

PROYECTO MEJORAMIENTO Y AMPLIACIÓN DEL SISTEMA NACIONAL DE CIENCIA, TECNOLOGIA E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

TÉRMINOS DE REFERENCIA

SERVICIO DE CONSULTORÍA PARA REALIZAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA DESTILADOS INNOVADORES BASADOS EN LA BIODIVERSIDAD PERUANA EN LIMA – PERÚ, EN EL MARCO DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS INICIATIVAS DE VINCULACIÓN ACADEMIA INDUSTRIA (INICIATIVAS DE FORTALECIMIENTO COMPETITIVOS)

Componente	2. Identificación de Prioridades, Asignación de Recursos y el Fortalecimiento de Capacidades de los Actores del SINACYT
Sub-componente	2.3. Implementación de las iniciativas para la competitividad
Actividad	2.3.2.2 Implementación de Fondos Concursables

1. ANTECEDENTES

El 08 de febrero del 2017, el Gobierno de la República del Perú firmó el contrato de préstamo N° 8682-PE con el Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF) para el cofinanciamiento y ejecución del proyecto Mejoramiento y Ampliación de los Servicios del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica – SINACYT. El objetivo central del proyecto es mejorar el desempeño del SINACYT, con la finalidad de contribuir a la diversificación económica y al desarrollo de la competitividad del Perú, reduciendo la vulnerabilidad del aparato productivo y logrando un desarrollo sostenible basado en el conocimiento.

En el marco del componente 2 del Proyecto, se viene realizando la identificación de prioridades, asignación de recursos y fortalecimiento de capacidades de los actores del SINACYT, cuyo objetivo es lograr el desarrollo de nuevos y mejorados productos o servicios intensivos en conocimiento, con altas probabilidades de inserción en el mercado global. Para ello, se ha contratado una firma Consultora para realizar la capacitación y asistencia técnica para la identificación, formulación e implementación de las Iniciativas de Vinculación Academia Industria (INICIATIVA DE FORTALECIMIENTO COMPETITIVO), el cual constituye una herramienta para lograr el cumplimiento de los objetivos institucionales. Asimismo, en las operaciones del Componente 2, se han desarrollado diversas actividades que van desde el análisis a nivel nacional, sectorial, diálogo público y privado destinadas a generar bajo plan(es) concreto(s) innovaciones tecnológicas que respondan a necesidades identificadas por las industrias seleccionadas.

Como parte del trabajo con los INICIATIVA DE FORTALECIMIENTO COMPETITIVOS incluidas dentro de las actividades del Componente 2, se han realizado diagnósticos y se ha priorizado la participación de actores clave de sectores específicos. Estas actividades se han llevado a cabo en una muestra de sectores para realizar el trabajo de las Iniciativas de Vinculación Academia-Industria

Previo al diagnóstico de los sectores, CONCYTEC seleccionó 8 industrias en las cuales se implementarán las IVAls (cultivo de uva, cultivo de frutas tropicales y subtropicales; elaboración y conservación de frutas, legumbres y hortalizas; elaboración y conservación de pescados, crustáceos y moluscos; extracción de otros minerales metalíferos no ferrosos; preparación e hilatura de fibras textiles; aserrado y acepilladura de madera; y turismo). En el transcurso del diagnóstico, se identificaron 8 cadenas productivas, a saber:

- IVAI de Textiles y Confecciones en Arequipa.
- IVAI de Granos Andinos en Ayacucho.
- IVAI de Destilados Premium en Lima Provincias.
- IVAI de Productos de Madera en Ucayali.
- IVAI de Super Frutas Tropicales en Madre de Dios.
- IVAI de Acuicultura Sostenible en Tumbes.
- IVAI de Proveedores de la Minería en Cajamarca.
- IVAI de Turismo en La Libertad y Lambayeque.

Además, para el desarrollo de lo previsto para contar con un Plan de Inversión, se han conformado Equipos Locales con participación de instituciones del SINACYT que acompañan el proceso. Además, de CONCYTEC están PRODUCE, MINCETUR, INNOVATE, ITP Y PROMPERÚ quienes han acreditado profesionales que integran los equipos locales para recibir la transferencia metodológica e implementar las acciones necesarias de las iniciativas de refuerzo competitivo.

