



TÉRMINOS DE REFERENCIA

CONTRATACIÓN DE UNA CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING DEL PROGRAMA PROINNÓVATE

I. Antecedentes

El Programa Nacional de Desarrollo Tecnológico e Innovación - ProInnovate del Ministerio de la Producción fue creado el 25 de marzo del 2021, mediante Decreto Supremo N° 009-2021-PRODUCE y sobre la base del Programa Nacional de Innovación para la Competitividad y Productividad – Innóvate Perú.

ProInnovate busca mejorar los niveles de competitividad y productividad del país a través del impulso y consolidación de la innovación entre los actores del ecosistema de la innovación y emprendimiento. Para lograr sus objetivos, el programa diseña concursos de adjudicación de fondos no reembolsables que cofinancian proyectos de innovación y emprendimiento innovador.

El 22 de agosto de 2016 se firmó el Contrato de Préstamo N° 3700/OC-PE entre la República del Perú y el BID para contribuir a la financiación y ejecución del proyecto de inversión pública (PIP) Mejoramiento de los Niveles de Innovación Productiva a Nivel Nacional (código SNIP 339441).

El Consejo Directivo, aprobado mediante Resolución Ministerial N°197-2017-PRODUCE de fecha 04 de mayo del 2017, en su sesión ordinaria I-2017, realizada el 10 de mayo del 2017, aprobó el Reglamento Operativo del Proyecto “Mejoramiento de los Niveles de Innovación Productiva a Nivel Nacional”, correspondiente al Contrato de Préstamo N° 3700/OC-PE entre la República del Perú y el Banco Interamericano de Desarrollo. El Proyecto comprende dos componentes de intervención: Componente 1: Mejora de las capacidades para innovar en industria y servicios, Componente 2: Entorno para la Innovación Productiva.

Dentro del Componente II se encuentra el Subcomponente 1: Fortalecimiento del Programa Nacional para la Innovación para la Competitividad y la productividad -PNICP (ProInnovate). El objetivo del Subcomponente es “fortalecer las capacidades técnicas e institucionales que permitan a PNICP asumir con



eficacia, eficiencia y alto impacto los desafíos de las nuevas líneas de intervención relacionadas con el desarrollo del ecosistema de innovación, emprendimiento y desarrollo productivo”.

En esta línea de actividad del subcomponente, uno de los aspectos del fortalecimiento institucional en que debe enfocarse el proyecto es el diseño e implementación de estrategias para mejorar la focalización y cobertura, con el objetivo de ampliar la cobertura del PNICP en el territorio nacional y focalizar mejor las intervenciones en la población objetivo del programa. En este caso, se busca aumentar el alcance del Programa a nivel nacional, así como mejorar la propuesta de instrumentos y las plataformas de soporte comunicacional según los perfiles y requerimientos de cada tipo de beneficiario para reforzar el accionar de ProInnovate e incrementar su nivel de impacto.

Ello se deberá plasmar en una estrategia integral de marketing para el Programa, así como para su portafolio de concursos. De esta manera, contar con un Plan Estratégico de Marketing permitirá a ProInnovate mantener la sostenibilidad y efectividad de sus intervenciones en el ecosistema nacional de innovación.

II. Objetivos

1. Objetivo General:

Contar con los servicios de una agencia de Marketing y/o Comunicaciones que desarrolle un Plan Estratégico de Marketing de ProInnovate, que contemple la planificación e implementación de acciones orientadas a la mejora de la reputación institucional y el posicionamiento de la marca ProInnovate y de sus instrumentos en el ecosistema de innovación peruano.

2. Objetivos Específicos

- 2.1. **Identificar** los perfiles del público objetivo y de los beneficiarios de los concursos; la priorización de estos en relación con los instrumentos del programa, así como los procesos de comunicación y atención a lo largo de la relación de estos públicos y beneficiarios con ProInnovate.
- 2.2. **Elaborar** un análisis del posicionamiento actual de ProInnovate y del enfoque actual de los instrumentos del programa y de los canales de difusión con los públicos directos. Evaluar la identificación y eficiencia de dichos canales.

