

**SECRETARÍA DE ENERGÍA**  
**PROYECTO DE EFICIENCIA ENERGÉTICA EN ARGENTINA**

**Servicios de Consultoría para el diseño y planificación de una estrategia de comunicación y de una campaña publicitaria orientada a generar y promover el uso responsable y eficiente de la energía.**

**Términos de Referencia**

**1. ANTECEDENTES**

**1.1. Antecedentes generales**

El Gobierno Nacional tiene el propósito de propender a un uso racional de la energía, teniendo en cuenta su positiva influencia sobre la protección de los recursos no renovables, la disminución de los costos de provisión de los servicios energéticos y la mitigación de los problemas ambientales asociados a la producción, transporte, distribución y consumo de la energía.

En tal sentido, el Decreto N° 140/07, del 21 de diciembre del 2007, estableció el Programa Nacional de Uso Racional y Eficiente de la Energía (PRONUREE), por medio del cual se declara de interés y prioridad nacional el uso racional y eficiente de la energía, así como también la caracteriza como una actividad permanente e imprescindible de la política energética nacional.

En este contexto, la Secretaría de Energía se encuentra ejecutando el “Proyecto GEF de Eficiencia Energética (EE) en Argentina”, de acuerdo a lo establecido en el Convenio de Donación de Eficiencia Energética celebrado entre la República Argentina y el Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF – Banco Mundial), que actúa en carácter de Agencia de Implementación del Fondo para el Medio Ambiente Mundial (FMAM – GEF, por sus siglas en inglés), de fecha 1° de octubre de 2009, con el objetivo de desarrollar proyectos que aumenten la eficiencia en el uso de la energía, promoviendo un mercado sostenible y creciente para servicios y equipos eficientes en la REPÚBLICA ARGENTINA.

Este proyecto, en su componente *3.d “Information, training and dissemination programs”*, contempla el diseño e implementación de un programa para promover la conciencia pública y difundir mejores prácticas de eficiencia energética, a través, entre otros medios, de la realización de campañas de difusión.

## **1.2. Antecedentes específicos**

La necesidad de concientizar y sensibilizar al público en general y particularmente a los jóvenes acerca de la importancia del consumo responsable y eficiente de la energía, implica llevar adelante un proceso de difusión de buenas prácticas relacionadas con el uso de la misma, posibilitando una modificación de valores y hábitos de los ciudadanos en lo que a esta temática se refiere.

La Secretaría de Energía, en el marco de la Componente 3.d del Proyecto, ha implementado tres campañas de difusión y concientización destinadas a niños de entre 6 y 12 años, a fin de despertar en el niño una conciencia responsable en la utilización de la energía. Asimismo, bajo el lema *“El clima lo hacés vos”*, se ha realizado una campaña en vía pública, tv e internet con el objetivo de desarrollar nuevas conductas y actitudes relacionadas a los temas energéticos.

La Secretaría de Energía trabaja promoviendo la eficiencia energética como política de Estado y es por ello que, se propone continuar con esta tarea mediante la realización de una nueva campaña publicitaria orientada a generar el uso responsable y eficiente de la energía.

El objetivo comunicacional consiste en orientar la preferencia de los consumidores hacia la incorporación de pautas y hábitos de consumo responsable de la energía y la incorporación de tecnologías más eficientes. En tal sentido, se hace necesario abrir un proceso de convocatoria dirigido a agencias de comunicación para el diseño de una estrategia de comunicación y una campaña de difusión orientada a tal fin.

Dicha estrategia debe incluir, entre otros, el discurso básico, el mensaje clave, el diseño de un logo y la propuesta única a comunicar, una línea gráfica, los productos publicitarios a utilizar en los medios de comunicación que se seleccionen y el material promocional que sea necesario para desarrollar la campaña de difusión

## **2. OBJETIVO**

Los servicios de consultoría a contratar tienen por objetivo diseñar y planificar una estrategia de comunicación y una campaña de publicidad de alcance nacional con acciones de corto y largo plazo, destinadas a: (i) renovar y unificar la imagen del Área de Eficiencia Energética de la Secretaría de Energía de la Nación, y (ii) generar en la ciudadanía un proceso de concientización sobre el uso responsable y eficiente de la energía, incluyendo la difusión de la política de etiquetado, alentando la preferencia de los usuarios hacia tecnologías energéticamente eficientes y promoviendo la reducción

de gases de efecto invernadero como aporte activo a la mitigación del cambio climático y preservación del medioambiente (gerenciamiento ambiental). Un componente específico de la campaña se dirigirá al segmento de público joven entre 18 y 30 años que participe de eventos deportivos de tipo amateur, con el objetivo de promover hábitos de vida saludable.