Luego de un diagnóstico de 7 meses, se cuenta con un Plan de Inversión para cada una de las IVAIs.

La IVAI de Destilados Premium en Lima Provincias

En el Perú, el sector de destilados está compuesto por una gran cantidad de micro y pequeñas empresas, en su mayoría artesanales que producen en micro lotes, y pocas grandes empresas con volúmenes de producción muy altos que dominan el mercado.

Las empresas de mayor trayectoria, así como las más nuevas, apuestan por convertir su mercado en productos *premium* como principal característica para destacarse en el mercado local y, principalmente, para exportar sus productos, y ser galardonados en concursos internacionales en las diversas categorías de espirituosos.

En los últimos cinco años, el número de destiladoras se ha incrementado en promedio 8.67% anual, para el 2019 habían 544, concentrando el 35% de empresas formales en la región de Lima. Esta mayor concentración en Lima refleja principalmente al auge de las compañías pisqueras impulsadas por programas gubernamentales en pro de la bebida patrimonio nacional pero también la cercanía a facilidades de distribución desde la capital (aeropuerto internacional, puerto del Callao). Además de la presencia de todos los eslabones de la cadena productiva en la región Lima.

Para competir exitosamente en la industria de destilados actualmente, las empresas necesitan alcanzar mayores niveles de flexibilidad y capacidad de adaptación en sus portafolios de categorías de bebidas y marcas. Actualmente, la mayoría de las empresas tienen un nivel bajo de flexibilidad y capacidad de adaptación. Por otro lado, debe anotarse que en el clúster hay dos tipologías de empresas: productores tradicionales de pisco y productores de categorías emergentes, como whiskey, vodka y gin, para los cuales se busca lograr las siguientes transiciones:

- El mejoramiento en las acciones de posicionamiento del pisco como un destilado con categoría premium en mercados extranjeros.
- La innovación en las empresas para que amplíen su portafolio de marcas y categorías de productos en el mercado local.
- Avanzar en la adaptación de los productos para satisfacer mejor los intereses de nichos de mercado específicos, así como la búsqueda de estrategias de salida para marcas exitosas que sean del interés de casas distribuidoras globales.

Áreas de Mejora identificadas

Con miras a generar una transición estratégica entre las empresas locales de la industria de destilados, se identificaron las siguientes áreas de mejora, definidas en función de las brechas que existen en el clúster actualmente, en las que se centrará la definición de acciones en la tercera fase de la IVAI:

1. Área 1: Innovación para la exploración de propuestas únicas de destilados y mejoramiento de procesos con miras a una mayor flexibilización y capacidad de adaptación a mercados cambiantes.
2. Área 2: Diseño y promoción de marcas exitosas en nichos de mercados con potencial para el crecimiento de nuevas propuestas entre consumidores en proceso de sofisticación.
3. Área 3: Gestión para la eliminación de cuellos de botella en el desarrollo de la industria y promoción de líneas de apoyo que contribuyan a la innovación y diversificación del sector de destilados en Perú.

Líneas de Acción

En función de la estrategia y las áreas de mejora expuestas anteriormente, se definieron las siguientes líneas de acción mediante la participación de empresas e instituciones relacionadas con el sector:

- a) Línea de Acción 1: *Comunidad de innovadores en el sector de destilados*. El objetivo es diseñar y ejecutar un ciclo permanente de actividades, para la comunidad de destiladores, que sirvan para:
 - Difundir conocimiento específico y avanzado de la industria
 - Promover la colaboración y la búsqueda de sinergias entre destiladores artesanales Premium
 - Inspirar cambios innovadores a nivel de emprendimientos, productos y procesos
- b) Línea de Acción 2: *Plataforma para conexión de I+D+i con retos de la comunidad de destiladores*. El objetivo es establecer un sistema de colaboración en temas relacionados con I+D+i para:
 - Conectar centros de investigación y académicos con necesidades actuales y futuras de la industria de destilados
 - Implementar proyectos de I+D+i que sirvan para potenciar las capacidades de los destiladores locales en su búsqueda de mercados atractivos.
- c) Línea de Acción 3: *Mejoras en el entorno normativo para facilitar el cambio estratégico*. El objetivo es promover los cambios necesarios en el entorno normativo que favorezcan el desarrollo innovador en el sector de destilados.
- d) Línea de Acción 4: *Asistencia técnica profesional en branding y marketing*. El objetivo es diseñar y promocionar una imagen atractiva para la comercialización de destilados en nichos de mercado sofisticados, a nivel individual y grupal.
- e) Línea de Acción 5: *Sistema de información ágil de mercados y tendencias*. El objetivo es proporcionar información de mercado de manera periódica, como vehículo que aporte *insights* sobre el consumidor y su evolución.

En línea con la estrategia y las líneas de acción definidas como resultado de la IVAI, en particular la línea de acción 4, los presentes términos de referencia contribuirán positivamente a la activación del proceso de implementación de acciones y, más importante, al mejoramiento de las capacidades de las empresas locales en el área de marketing digital, la cual resulta crucial para el éxito en un mercado nacional e internacional en el que la competencia es cada vez más intensa y depende en gran medida de las condiciones que las empresas tienen para diseñar y comunicar una imagen atractiva que facilite el proceso de captación de clientes en nichos de mercado sofisticados.

2. OBJETIVOS DE LA CONSULTORÍA

2.1. Objetivo General

Contratar los servicios de una agencia de marketing digital para desarrollar un curso de formación intensivo (bootcamp) en conceptos y herramientas en la materia, dirigido a empresas destiladoras del Perú; y para brindarles asistencia técnica en el diseño de estrategias de marketing digital tanto a las empresas individualmente (y su toolkit asociado), como al conjunto de éstas mediante un diagnóstico para generar una marca específica de los destilados peruanos distintos del pisco.

2.2. Objetivos Específicos

- Diseñar e impartir una formación intensiva (tipo bootcamp), en formato virtual, en la que se enseñen conceptos y herramientas asociadas al marketing digital para representantes de empresas del sector de destilados peruano.
- Brindar asistencia técnica individual a diez (10) empresas del sector de destilados en Perú, en modalidad virtual, para el diseño de una estrategia digital y toolkit asociado.
- Brindar asistencia técnica para elaborar un diagnóstico que permita identificar lo necesario para generar una marca específica que promocióne los destilados peruanos distintos del pisco.

3. ALCANCE DE LOS SERVICIOS, TAREAS Y PRODUCTOS PREVISTOS.

La formación intensiva (bootcamp) y la asistencia técnica se desarrollarán en un período de 9 semanas, de manera virtual.

- La formación intensiva (bootcamp) se realizará en 3 sesiones de 4 horas de duración
- Se contemplan 9 semanas para la ejecución de la realización de la asistencia técnica.
- Idioma: El servicio de consultoría será dictado en español
- El Bootcamp podrá contar con participantes de empresas destiladoras peruanas con cargo de dirección vinculados al marketing digital.
- Los materiales y recursos para la implementación del curso de formación, así como los costos de traslado, en caso sea necesario realizar visitas presenciales, serán cubiertos por la institución consultora.

3.1 ACTIVIDADES A REALIZAR

La firma consultora desarrollará las actividades necesarias para cumplir el objeto del contrato, siguiendo los procedimientos y estándares que se indican a continuación. Como mínimo el servicio deberá cumplir:

- Curso de formación intensiva (Bootcamp) en marketing digital para empresas del sector de destilados peruano:
 - Lugar: Formato virtual, en plataforma provista por la empresa consultora.
 - Duración: 12 horas distribuidas en tres (3) sesiones de formación, de cuatro (4) horas por cada sesión.
 - Horarios: por definir, sin embargo, se realizará durante dos días seguidos (i.e.: dos sesiones el primer día y una sesión en el segundo día, o viceversa).
 - Participantes:
 - El bootcamp se realizará, por medios virtuales, con una capacidad máxima de cien (100) participantes. Cada empresa podrá participar

con máximo dos (2) participantes, en la medida que las personas cumplan con el perfil descrito en el siguiente punto. Las empresas interesadas podrán registrarse de manera online a través del sistema que determine la empresa consultora (quien, además, administrará la plataforma digital). A las empresas y sus participantes que cumplan con los criterios se les asignarán los cupos, por orden de llegada, mientras exista disponibilidad.

