

# PROYECTO MEJORAMIENTO Y AMPLIACIÓN DE LOS SERVICIOS DEL SISTEMA NACIONAL DE CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

## TÉRMINOS DE REFERENCIA

### SERVICIO DE DISEÑO, PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DE CAMPAÑA MASIVA DE DIFUSIÓN PARA LAS IVAI

Componente 2	Identificación de prioridades, asignación de recursos y el fortalecimiento de capacidades de los actores del SINACYT
Sub-componente 2.2	Formulación de iniciativas para la competitividad
Actividad 2.2.5	Estrategia comunicacional del Componente 2

#### 1. ANTECEDENTES

El 08 de febrero del 2017 el Gobierno de la República del Perú firmó el contrato de préstamo BIRF 8682-PE con el Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF) para la ejecución del Proyecto de Mejoramiento y Ampliación de los Servicios del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica-SINACYT, cuya finalidad es mejorar el desempeño del SINACYT (que implica mejor gestión, mejor priorización y asignación de recursos de CTI, mayor investigación aplicada, entre otros), con las finalidades de contribuir a la diversificación económica y competitividad del Perú, ello ayudará a reducir la vulnerabilidad del aparato productivo del Perú y finalmente lograr el desarrollo sostenible en el tiempo basado en el conocimiento.

El Proyecto consta de los siguientes componentes:

**Componente 1:** Mejoramiento de la institucionalidad y gobernanza del SINACYT. El objetivo de este componente es implementar un nuevo marco normativo para el SINACYT y un nuevo plan estratégico para el desarrollo de CTI, que promueva el crecimiento sostenible a través de la diversificación productiva, mayor complejidad de la producción y el incremento de la inversión de CTI.

**Componente 2:** Identificación de Prioridades, asignación de recursos y fortalecimiento de capacidades de los actores del SINACYT. El objetivo de este componente es lograr el desarrollo de nuevos y mejorados productos o servicios intensivos en conocimiento, con altas probabilidades de inserción en el mercado global.

**Componente 3:** Desarrollar el SINACYT a través de becas, financiamiento de equipos y proyectos de I+D+i. El objetivo de este componente es desarrollar el SINACYT facilitando los recursos necesarios para llevar a cabo investigación aplicada.

**Componente 4:** Gestión de Proyecto. El objetivo de este componente es fortalecer la capacidad institucional y organizativa de FONDECYT<sup>1</sup>, necesaria para la implementación exitosa de las actividades apoyadas por el Proyecto, incluyendo el

---

<sup>1</sup> Mediante el Decreto Supremo N° 051-2021-PCM de 24 de marzo de 2021, se crea el Programa Nacional de Investigación Científica y Estudios Avanzados - PROCIENCIA, que absorbe por fusión al Fondo Nacional de Desarrollo Científico y de Innovación Tecnológica – FONDECYT; asimismo, se advierte en la Séptima Disposición Complementaria Final de la norma señalada, concerniente a las referencias normativas y documentales, que culminado el proceso de fusión, toda referencia al Fondo Nacional de Desarrollo Científico, Tecnológico y de Innovación Tecnológica – FONDECYT se entiende realizada al Programa Nacional de Investigación Científica y Estudios Avanzados – PROCIENCIA

cumplimiento de los requisitos de adquisiciones y contrataciones, salvaguardas, gestión financiera y supervisión y evaluación.

Como parte de la implementación del Componente 2, se está desarrollando un proceso estratégico en ocho cadenas de valor seleccionadas con el fin de potenciar la productividad, promover la inserción en mercados más atractivos e impactar en la competitividad. Las Iniciativas de Vinculación para Acelerar la Innovación (IVAI), tendrán una duración de 7 meses y se desarrollarán a través de diálogos público/privados entre **academia - industria – Estado**, donde se identificarán oportunidades de innovación para la creación o mejora de procesos y productos de bienes o servicios.

Para difundir este proceso, su importancia y resultados, y posicionar en la opinión pública la importancia de trabajar juntos entre varios sectores de la sociedad, se requiere contratar una firma consultora para el diseño, producción y ejecución de una campaña de difusión de alto impacto que pueda viralizar y calar este concepto, a través de los medios digitales, en la sociedad civil.

## **2. OBJETIVO DE LA CONSULTORÍA**

### **2.1 Objetivo General**

Diseño, producción y ejecución de una campaña digital masiva de difusión sobre innovación productiva, tomando en cuenta los avances e impactos de las IVAIs “Iniciativas de Vinculación para Acelerar la Innovación”, proceso que se realiza en distintas regiones del país, en el marco del Proyecto “MEJORAMIENTO Y AMPLIACIÓN DE LOS SERVICIOS DEL SINACYT”.