### **3. ACTIVIDADES DEL CONSULTOR**

Las actividades a realizar por parte del Consultor, comprenden todas las necesarias a los fines de cumplir con el objetivo planteado.

Entre ellas se destacan las enumeradas a continuación:

3.1 La investigación cualitativa y cuantitativa del mercado que se consideren adecuada (encuestas, observación directa, *focus group*, entrevistas, etcétera), para el diseño de la estrategia de comunicación y la campaña publicitaria a proponer alcanzando todo el territorio nacional, teniendo en consideración las características climáticas de cada región, y focalizándose en los principales centros urbanos del país (Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Rosario, Córdoba, Mendoza, Tucumán, Salta, Neuquén, La Plata y localidades cardinales del Gran Buenos Aires). .

3.2 El diseño de la estrategia de comunicación y la componente de la campaña publicitaria destinadas a renovar y unificar la imagen del Área de Eficiencia Energética de la Secretaría de Energía de la Nación incluyendo el diseño de un logo único y una estética determinada en línea con los contenidos y acciones de difusión desarrollados anteriormente por el Área, así como el conjunto de activos vinculados en forma directa o indirecta al Área, a fin de asegurar un trabajo coherente e integrado.

3.3 El diseño de la estrategia general de comunicación y la componente de la campaña publicitaria destinada a generar en la ciudadanía un proceso de concientización sobre el uso eficiente de la energía, la que deberá incluir acciones de corto y largo plazo con su correspondiente cronograma de ejecución.

3.3 El diseño de la campaña de publicidad específica orientada al segmento de público joven entre 18 y 30 años que participe de eventos deportivos de tipo amateur, con el objetivo de promover hábitos de vida saludable, la cual deberá incluir acciones de corto y largo plazo, con su correspondiente cronograma de ejecución.

**3.4.** La identificación de los medios de comunicación óptimos a utilizar en la campaña y la propuesta de los que resulten más apropiados.

**3.5** El diseño y producción de las piezas publicitarias a utilizar en la campaña. El consultor desarrollará en número y tipo las piezas que estime conveniente, sin embargo, como mínimo entregará los siguientes diseños:

Al menos tres propuestas de mensajes básicos o lemas (slogans) alusivos al uso responsable y eficiente de la energía.

Al menos cinco afiches promocionales relativos a la campaña publicitaria.

Tres propuestas innovadoras para la campaña, teniendo en cuenta los objetivos de comunicación.

**3.6.** El diseño y la producción de las piezas de comunicación necesarias para desarrollar la campaña de publicidad específica destinada al público joven. El consultor desarrollará el número y tipo de piezas que estime apropiado, así como también propondrá acciones para difundir el mensaje de vida saludable y de uso responsable de la energía en dichos eventos.

**3.7.** Identificación de los mecanismos para la evaluación de los resultados de la campaña publicitaria y de esta forma retroalimentarla.

#### **4. PLAZO DE EJECUCIÓN**

Se establece un plazo máximo de 45 días corridos para la ejecución del trabajo, contado a partir de la fecha de firma del contrato.

#### **5. PRODUCTOS ESPERADOS**

A partir de la realización de las actividades definidas en el punto 3, el Consultor entregará los siguientes productos:

- A) Propuesta única a comunicar. La comunicación debe estar orientada a promover pautas y hábitos de consumo responsable y eficiente de la energía y a orientar la preferencia de los usuarios hacia tecnologías energéticamente eficientes que promuevan el uso responsable de la energía y la reducción de gases de efecto invernadero como aporte activo a la mitigación del cambio climático y preservación del medioambiente (gerenciamiento ambiental).
- B) Una imagen y logo único del Área de Eficiencia Energética y composición de una estética determinada especificando la paleta de colores y tipografías a utilizar.
- C) Resultado de los estudios de mercado e identificación y caracterización de los grupos objetivo, plan de comunicación estratégico/campaña publicitaria,

incluyendo el diseño y producción de las piezas publicitarias adecuadas y la evaluación de los impactos de las mismas.