- 2.3. Determinar** la propuesta de valor más apropiada para cada grupo y perfil identificado sobre la base del análisis anterior (punto 2.2), que tome en cuenta la efectividad de la comunicación con estos.
- 2.4. Formular** una propuesta de nuevas rutas y/o canales y herramientas de comunicación (Ruta estratégica de ProInnovate) y otras acciones institucionales -de acuerdo con el análisis del punto 2.2- para fomentar el acercamiento a las postulaciones de concursos enfocados en temáticas regionales y fortalecer la difusión de manera descentralizada.
- 2.5. Evaluar e implementar** las acciones prioritarias identificadas en el análisis y en la propuesta anterior, en coordinación con el programa.

III. Actividades

Para alcanzar los objetivos enunciados en la sección II, el proveedor deberá brindar un servicio integral de planificación estratégica de marketing, de manera que se pueda reforzar/posicionar la imagen de ProInnovate en el público objetivo definido, así como los canales de difusión adecuados y acciones de comunicación para darle visibilidad a los instrumentos de menor alcance. Para ello, deberá realizarse, en primer lugar, un estudio de segmentación y focalización, así como el desarrollo y validación de herramientas existentes y propuestas.

Para poder entregar los productos indicados en la sección V, y obtener el logro de objetivos para este servicio, la empresa consultora deberá desarrollar las siguientes actividades:

- a) Realizar un plan de trabajo que contenga una propuesta metodológica para el desarrollo de la consultoría, así como un cronograma de actividades que incluya los plazos, mecanismos de investigación, regiones donde se desarrollará y otras acciones definidas en coordinación con el comité técnico del programa.
- b) Revisar los documentos de gestión de ProInnovate, el Plan de Comunicaciones, así como el marco normativo del programa vinculado con temas estratégicos.

- c) Elaborar un mapeo de actores del ecosistema de innovación y aliados estratégicos, por portafolio, definiendo sus intereses, importancia e influencia sobre las competencias de ProInnovate.
- d) Proponer e implementar herramientas y acciones para mejorar y/o abrir canales de comunicación con los públicos de interés de ProInnovate, puntualizando y desarrollando el perfil de esos públicos de interés, a fin de que se pueda generar una propuesta de fortalecimiento de las estrategias.
- e) Realizar un diagnóstico del posicionamiento de ProInnovate y los instrumentos actuales, así como los canales de difusión/ comunicación que se utilizan.
- f) Definir e implementar las herramientas de recopilación de información a través de los actores claves identificados, en coordinación con el comité técnico del programa.
- g) Proponer la mejora de la identidad visual y la inclusión de nuevos canales de difusión que contribuyan a una mayor visibilidad y una mejora reputacional de ProInnovate y sus instrumentos.
- h) Facilitar y dirigir la construcción de indicadores que permitan medir la efectividad de las acciones de marketing propuestas en esta consultoría.
- i) Desarrollar y generar contenidos que respondan a las temáticas priorizadas por la dirección ejecutiva, de acuerdo con los servicios e instrumentos que ProInnovate cofinancia.
- j) Proponer y realizar actividades que contribuyan al posicionamiento de la marca ProInnovate en el marco de una campaña de marketing alineada al propósito comunicacional de la institución.
- k) Formular recomendaciones sobre la propuesta de valor más apropiada para cada grupo y perfil identificado en los análisis anteriores.
- l) Implementar las acciones priorizadas del Plan Estratégico de Marketing, en coordinación con el programa.
- m) Presentar un reporte del impacto de las acciones prioritarias implementadas.

- n) Presentar un informe final con documentación sobre las actividades realizadas durante el desarrollo de esta consultoría, que incluya conclusiones y recomendaciones.

