejora y construcción de ciclovías
- 18.3 Fortalecimiento institucional
- 18.4 Relanzamiento del Plan Bici
- 18.5 Programa Promoción del uso de la bicicleta

La entidad ejecutora del proyecto GEF PDF – C es el Fondo Nacional del Ambiente (FONAM) que fue creado por Ley del Congreso como una institución de derecho privado para lograr un financiamiento fluido y consistente para los proyectos ambientales prioritarios ambientales de manera de contribuir al desarrollo sostenible del país, es la encargada de administrar los recursos del PDF-C y la que convoca al proceso de selección de consultores para la realización del presente trabajo.

PARTE II – Objetivos del Proyecto - define los objetivos generales y específicos del proyecto “Transporte y Mujeres”, integrante de la campaña de promoción del uso de la bicicleta.

Objetivo general

Objetivos generales

Incrementar el uso de la bicicleta en las mujeres de los grupos objetivos.

Combatir los prejuicios que impiden que más mujeres usen la bicicleta como medio de transporte y recreación.

Objetivos específicos

- Incorporar dentro de la campaña de promoción contenidos de género.
- Informar y educar a las mujeres por medio de diferentes acciones educativas sobre el beneficio del uso de la bicicleta.

Duración del proyecto: 4 años

c) PARTE III - Alcance de Trabajo - describe las actividades básicas propuestas para implementar el proyecto "Transporte y Mujeres" de la campaña Promoción del Uso de la Bicicleta

Las labores solicitadas consisten en la ejecución del proyecto "Transporte y Mujeres", cuyo detalle a nivel de actividades se encuentran en el anexo A del presente documento

PARTE IV - Los requerimientos del programa: plazos, Informes y descripción de productos esperados claves.

El consultor elaborará informes de avance de los trabajos con una periodicidad semestral y un informe de consolidación anual.

Los informes contendrán:

- Lista de actividades realizadas, de acuerdo al plan de trabajo
- Actas de reuniones llevadas a cabo indicando número y procedencia de participantes y actores sociales.
- Una evaluación de los niveles de participación (acuerdos alcanzados, compromisos, etc.) con las empresas y grupos de trabajadores para la promoción del uso de la bicicleta.
- Una actualización y señalamiento de los ajustes necesarios al programa
- Costos estimados por trimestre de la implementación del proyecto, de acuerdo al contrato.
- Indicadores de cumplimiento de las metas establecidas por el proyecto para cada una de los grupos objetivos participantes

b) el consultor elaborará un informe anual con el consolidado de los informes semestrales y una evaluación general y recomendaciones para un mejor desempeño del proyecto durante el período siguiente.

PARTE V - La Administración del contrato - describe las responsabilidades de la agencia en el programa y plantea los procedimientos para el seguimiento de un consultor.

Supervisión de los trabajos. La entidad contratante designará al supervisor de este contrato, el cual garantizará el cumplimiento de estos términos de referencia y el alcance de los objetivos que busca la entidad con esta consultoría.

La entidad contratante entregará al consultor el estudio el estudio base denominado “Diseño de las estrategias del programa Promoción del uso de la bicicleta” para la ejecución del presente trabajo dentro del plazo establecido.

Plazo. Los trabajos tendrán una duración de cuatro años contados a partir del Acta de iniciación o de la orden de iniciación.

La consultoría se realizará de conformidad con las normas del Banco Mundial para la selección de consultores.

Forma De Pago.

El pago de la Consultoría se realizará contra entregas parciales de los informes semestrales y recibo a satisfacción por parte de la entidad contratante.

(Ejemplo para un período de dos años)

Anticipo	20% del total contrato anual
Recibo Primer Informe semestral (menos 5% del contrato como amortización del adelanto)	100% del monto del recibo (menos 5% del contrato como amortización del adelanto)

Recibo segundo informe semestral (menos 5% del contrato como amortización del adelanto)	100% del monto del recibo
--	---------------------------

Recibo tercer informe semestral (menos 5% del contrato como amortización del adelanto)	100% del monto del recibo
---	---------------------------

Recibo cuarto informe semestral (menos 5% del contrato como amortización del adelanto)	100% del monto del recibo
---	---------------------------

REQUISITOS DEL PERSONAL PROFESIONAL Y SU ASIGNACION PARA LA EJECUCION DE LOS TRABAJOS.

El equipo clave de la firma Consultora para el desarrollo del trabajo deberá contar como mínimo:

Directora, Socióloga / Psicóloga, especialista en genero, con experiencia de trabajo con organizaciones de base.

Pedagoga o Psicologa social, con experiencia en el sector educación y trabajo de base.

Promotoras (5) con experiencia en dinámicas grupales

12. Presupuesto estimado (en US\$)

Programas	
Programa de Participación pública	29,000
Programa educativo	40,000
Programa de comunicaciones	245,438
Programa empresas	18,000
Campañas	5,000
Proyectos	
Proyecto empresas y movilidad	50,000
Proyecto Rutas seguras	67,496

Proyecto Universidades	26,000
Proyecto Mujeres y transporte	84,048
Actividades Centrales	
Día sin carros	17,000
Paseos ciclísticos	2,000
Festival de la bicicleta	25,000
	608,982
Subtotal	
Gastos de administración (10%)	60,898
Total	669,880

SOBRE LOS AUTORES

La autoría de este trabajo es de CICLORED – Centro de Asesoría y Capacitación para el Transporte y Ambiente.

El equipo encargado de su elaboración ha sido conformado por:

Virginia Marzal, Planificadora Urbana

Jacqueline Fowks, Comunicadora

Patricia Wiese, Comunicadora

Brigitte Davey, Psicóloga

Roelof Wittink, Psicólogo

Lourdes Chocano, especialista en educación

Fernando Prada, economista

Fernando Tavará, Sociólogo

José Sotomayor, Asistente

Carlos Cordero, Coordinador General