- El perfil de los participantes: podrán asistir representantes de empresas destiladoras con injerencia en la toma de decisiones vinculados con el diseño de la estrategia de marketing en las empresas, tales como gerentes o directores generales, de marketing/ comerciales, o afines.
 - Los participantes de las 10 empresas seleccionadas para la Asistencia Técnica (2 por empresa, para un total de 20 participantes) tendrán que asistir de manera obligatoria a este bootcamp (Ver componente “Asistencia técnica individual en marketing digital y diseño de toolkit para diez (10) empresas del sector peruano de destilados”).
 - Las sesiones de formación deben ser grabadas y puestas a disposición de CONCYTEC.
 - Los materiales de la formación deben estar disponibles en formato digital.
 - Los materiales de apoyo sean realizados en un formato de fácil lectura e ilustrada.
 - Los materiales elaborados durante la prestación de los servicios de consultoría pasarán a ser propiedad de CONCYTEC (i.e.: documentos para lectura, presentaciones, videos, ejercicios prácticos, entre otros).
 - Al finalizar el bootcamp, es necesario entregar constancias de participación a las personas que concluyan la formación con éxito.
 - Contenidos mínimos a cubrir en las sesiones serán como sigue:
 - Sesión 1: audiencias de las estrategias de marketing digital, contexto de mercado (nacional e internacional), contexto de la categoría destilados, datos que aporten insights para el diseño de la estrategia de marketing digital.
 - Sesión 2: tendencias de comunicación de la categoría destilados, formatos (performance/implementación), estrategias de comunicación (dos y dont’s en presencia digital), estrategia de medios digitales, gestión de redes (best practices) y benchmarks.
 - Sesión 3: creatividad, inspiración, benchmarks creativos, tendencias (diseño, color, fotografía, etc.), formatos (aplicación de creatividad a formatos específicos).
- Asistencia técnica individual en marketing digital y diseño de toolkit para diez (10) empresas del sector peruano de destilados
 - Lugar: Sesiones de trabajo en modalidad virtual, en plataforma provista por la empresa consultora.
 - Duración: Mínimo cuatro (4) sesiones de trabajo con cada empresa de, al menos, (2) horas por cada sesión.
 - Participantes: Diez (10) empresas destiladoras de diferentes categorías de bebidas como pisco, whisky, vodka, gin y ron, entre otras.
 - Temática:
 - Sesión 1 – Kick-off: con base en lo expuesto en el pitch presentado por la empresa al finalizar el bootcamp en marketing digital, se ahonda en las necesidades y se acuerda un plan de trabajo para el desarrollo de la asistencia técnica.

- Sesión 2 – Diagnóstico: en función de las necesidades en materia de marketing digital, se presenta a la empresa datos e información que permita tomar decisiones frente a la estrategia digital que se diseñará.
- Sesión 3 – Estrategia digital: con base en los datos analizados y los acuerdos con la empresa, se presenta la estrategia digital en función de la cual se creará el toolkit de la empresa.
- Sesión 4 – Toolkit: presentación de las piezas diseñadas para la implementación de la estrategia digital por parte de la empresa.
- Asistencia técnica para elaborar un diagnóstico que permita identificar lo necesario para generar una marca específica que promocione los destilados peruanos distintos del pisco.
 - Lugar: Sesiones de trabajo en modalidad virtual, en plataforma provista por la empresa consultora.
 - Duración: Mínimo cuatro (4) sesiones de trabajo con un grupo de máximo cinco (5) personas por vez, incluyendo representantes de Promperú y de empresas destiladoras dentro de las categorías seleccionadas de, al menos, (2) horas por cada sesión.
 - Participantes: Diez (10) empresas destiladoras de diferentes categorías de bebidas como pisco, whisky, vodka, gin y ron, entre otras (incluidas en la AT individual).
 - Temática:
 - Requerimientos sobre marca específica para promocionar categorías de destilados a base de ingredientes “únicos” que ofrece la biodiversidad de Perú (no incluye el pisco).
 - Categorías mínimas por incluir: vodka, whisky, ron, gin y cañazo.
 - Las sesiones de trabajo deben contener:
 - i. kick-off para planear actividades,
 - ii. recolección de información y datos que alimente el diagnóstico.
 - iii. Revisión con las empresas de aspectos necesarios para poder contar con:
 - una estrategia digital,
 - branding y eslogan,
 - contenidos para un landing page.