IV. Calificaciones de la empresa consultora

Las actividades de la presente consultoría implican un trabajo de gabinete y, de ser necesario, trabajo de campo, tomando en cuenta las medidas sanitarias por el COVID-19, con el propósito de garantizar la calidad de la información a obtener y el servicio a brindar.

I. Requisitos de la empresa

4.1. De la empresa

- a. La Empresa cuenta con oficinas establecidas en el Perú.
- b. La Empresa cuenta con un mínimo de experiencia en cinco (05) campañas publicitarias y/o de marketing o comunicaciones, que cumplan con las siguientes características:
 - La Empresa cuenta con experiencia en campañas publicitarias de grandes marcas a nivel nacional y/o regional, de preferencia con experiencia en campañas y desarrollo de estrategias de comunicación y marketing en el sector público.
 - La Empresa debe haber realizado, por lo menos, cinco campañas de alcance nacional.

4.2. Del personal

La Empresa asignará un equipo senior para la consultoría, que cuente por lo menos con una mínima estructura:

- **Un (1) Director de Marketing o cuentas**

- Profesional de Publicidad, de las carreras de Ciencias de la Comunicación, Publicidad, Marketing o carreras afines.
- Con experiencia en el manejo de estrategias en, por lo menos, 05 años, con una experiencia mínima de 6 años en planificación y dirección de campañas.
- El Director de Cuentas será, por parte de la Empresa, el responsable de la ejecución de los servicios solicitados, y coordinará todo el proceso de las campañas con la institución.

- **Un (1) Asesor de marketing**

- Bachiller de las carreras de Ciencias de la Comunicación, Publicidad, Marketing o afines. Deseable con especialización en análisis de medios e investigación de mercados. Con experiencia en el manejo y supervisión de por lo menos 10 cuentas del sector público o privado, con una experiencia mínima de 4 años en planificación de medios y supervisión.
- El Asesor será, por parte de la Empresa, el responsable de la cuenta y el encargado directo de la campaña a desarrollar.

- **Un (1) Planner Estratégico**

- Bachiller o técnico en Publicidad, de las carreras de Ciencias de la Comunicación, Publicidad, Marketing, Administración o carreras afines. Deberá contar con experiencia en manejo en cuentas con grandes volúmenes de inversión y deberá tener una experiencia mínima de 2 años en planificación de medios y análisis.

- **Un (1) Digital Planner**

- Bachiller o técnico en Publicidad de las carreras de Ciencias de la Comunicación, Publicidad, Marketing, Administración o carreras afines. Deberá contar con experiencia mínima de 2 años en estrategias digitales y deberá contar con certificaciones en Google Ads y Facebook.

V. Productos/ Entregables

- 1) Plan de Trabajo** que contenga la metodología para el desarrollo de la consultoría, así como un cronograma de actividades que incluya los plazos, mecanismos de investigación, las regiones donde se desarrollará y otras acciones definidas en coordinación con el comité técnico del programa.
- 2) Estudio de Segmentación y focalización** de los públicos de ProInnovate, con la identificación de actores e instituciones claves para la difusión de los diversos instrumentos y la atracción de postulantes para cada concurso.