- D) Elaboración de las piezas publicitarias destinadas a la campaña en vía pública en formato listo para ser impreso y utilizado en los medios de comunicación correspondientes.
- E) Elaboración de las piezas publicitarias y en formato listo para ser utilizado destinadas a los eventos deportivos.

## **6. NIVEL DE ESFUERZO ESPERADO**

El nivel de esfuerzo esperado por parte del personal del Consultor para el desarrollo de las actividades indicadas en estos TDR es de aproximadamente 2000 horas-hombre.

## **7. PERFIL DEL CONSULTOR**

El Consultor debe tener experiencia en el diseño y la planificación de estrategias de comunicación y campañas de publicidad similares a las descritas en estos Términos de Referencia y contar con personal con la experiencia y la preparación académica necesarias para desarrollar una estrategia de comunicación y una campaña publicitaria integral en las áreas de comunicación gubernamental y de gestión de gobierno, institucional, comercial y/o de organizaciones destinadas al bien público. La empresa consultora deberá contar en su grupo de trabajo con uno o más Directores de Cuentas y un Diseñador de Comunicación Visual especializado en comunicación publicitaria. Además, deberá contar con experiencia comprobable en el diseño de estrategias de comunicación y campañas publicitarias, asesoramiento en comunicación política, comunicación de gestión de gobierno y/o comunicación de organizaciones destinadas al bien público.

## **8. INFORMES**

### **8.1 Informes**

El Consultor deberá entregar tres (3) informes, según se detalla a continuación:

- Un (1) **informe de inicio** a los 20 días contados a partir de la fecha de firma del contrato. Dicho informe deberá incluir la descripción de las tareas realizadas a la fecha de entrega del mismo, un cronograma detallado de las acciones a desarrollarse, los inconvenientes y/o barreras detectadas y las propuestas de mejoras a implementar.

- Un (1) **informe de avance** a los 30 días contados a partir de la fecha de firma del contrato. En dicho informe deberán presentarse, por lo menos, los resultados de la investigación de mercado, la identificación del target y el concepto creativo de la campaña publicitaria.

- Un (1) **informe final** a los 45 días contados a partir de la firma del contrato, el cual debe dar cuenta de todas las actividades ejecutadas, presentando el resultado de los estudios realizados y los productos elaborados, con los anexos que sean del caso e incluyendo las conclusiones y recomendaciones pertinentes, teniendo en cuenta los objetivos señalados en estos Términos de Referencia. Deberá proporcionarse una descripción detallada de la estrategia de comunicación, la campaña publicitaria incluyendo la destinada a las jornadas deportivas, dirigidas al público joven, y el logo del Área de Eficiencia Energética y las piezas publicitarias requeridas en formato listo para ser utilizado por los medios de comunicación correspondientes. Los documentos que el consultor produzca deberán proporcionar información clara, completa, actualizada, aplicable y verificable en forma sencilla sin redundancias ni necesidad de procesamiento adicional.

## **8.2 Formato de los informes**

Todos los documentos e informes presentados, tanto antes de la firma del contrato como durante el desarrollo de las actividades, deberán presentarse un (1) original y una (1) copia en versión impresa además de una (1) copia electrónica en formato no modificable (.pdf) y una (1) en formato modificable (.doc/.docx)..

## **8.3 Proceso de aprobación de los Informes**

Un informe preliminar deberá ser presentada por el Consultor para ser evaluado por la UCP, quién formulará los comentarios u observaciones que correspondan en el término de DIEZ (10) días corridos. Recibidos dichos comentarios u observaciones, el Consultor contará con un plazo de SIETE (7) días corridos para entregar el informe definitivo. Todos los documentos deberán tener el formato indicado en el punto 8.2 para facilitar su procesamiento por la UCP. La UCP entregará la aprobación del informe definitivo en el término de SIETE (7) días corridos contados desde la fecha de recepción, solicitando al Consultor que presente dicho informe definitivo en el término de SIETE (7) días corridos. Recibida el informe definitivo de parte del Consultor, la UCP dispondrá la aprobación del mismo mediante nota formal de la Dirección General de Cooperación y Asistencia Financiera de la Secretaría de Energía.