Para el desarrollo de las actividades descritas anteriormente, se contempla una **duración total de 11 semanas** distribuidas de la siguiente manera:

Actividad	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11
Plan de trabajo para el desarrollo del proyecto											
Curso de formación intensivo (bootcamp) – 12 horas											
Asistencia técnica en marketing digital y diseño de toolkit para diez (10) empresas											
Asistencia técnica para un diagnóstico de lo necesario para generar una marca sectorial de destilados peruanos distintos del pisco.											
Elaboración y presentación de entregable final.											

3.2 ENTREGABLES

La firma consultora deberá generar los siguientes productos:

Producto	Descripción
Producto 1: Plan de trabajo	Plan de trabajo detallado de las actividades a realizar, indicando un cronograma de las acciones.
Producto 2: Informe de formación (bootcamp) en marketing digital	Informe escrito detallando evidencias de haber brindado la capacitación y los resultados obtenidos en el proceso de formación, que incluya: <ul style="list-style-type: none"> • Listados de asistencia. • Material audiovisual de la implementación de las sesiones (fotografías y/o videos). • Grabaciones de las sesiones. • Encuesta de evaluación sobre los contenidos, capacitadores y materiales. • Resultados de los ejercicios prácticos durante las sesiones. • Materiales empleados y complementarios (de ser el caso), escrito y audiovisual, de las sesiones de formación.
Producto 3: Documento de las estrategias de marketing digital brindada a las diez (10) empresas atendidas y material de apoyo.	Documento de las estrategias y material de apoyo, para cada una de las diez (10) empresas, que incluya: <ul style="list-style-type: none"> • Minutas de cada una de las sesiones de trabajo. • Diagnóstico en que se basa la estrategia digital con el análisis de datos. • Estrategia digital diseñada • Toolkit con piezas diseñadas de acuerdo con el concepto de campaña. • Archivos editables de las piezas diseñadas en el toolkit a ser proporcionadas de manera virtual.
Producto 4: Documento del diagnóstico de lo necesario para generar una marca sectorial de destilados peruanos distintos del pisco	Documento del branding y la estrategia, que incluya: <ul style="list-style-type: none"> • Minutas de cada una de las sesiones de trabajo • Diagnóstico basado en análisis de datos para diseñar la estrategia digital. • Recomendaciones sobre lo necesario para generar una marca específica en aspectos tales como: <ul style="list-style-type: none"> ○ una estrategia digital, ○ branding y eslogan, ○ contenidos para un landing page ○ otros relevantes
Producto 5: Informe final para el cierre del proyecto	Informe que incluya el resumen general de las actividades desarrolladas y recomendaciones, y un listado de referencia a los productos generados.

El servicio será ejecutado en un período de noventa (90) días calendarios, contados a partir del día siguiente de la firma del contrato.

Los entregables se presentarán al correo electrónico de mesa de partes (mesadepartes@concytec.gob.pe.). El cual deberá estar firmado y visado en cada hoja correctamente. La entrega de los productos/entregables será además en formato digital, en

máxima calidad (Disco Externo) previa coordinación con el área usuaria, mediante acta de entrega de acuerdo a los plazos establecidos.

4. PERFIL DE LA FIRMA CONSULTORA Y DEL PERSONAL CLAVE

La firma consultora puede ser una empresa o un consorcio de empresas, la cual debe contar con personería jurídica nacional o internacional y debe cumplir los requisitos mínimos.