- 3) **Diagnóstico** basado en el análisis del posicionamiento, públicos e instrumentos de ProInnovate, que incluya una evaluación de la imagen institucional del programa, el nivel de conocimiento a nivel nacional de ProInnovate y de sus instrumentos; el mapeo de actores claves con potencial para generar alianzas estratégicas para ampliar la convocatoria y los beneficiarios de cada concurso; la relación del programa con sus beneficiarios; así como el análisis de sus actuales herramientas y plataformas de comunicación con postulantes y beneficiarios.
- 4) **Propuesta de Plan de Marketing** que incluya la estrategia con acciones, contenidos, cronograma de trabajo, indicadores y metas, que contribuyan a mejorar la imagen institucional y posicionamiento de ProInnovate, la convocatoria de sus instrumentos, la presencia en regiones, los canales de comunicación y la atención al beneficiario.
- 5) **Propuesta y manual de identidad visual** de los instrumentos de ProInnovate, que incluya una nueva imagen para cada concurso y/o portafolio del cronograma, que contribuya al cumplimiento de los objetivos del presente plan.
- 6) **Implementación de actividades de campaña de marketing** para mejorar el posicionamiento de ProInnovate, la visibilización de sus instrumentos, así como su identidad visual y la relación del programa con sus beneficiarios.
- 7) **Reporte de impacto de las acciones** prioritarias implementadas, con indicadores, lecciones aprendidas y recomendaciones.
- 8) **Informe final de actividades** que contenga conclusiones desarrolladas de la consultoría realizada.

VI. Revisión, supervisión y conformidad

La Dirección Ejecutiva designará a los funcionarios de ProInnovate que formarán parte del equipo técnico de revisión y supervisión.

El equipo técnico realizará un análisis de los entregables intermedios y de los productos finales elaborados y, además, informará de cualquier requerimiento no contemplado.



Se elaborará un acta con respecto al análisis de cada uno de los entregables, el mismo que será remitido al Director de Gestión Institucional de ProInnovate para emitir su conformidad correspondiente.

La comunicación y/o coordinación que hubiese durante el desarrollo de las actividades a realizar en el marco de la presente consultoría estará a cargo de la Unidad de Comunicaciones y Relaciones Institucionales del Programa ProInnovate.

VII. Monto y Plazo de ejecución

La presente consultoría se desarrollará de acuerdo al cronograma presentado por la consultora, en un periodo que no deberá exceder de ciento ochenta (180) días calendario, contados a partir del día siguiente de suscrito el Contrato.

Este plazo podrá extenderse en la cantidad de días que demande la revisión y la entrega de la respectiva conformidad de cada uno de los productos presentados por el Consultor.

Nota: La contratación del servicio será a todo costo, incluido los impuestos de Ley, costos y gastos de la consultoría, pasajes y viáticos. Los pagos se efectuarán sobre la base de la aprobación de los productos.

VIII. Cronograma de entrega y forma de pago

| Nº PAGO | PRODUCTO | % | FECHA DE ENTREGA |
|---------|--|-----|---|
| 1º Pago | <u>Producto 1:</u> Plan de Trabajo que contenga la metodología, un cronograma e informe de actividades. | 10% | A los 20 días contados a partir del día siguiente de la suscripción del contrato. |
| 2º Pago | <u>Producto 2:</u> <ul style="list-style-type: none">Estudio de Segmentación y focalización de los públicos de ProInnovate.Diagnóstico basado en el análisis del posicionamiento, públicos e instrumentos de ProInnovate. | 30% | A los 60 días contados a partir del día siguiente de la suscripción del contrato. |





| | | | |
|---------|---|-----|--|
| 3° Pago | <p><u>Producto 3:</u></p> <ul style="list-style-type: none">Propuesta de Plan de Marketing que incluya la estrategia con acciones, contenidos, cronograma, indicadores y metas.Propuesta y manual de identidad visual de los instrumentos de ProInnovate. | 30% | A los 80 días contados a partir del día siguiente de la suscripción del contrato. |
| 4° Pago | <p><u>Producto 4:</u></p> <ul style="list-style-type: none">Implementación de actividades de campaña de marketing para mejorar el posicionamiento de ProInnovate, la visibilización de sus instrumentos, así como su identidad visual y la relación del programa con sus beneficiarios.Reporte de las acciones prioritarias implementadas. | 20% | A los 150 días contados a partir del día siguiente de la suscripción del contrato. |
| 5° Pago | <p><u>Producto 5:</u></p> <p>Informe final de actividades que contenga conclusiones desarrolladas de la consultoría realizada.</p> | 10% | A los 180 días contados a partir del día siguiente de la suscripción del contrato. |