### **2.2 Objetivos específicos**

Difundir y posicionar en la opinión pública la importancia que tiene la innovación en el desarrollo sostenible del Perú, la importancia de la vinculación academia-empresa-Estado, y los alcances del proceso de las IVAIs “Iniciativas de Vinculación para Acelerar la Innovación” como una muestra del trabajo colaborativo efecto.

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

La difusión de esta campaña masiva de alto impacto deberá reflejar el trabajo que se viene desarrollando en el proceso de diálogo público – privado y la importancia de trabajar juntos entre academia – industria y Estado para lograr una mayor productividad y, en consecuencia, una mejor productividad del país.

Es importante mencionar que esta consultoría sumará al trabajo de implementación del Componente 2, visibilizando las acciones estratégicas que se vienen desarrollando para promover la vinculación academia – industria en el Perú, y posicionando los temas que promueven el desarrollo económico y la competitividad desde la innovación y el conocimiento.

La presente consultoría se enmarca en el Sub-componentes 2.2, formulación de iniciativas para la competitividad, donde el Proyecto establece la Actividad 2.2.5, correspondiente a la Estrategia Comunicacional del Componente 2.

### **3.1 ACTIVIDADES A REALIZAR**

La campaña de difusión masiva debe considerar:

<b>Objetivo general:</b>	Posicionar la importancia de la ciencia, la innovación y la tecnología en el desarrollo económico y en la mejora de la productividad en el país, y con ello, la necesidad de trabajar juntos entre Estado – Academia e Industria.
<b>Objetivo específico:</b>	Diseñar y ejecutar una campaña de difusión que, en sí misma y por la fuerza de su creatividad, se convierta en viral a nivel nacional; logrando que los ciudadanos tomen conciencia que: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Todo ciudadano(a) es capaz de innovar para mejorar su vida y su productividad.</b></li> <li>• <b>Todos podemos ser parte de la transformación del país, con inventiva y creatividad.</b></li> <li>• <b>Con CTI nuestros emprendimientos y negocios serán más efectivos.</b></li> <li>• <b>Si logramos una mayor vinculación entre la academia y la industria podremos apuntar a ser más competitivos como país.</b></li> <li>• <b>En el Perú se están desarrollando grandes innovaciones y procesos de mejora gracias al trabajo colaborativo entre varios sectores.</b></li> </ul>
<b>Tiempo de duración:</b>	1 mes
<b>Medios de difusión:</b>	Redes sociales / mail / WhatsApp Medios de comunicación abierta Medios digitales
<b>Público Objetivo:</b>	* Público en general * Innovadores y emprendedores * Investigadores y académicos de la ciencia
<b>Tratamiento:</b>	Creación de contenido Diseño de piezas virales

El servicio debe considerar al menos:

- Diseño estratégico y conceptual de la campaña
- Propuesta creativa para conseguir la viralidad
- Línea gráfica y visual
- Slogan de la campaña
- Mensajes fuerza
- Propuestas de # hashtag
- Plan de ejecución y diseño de pauta
- Generación de contenido
- Identificación y gestión con influencers o KOLs
- Diseño y producción de piezas comunicacionales, tales como branding, banners para redes sociales, envío de correos masivos, piezas para WhatsApp, videos virales, etc. Branding
- Ejecución de la campaña
- Pautaje en redes sociales de alto impacto en Perú
- Gestión en medios de comunicación para entrevistas y reportajes

- Reportes y evaluación de impacto
- Pautas de sostenibilidad de los mensajes fuerza.

### 3.2 ENTREGABLES (PRODUCTOS)

El contrato tendrá una duración de noventa (90) días calendario, a partir del día siguiente de la firma del contrato.

Entregable	Plazo
Propuesta conceptual creativa y plan de campaña.	Hasta los 15 días calendario a partir del día siguiente de notificada la orden.
Informe de ejecución de la campaña y piezas comunicacionales producidas y difundidas.	Hasta 90 días calendario a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio.

A partir del día siguiente de suscrito el contrato:

Hasta el día 15:	Propuesta conceptual creativa y plan de campaña.
Hasta el día 49:	Producción de piezas comunicacionales
<b>Del día 50 al día 80:</b>	<b>Ejecución de la campaña (30 días)</b>
Del día 81 al día 90:	Elaboración de informe y evaluación de impacto

**Monto máximo de la campaña: 200.000 soles a todo costo.**

**El presupuesto deberá ser a todo costo, incluyendo diseño de la campaña, producción de piezas comunicacionales, ejecución, gestión y pauta; así como impuestos de ley y cualquier otro gasto que se genere del servicio.**

El servicio se deberá realizar en coordinación con el área usuaria y con la responsable de la implementación de la Estrategia de Comunicaciones del Componente 2.