4.1. Experiencia de la firma consultora

La firma consultora puede ser una empresa o un consorcio de empresas, la cual debe contar con personería jurídica nacional o internacional y debe cumplir los siguientes requisitos mínimos:

- Mínimo 2 años de existencia.
- Experiencia en proyectos a nivel internacional.
- Experiencia en marketing digital para empresas del sector de destilados
- Experiencia en marketing digital en el mercado peruano
- Experiencia en capacitaciones en marketing digital
- Experiencia en desarrollo web

4.2. Experiencia del personal clave

La firma consultora para prestar los servicios de capacitación y asistencia técnica a las empresas del sector destilados contará con un equipo de consultores que incluyan, como mínimo, profesionales con el siguiente perfil:

- Director de proyecto: director de cuenta o project manager senior con mínimo 8 años de experiencia y background en manejo de cuentas de bebidas alcohólicas/productos de consumo masivo y proyectos regionales.
- Director de data: director de data, intelligence o analytics con mínimo 10 años de experiencia y background en manejo de cuentas de bebidas alcohólicas/productos de consumo masivo y proyectos regionales.
- Director de planeación: director de planeación estratégica con mínimo 10 años de experiencia y background en manejo de cuentas de bebidas alcohólicas/productos de consumo masivo y proyectos regionales.
- Director creativo: mínimo 10 años de experiencia y background en manejo de cuentas de bebidas alcohólicas/productos de consumo masivo y proyectos regionales.
- Copy senior: redactor creativo con mínimo 5 años de experiencia en su rol. Deseable: manejo de cuentas de bebidas alcohólicas/productos de consumo masivo.
- Gráfico senior: diseñador gráfico con mínimo 5 años de experiencia en su rol. Deseable: manejo de cuentas de bebidas alcohólicas/productos de consumo masivo.

Cuadro N° 01: Personal Clave

Profesional	Perfil mínimo	Responsabilidades	Experiencia mínima requerida
Director de proyecto	Profesional en: Carreras relacionadas con comunicación (diseño gráfico, publicidad, comunicación social, entre otras) Ingenierías Ciencias económicas y administrativas Especialización en gerencia de proyectos	Coordinar al equipo de trabajo del proyecto Velar por la correcta ejecución de actividades en cumplimiento de términos de calidad y tiempo Servir de punto de contacto inmediato con entidad cliente del proyecto (CONCYTEC)	Ocho (8) años de experiencia y background en manejo de cuentas de bebidas alcohólicas/productos de consumo masivo y proyectos regionales.
Director de data	Profesional en: Carreras relacionadas con comunicación (diseño gráfico, publicidad, comunicación social, entre otras) Ingenierías Ciencias económicas y administrativas Experiencia en data, intelligence o analytics	Liderar la puesta en marcha de procesos de análisis de datos adecuados para el diseño de estrategias digitales en las empresas beneficiarias del proyecto. Participación como formador en el bootcamp en temáticas relacionadas con su expertise.	Diez (10) años de experiencia y background en manejo de cuentas de bebidas alcohólicas/productos de consumo masivo y proyectos regionales.

Profesional	Perfil mínimo	Responsabilidades	Experiencia mínima requerida
Director de planeación	<p>Profesional en:</p> <p>Carreras relacionadas con comunicación (diseño gráfico, publicidad, comunicación social, entre otras)</p> <p>Ingenierías</p> <p>Ciencias económicas y administrativas</p> <p>Experiencia en planeación de estrategias de marketing digitales</p>	<p>Liderar la puesta en marcha de procesos de planeación estratégica adecuados para el diseño de estrategias digitales en las empresas beneficiarias del proyecto.</p> <p>Participación como formador en el bootcamp en temáticas relacionadas con su expertise.</p>	<p>Diez (10) años de experiencia y background en manejo de cuentas de bebidas alcohólicas/productos de consumo masivo y proyectos regionales.</p>
Director creativo	<p>Profesional en:</p> <p>Carreras relacionadas con comunicación (diseño gráfico, publicidad, comunicación social, entre otras)</p> <p>Experiencia en procesos de dirección creativa para estrategias de marketing digital</p>	<p>Liderar la puesta en marcha de procesos de planeación estratégica adecuados para el diseño de estrategias digitales en las empresas beneficiarias del proyecto.</p> <p>Participación como formador en el bootcamp en temáticas relacionadas con su expertise.</p>	<p>Diez (10) años de experiencia y background en manejo de cuentas de bebidas alcohólicas/productos de consumo masivo y proyectos regionales.</p>
Copy senior	<p>Profesional en:</p> <p>Carreras relacionadas con comunicación (diseño gráfico, publicidad, comunicación social, entre otras)</p>	<p>Redacción de textos publicitarios como parte de la intervención en marketing digital para las empresas beneficiarias</p>	<p>Cinco (5) años de experiencia en su rol. Deseable: manejo de cuentas de bebidas alcohólicas/productos de consumo masivo.</p>