| PRODUCTOS | ACTIVIDADES |
|---|--|
| <p><u>Producto 1</u></p> <p>Plan de Trabajo que contenga la metodología, un cronograma e informe de actividades.</p> | <p>a) Realizar un plan de trabajo que contenga una propuesta metodológica para el desarrollo de la consultoría, así como un cronograma de actividades que incluya los plazos, mecanismos de investigación, regiones donde se desarrollará y otras acciones definidas en coordinación con el comité técnico del programa.</p> |
| <p><u>Producto 2</u></p> <ul style="list-style-type: none">Estudio de Segmentación y focalización de los públicos de ProInnovate.Diagnóstico basado en el análisis del | <p>b) Revisar los documentos de gestión de ProInnovate, el Plan de Comunicaciones, así como el marco normativo del programa vinculado con temas estratégicos.</p> |





PERÚ

Ministerio
de la Producción



| | |
|--|---|
| posicionamiento, públicos e instrumentos de ProInnovate. | c) Elaborar un mapeo de actores del ecosistema de innovación y aliados estratégicos, por portafolio, definiendo sus intereses, importancia e influencia sobre las competencias de ProInnovate. |
| <p>Producto 3</p> <ul style="list-style-type: none">• Propuesta de Plan de Marketing que incluya la estrategia con acciones, contenidos, cronograma, indicadores y metas.• Propuesta y manual de identidad visual de los instrumentos de ProInnovate | <p>d) Proponer e implementar herramientas y acciones para mejorar y/o abrir canales de comunicación con los públicos de interés de ProInnovate, puntualizando y desarrollando el perfil de esos públicos de interés, a fin de que se pueda generar una propuesta de fortalecimiento de las estrategias.</p> <p>e) Realizar un diagnóstico del posicionamiento de ProInnovate y los instrumentos actuales, así como los canales de difusión/ comunicación que se utilizan.</p> <p>f) Definir e implementar las herramientas de recopilación de información a través de los actores claves identificados, en coordinación con el comité técnico del programa.</p> <p>g) Proponer la mejora de la identidad visual y la inclusión de nuevos canales de difusión que contribuyan a una mayor visibilidad y una mejora reputacional de ProInnovate y sus instrumentos.</p> <p>h) Facilitar y dirigir la construcción de indicadores que permitan medir la efectividad de las acciones de marketing propuestas en esta consultoría.</p> <p>i) Desarrollar y generar contenidos que respondan a las temáticas priorizadas por la dirección ejecutiva, de acuerdo con los servicios e instrumentos que ProInnovate cofinancia.</p> <p>k) Formular recomendaciones sobre la propuesta de valor más apropiada para cada grupo y perfil identificado en los análisis anteriores.</p> |



| | |
|---|--|
| <p><u>Producto 4</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Implementación de actividades de campaña de marketing para mejorar el posicionamiento de ProInnovate, la visibilización de sus instrumentos, así como su identidad visual y la relación del programa con sus beneficiarios.• Reporte de las acciones prioritarias implementadas. | <p>j) Proponer y realizar actividades que contribuyan al posicionamiento de la marca ProInnovate en el marco de una campaña de marketing alineada al propósito comunicacional de la institución.</p> <p>l) Implementar las acciones priorizadas del Plan Estratégico de Marketing, en coordinación con el programa.</p> <p>m) Presentar un reporte del impacto de las acciones prioritarias implementadas.</p> |
| <p><u>Producto 5</u></p> <p>Informe final de actividades que contenga conclusiones desarrolladas de la consultoría realizada.</p> | <p>n) Presentar un informe final con documentación sobre las actividades realizadas durante el desarrollo de esta consultoría, que incluya conclusiones y recomendaciones.</p> |

IX. Aspectos complementarios

Confidencialidad

Se deberá mantener en forma reservada toda la información suministrada por ProInnovate. Asimismo, la firma consultora se compromete a no divulgar las actividades materia de la presente consultoría. Esta obligación permanecerá vigente, no obstante, el vencimiento o la terminación del servicio prestado.