La campaña será ejecutada en equipo, conjunto con el área de Comunicación del CONCYTEC.

Los entregables se presentarán al correo electrónico de mesa de partes ([mesadepartes@concytec.gob.pe](mailto: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. REQUISITOS SOBRE LA COMPOSICIÓN DEL EQUIPO Y LAS CALIFICACIONES DEL PERSONAL CLAVE

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

### 4.1 Experiencia

La firma consultora debe acreditar la siguiente experiencia específica:

- Persona jurídica con experiencia en el diseño y producción de campañas de difusión:
  - Experiencia mínima de 3 campañas de alto impacto en entidades públicas y/o privadas, en los últimos 5 años.
  - Contar con un portafolio de campañas realizadas, incluyendo una muestra de piezas comunicacionales producidas e impactos alcanzados

#### 4.2 Personal clave

La firma consultora debe acreditar un personal mínimo, conformado por:

- Director creativo
- Director de arte

En el Cuadro 1, se describe el perfil mínimo requerido para cada uno de los miembros del personal clave de la consultoría.

La firma consultora no podrá cambiar al personal propuesto para el desarrollo del servicio, salvo que el área técnica usuaria 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.

**Cuadro 1. Personal clave**

Profesional	Perfil mínimo	Responsabilidades	Experiencia general mínima (*)	Experiencia específica mínima
Director Creativo	Bachiller en ciencias de la comunicación, marketing o afines.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser el responsable del desarrollo de la campaña.</li> <li>• Dirigir el proceso creativo, de producción e implementación de la campaña.</li> <li>• Ser el interlocutor con la institución contratante.</li> <li>• Coordinar con el equipo técnico y humano para la realización de la campaña.</li> <li>• Entregar los informes y productos solicitados.</li> </ul>	Haber liderado campañas masivas de comunicación para entidades públicas y/o privadas en Perú.	Experiencia de 3 años en la realización de campañas de difusión masiva de alto impacto.
Director de Arte	Técnico en ciencias de la comunicación, marketing o afines.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar la propuesta creativa de la campaña, incluyendo conceptos visuales, ideas fuerza y slogan.</li> <li>• Proponer recursos comunicacionales de alto impacto para</li> </ul>	Haber trabajado en el diseño de campañas masivas de comunicación para entidades públicas y/o privadas en Perú.	Experiencia de 3 años en la realización de campañas de difusión masiva de alto impacto.

		lograr viralizar la campaña. • Proponer las piezas gráficas necesarias y su abordaje conceptual visual.		
--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

Asimismo, se requiere la participación en el equipo de producción a un/a Productor/a Audiovisual y un/a Diseñador Gráfico, para lo cual será necesario presentar su hoja de vida.

## 5. REQUISITOS SOBRE LA PRESENTACIÓN DE INFORMES Y PLAZO PARA LA ENTREGA DE PRODUCTOS

Todos los productos deben ser entregados vía correo electrónico -por mesa de partes- y versión física en disco externo con el material final y editable en alta calidad. La forma de pago se realizará en 02 armadas, según lo indicado en el Cuadro 2.

**Cuadro 2. Forma de Pago**

N°	Entregable	Plazo	Pago
1	Propuesta conceptual creativa y plan de campaña.	Hasta los 15 días calendario a partir del día siguiente de notificada la orden.	50%
2	Informe de ejecución de la campaña y piezas comunicacionales producidas.	Hasta 90 días calendario a partir del día siguiente de notificada la orden.	50%

### Forma de Pago

El pago se realizará contra la presentación del entregable señalado, previo informe técnico del especialista de Comunicación del Proyecto CONCYTEC – Banco Mundial.

## 6. COORDINACIÓN, SUPERVISION Y CONFORMIDAD DEL SERVICIO

La conformidad estará a cargo de la Sub Dirección de Innovación y transferencia Tecnología de la Dirección de Programas y Políticas de CTi del CONCYTEC y un informe técnico del Especialista de Comunicación del Proyecto CONCYTEC – Banco Mundial para cada uno de los entregables.

## 7. SUPERVISION DEL SERVICIO

El servicio estará bajo supervisión de la Sub Dirección de Innovación y Transferencia Tecnológica de la Dirección de Programas y Políticas de Cti del CONCYTEC

## 8. CONFIDENCIALIDAD

Toda información obtenida por el Consultor, 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 de Prociencia.

## **9. CONFLICTO DE INTERÉS – 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 de enero 2011 y revisada en julio del 2014, la cual podrá ser consultada en la página Web:

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