## 9. CRONOGRAMA DE PAGOS

Los pagos se realizarán contra recibo de los informes respectivos y verificación del cumplimiento de las metas planteadas para cada etapa, de acuerdo al siguiente esquema:

<b>Informe a presentar</b>	<b>Pago asociado</b>
A la firma del Contrato	10%
Informe de Inicio	30%
Informe de Avance	30%
Informe Final	30%

## 10. SELECCIÓN DEL CONSULTOR

Para la selección y contratación del Consultor se aplicarán las Normas del Banco Mundial para la Selección y Contratación de Consultores, utilizando el método de Selección Basada en la Calidad y el Costo (SBCC).

El proceso de contratación del Consultor consta de las siguientes etapas:

- i Llamado a las empresas consultoras a presentar sus Expresiones de Interés para la contratación descrita en estos TDR. Las empresas deberán proporcionar información que indique que están calificadas para suministrar los servicios, presentando documentación y antecedentes que acrediten su antigüedad en el mercado, situación económica y financiera, disponibilidad y experiencia del personal propuesto con conocimientos pertinentes en la materia y cualquier otra información relevante y solicitada en este documento.
- ii Una vez vencido el plazo para la recepción de las Expresiones de Interés, un comité de evaluación de la Secretaría de Energía calificará a las empresas consultoras, conforme a las directivas del Banco Mundial, en función de sus antecedentes relacionados con los trabajos especificados en estos TDR, y seleccionará a las mejores calificadas para conformar la que se denomina Lista Corta.
- iii A las empresas consultoras integrantes de la Lista Corta se les enviará el Pedido de Propuesta Técnica y Financiera (PP) para los servicios a contratar.
- iv Una vez que las empresas consultoras integrantes de la Lista Corta presenten sus Propuestas Técnica y Financiera, un comité de la Secretaría de Energía las

evaluará aplicando las directivas del Banco Mundial. La evaluación se llevará a cabo en dos partes sucesivas: primero la calidad técnica y a continuación el costo. El puntaje total de cada empresa consultora se obtendrá sumando los puntajes ponderados relativos a la calidad y al costo.

- v El Consultor cuya propuesta obtenga el puntaje más alto, será invitado a participar de las negociaciones para la firma del contrato.
- vi Una vez firmado el contrato, el Consultor comenzará a realizar el trabajo.

## 11. COORDINACION CON LA UCP.

El Consultor deberá realizar sus actividades en estrecha relación con el personal de la Unidad Coordinadora del Proyecto (UCP) de la Secretaría de Energía abocado al objeto del presente trabajo.

## 12. INFORMACIÓN A SUMINISTRAR AL CONSULTOR.

La UCP proveerá al consultor datos e información del sector útil para la ejecución del trabajo

## 13. CRITERIOS DE SELECCIÓN

Para la selección y contratación del Consultor que realizará el desarrollo de la estrategia y la implementación de la campaña se aplicarán las Normas del Banco Mundial para la Selección y Contratación de Consultores, utilizando el método *Selección Basada en la Calidad y el Costo (SBCC)*.

Las Expresiones de Interés recibidas por parte de las empresas consultoras serán calificadas en función de los siguientes criterios:

1.0	<i>Experiencia de la firma - Antecedentes Generales</i>	<i>Puntaje Máximo</i>
1.1	Reputación de la firma y staff (competencia, formalidad, confiabilidad) y capacidad general organizacional.	10
1.2	Experiencia en el diseño, desarrollo e implementación de campañas de comunicación en gestiones municipales, provinciales y/o nacionales.	10

Total 1	20
---------	----

2.0	<i>Experiencia de la firma- Antecedentes Específicos</i>	<i>Puntaje Máximo</i>
2.1	Experiencia en campañas y/o acciones de gestión de gobierno.	15
2.2	Desarrollo de estrategias destinadas a la realización de campañas publicitarias en medios masivos de comunicación.	15
2.3	Desarrollo de estrategias destinadas a eventos deportivos o realizados en espacios públicos.	15
Total 2		45

3.0	<i>Experiencia del Plantel Propuesto</i>	<i>Puntaje Máximo</i>
3.1	Equipo multidisciplinario con formación académica en publicidad (uno o más Directores de Cuentas y un Diseñador de Comunicación Visual especializado en comunicación publicitaria).	15
3.2	Experiencia específica en el diseño, desarrollo e implementación de campañas de comunicación política, o provenientes del sector público en medios masivos de comunicación, principalmente vía pública.	10
3.3	Experiencia en desarrollo de imagen institucional, principalmente de organismos públicos.	10
Total 3		35

Total General (Total 1 + Total 2 + Total 3)	100
---	-----