Propiedad intelectual

La firma consultora acepta expresamente que los derechos patrimoniales y conexos de propiedad intelectual sobre los productos y documentación generada al amparo de la presente consultoría corresponden únicamente a ProInnovate, con exclusividad y a todos los efectos. La firma consultora será responsable de mantener la confidencialidad de la información frente a sí y ante terceros.

Vicios ocultos

La conformidad del servicio por parte del programa ProInnovate no enerva su derecho a reclamar posteriormente por defectos o vicios ocultos. El plazo máximo de responsabilidad de la firma consultora es de un (1) año, contado a partir de la conformidad otorgada por el programa.

X. Penalidad

| Supuestos de aplicación de penalidad | Forma de cálculo | Procedimientos |
|--|--|--|
| En caso de retraso injustificado en la ejecución de las prestaciones objeto del presente contrato, se aplicará al consultor una penalidad por cada día calendario de atraso, deducible - previa comunicación-, de los pagos pendientes. | <p>Penalidad diaria $= 0.10 \times \text{monto}$ $F \times \text{plazo en días}$ </p> <p>Donde: F = Factor de 0.40 para plazos menores o iguales a sesenta (60) días. F = Factor de 0.25 para plazos mayores a sesenta (60) días.</p> | La penalidad será aplicada hasta por un monto máximo equivalente al diez por ciento (10%) del monto contractual. Cuando se alcance el monto máximo de penalidad, la entidad contratante podrá resolver el contrato por incumplimiento. |
| <p>Para iniciar la prestación del servicio, es responsabilidad del consultor contar con el personal y/o equipo clave completo según la programación aprobada en el plan de trabajo del consultor. La inobservancia de lo dispuesto en la presente cláusula será causal de resolución de contrato por incumplimiento. El cambio de personal clave sólo procederá en caso de fuerza mayor y con autorización escrita del Contratante, en cuyos casos no se aplicará penalidad.</p> <p>El Consultor podrá solicitar cambio de personal clave sólo por una vez por cada perfil de profesional, y con calificaciones equivalentes o mejores al personal que está reemplazando, sin aplicar penalidad y debidamente justificado.</p> <p>En caso de solicitar un segundo cambio de personal clave, el Contratante aplicará una penalidad a pesar de que éste haya sido autorizado, así mismo el nuevo consultor deberá contar con calificaciones equivalentes o mejores al que está reemplazando.</p> | <p>Penalidad = $1\% \times \text{Monto Total Contratado}$</p> | <p>Durante todo el período que dure dicho reemplazo, el Contratante deducirá a El Consultor el monto del cálculo de la penalidad que corresponda, en el siguiente pago que se realice luego de aprobar el cambio y según se defina en la adenda.</p> <p>En caso de que se detecte cambio de personal clave sin autorización del contratante, éste podrá proceder a aplicar la resolución de contrato.</p> <p>De detectarse la no participación de todo el personal clave que forma parte del contrato, se procederá a aplicar al Consultor las penalidades correspondientes.</p> |

XI. Anticorrupción

Los participantes se obligan a conducirse, durante la postulación al concurso, con honestidad, probidad, veracidad e integridad y de no cometer actos ilegales o de corrupción, directa o indirectamente; o a través de sus socios, accionistas, participantes, integrantes de los órganos de administración, apoderados, representantes legales, funcionarios, asesores y personas vinculadas.

Además, los participantes se comprometen a: i) comunicar a las autoridades competentes, de manera directa y oportuna, cualquier acto o conducta ilícita o corrupta de la que tuviera conocimiento; y ii) adoptar medidas técnicas, organizativas y/o de personal apropiadas para evitar los referidos actos o prácticas.