Profesional	Perfil mínimo	Responsabilidades	Experiencia mínima requerida
Gráfico senior	Profesional en: Diseño gráfico	Diseño de piezas gráficas como parte de la intervención en marketing digital para las empresas beneficiarias	Cinco (5) años de experiencia en su rol. Deseable: manejo de cuentas de bebidas alcohólicas/productos de consumo masivo.
Diseñador UX/UI	Profesional en: Ingenierías relacionadas con sistemas e informática	Responsable de usabilidad, navegación y diseño visual de la interfaz de productos digitales	Cinco (5) años de experiencia en su rol. Deseable: manejo de cuentas de bebidas alcohólicas/productos de consumo masivo.

La firma consultora no podrá cambiar al personal propuesto para el desarrollo del servicio, salvo que el CONCYTEC formalmente lo autorice, en cuyo caso el profesional reemplazante debe contar con un perfil y nivel de experiencia igual o superior al del personal propuesto

5. PLAZOS DE ENTREGA DE PRODUCTOS Y FORMA DE PAGO:

Cuadro N° 02: Pagos

Pago	Entregable	Plazo máximo (días calendario) (*)	Forma de pago (**)
1	Entregable 1, el cual incluye lo siguiente: <ul style="list-style-type: none">• Producto 1: Plan de trabajo.	Hasta 10 días contados de la firma del contrato o fecha establecida	30%
2	Entregable 2 , el cual incluye lo siguiente: <ul style="list-style-type: none">• Producto 2: Informe de formación (bootcamp) en marketing digital.• Producto 3: Documento de las estrategias de marketing digital brindada a las diez (10) empresas atendidas y material de apoyo.• Producto 4: Documento del Documento del diagnóstico de lo necesario para generar una marca sectorial de destilados peruanos distintos del pisco.• Producto 5: Informe final para el cierre del proyecto.	Hasta 90 días contados de la firma del contrato o fecha establecida	70%

(*) Desde la firma del contrato.

(**) A la conformidad del entregable.

6. COORDINACIÓN, SUPERVISION Y CONFORMIDAD DEL SERVICIO

La coordinación y supervisión de la consultoría estará bajo la responsabilidad de la de la Dirección de Políticas y Programas del CONCYTEC y la conformidad del servicio estará a cargo de la Sub Dirección de Innovación y Transferencia Tecnológica.

7. CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACION

Toda información obtenida por la Firma Consultora, así como sus informes y los documentos que produzca, relacionados con la ejecución de su contrato, deberá ser considerada confidencial, no pudiendo ser divulgados sin autorización expresa por escrito del CONCYTEC.

8. CONFLICTO DE INTERES – ELEGIBILIDAD

Para efectos de la decisión de participar en el proceso de selección y/o aceptación de la contratación, los candidatos deberán tener en cuenta las causales de conflicto de interés y elegibilidad establecidas en las Normas de Selección y Contratación de Consultores con Préstamos del BIRF, Créditos de la AIF & Donaciones por Prestatarios del Banco Mundial, numerales 1.9 y del 1.11 al 1.13 de Normas Enero 2011 y 2014, los cuales podrán ser consultados en la página Web:

<http://pubdocs.worldbank.org/en/552631459190145041/ProcurementConsultantHiringGuidelinesSpanishJuly2014.pdf>