

TÉRMINOS DE REFERENCIA

CONSULTORÍA PARA EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES COMUNICACIONALES PARA FORTALECER EL SEGUIMIENTO Y ACOMPAÑAMIENTO TÉCNICO A LOS OPERADORES DE INVERSIÓN PÚBLICA EN EL MARCO DEL SISTEMA NACIONAL DE PROGRAMACIÓN MULTIANUAL Y GESTIÓN DE INVERSIONES.

- 1. Proyecto:** “Mejoramiento de la Gestión de la Inversión Pública”
- 2. Contrato de Préstamo:** N° 4428/OC-PE
- 3. Unidad Ejecutora:** Oficina General de Inversiones y Proyectos (OGIP)
- 4. Coordinación Técnica:** Dirección General de Programación Multianual de Inversiones (DGPMI)
- 5. Componente N°:** III Capacidad de los Recursos Humanos
- 6. Acción N°:** 3.4 Desarrollo e implementación de un programa de gestión del cambio para todo el ciclo de inversiones.
- 7. Tarea N°:** 3.4.3 Desarrollo de una estrategia de comunicaciones (mensajes, contenidos, canales de comunicación y servicios de atención al cliente).
- 8. Monto Estimado:** S/ 90,000.00 (Noventa mil con 00/100 soles),
- 9. Plazo de ejecución:** Hasta 300 (trescientos) días.
- 10. Tipos de consultoría:** Consultoría Individual
- 11. Responsable de la Supervisión:** La DGPMI, a través de la Dirección de Seguimiento y Evaluación de la Inversión Pública (DSEIP), en coordinación con el Equipo Técnico del Proyecto, quienes desempeñarán la función de contraparte técnica.

I. DENOMINACIÓN

Contratación de la “Consultoría para el desarrollo de actividades comunicacionales para fortalecer el seguimiento y acompañamiento técnico a los operadores de inversión pública en el marco del Sistema Nacional de Programación Multianual y Gestión de Inversiones”

II. FINALIDAD PÚBLICA

Contribuir a mejorar la capacidad operativa de los operadores que laboran en las entidades incorporadas al Sistema Nacional de Programación Multianual de Inversiones (SNPMGI) de los tres niveles de gobierno, mediante el desarrollo de estrategias de comunicaciones e instrumentos de diálogo que fortalezcan el seguimiento y asistencia técnica, así como la gestión del cambio en el marco del Sistema Nacional de Programación Multianual y Gestión de Inversiones.

III. ANTECEDENTES

El Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) a través de la Dirección General de Programación Multianual de Inversiones (DGPMI) es la encargada de diseñar los lineamientos de política de tratamiento de la inversión pública. Formula, propone y aprueba, cuando corresponda, normas, lineamientos y procedimientos en materia de inversión pública.

Con la Ley N.º 27293, publicada el 28 de junio del 2000, se creó el Sistema Nacional de Inversión Pública (SNIP), con la finalidad de optimizar el uso de los recursos públicos destinados a la inversión, en el marco de los principios tales como economía, eficacia y eficiencia; asimismo, a través de metodologías y normas técnicas relacionadas con las diversas fases de los Proyectos de Inversión Pública, aplicando el “Ciclo de Inversión”. Mediante el Decreto Legislativo N.º 1252, publicado el 01 de diciembre del 2016, se creó el Sistema Nacional de Programación Multianual y Gestión de Inversiones, como sistema administrativo del Estado, con la finalidad de orientar el uso de los recursos públicos destinados a la inversión, para la efectiva prestación de servicios y la provisión de la infraestructura necesaria para el desarrollo del país, derogando la Ley N.º 27293, Ley del Sistema Nacional de Inversión Pública. Asimismo, mediante Decreto Supremo N.º 284-2018-EF publicado el 9 de diciembre de 2018, se aprobó el Reglamento del Decreto Legislativo N.º 1252.

El Proyecto “Mejoramiento de la Gestión de la Inversión Pública” que fue declarado viable el 25 de octubre de 2017 por la Unidad Formuladora Oficina General de Tecnología de la Información (OGTI) del MEF; está consignado en el Banco de Inversiones. El objetivo central del Proyecto es mejorar la gestión de la inversión pública para la efectiva prestación de servicios y la provisión de la infraestructura prioritaria.

Con el Decreto Supremo N.º 074-2018-EF, publicado el 12 de abril de 2018, el Gobierno Peruano aprobó la operación de endeudamiento con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), para financiar la ejecución del indicado Proyecto, cuyo Contrato de Préstamo N.º 4428/OC-PE fue suscrito el 21 de mayo de 2018.

Posteriormente, mediante Decreto Supremo N.º 332-2018-EF, del 30 de diciembre de 2018 dicha operación de endeudamiento fue modificada.

El organismo ejecutor del Proyecto es el MEF, a través de la Unidad de Coordinación de Cooperación Técnica y Financiera (UCCTF), actual Oficina General de Inversiones y Proyectos (OGIP), en coordinación técnica con la Dirección General de Inversión Pública (DGIP), actualmente DGPMI.

El 15 de junio de 2020 se aprueba la actualización del Manual Operativo del Proyecto (MOP), que es de cumplimiento obligatorio por los órganos y unidades orgánicas involucradas en el referido proyecto. De acuerdo con el MOP, la DGPMI es responsable de la ejecución técnica del Proyecto, además supervisa al Equipo Técnico del Proyecto.

El 1 de febrero de 2024, mediante Memorando N.º 254-2024-EF/63.01 se remitió a la OGIP el Plan Operativo Anual del Proyecto, correspondiente al ejercicio 2024 el cual contempla las actividades programadas para el cumplimiento de los objetivos del Proyecto.

El Proyecto de Inversión Pública “Mejoramiento de la Gestión de Inversiones”, tiene como objetivo central el mejoramiento de la gestión de la inversión pública para la efectiva prestación de servicios y la provisión de la infraestructura prioritaria, el cual se debe cumplir a través del componente 3 que busca contar con suficiente conocimiento del capital humano a cargo de la gestión del SNPMGI. Para ello el proyecto tiene previsto entre sus acciones, la acción 3.4: Desarrollo e Implementación de un programa de gestión del cambio para todo el Ciclo de inversión.

Como parte de ello se tiene previsto el desarrollo de una estrategia de comunicaciones dirigida a los operadores y al público en general para el adecuado conocimiento y comprensión del conjunto de actividades desarrolladas como parte del Sistema Nacional de Programación Multianual y Gestión de Inversiones.

Para implementar la gestión del cambio, el proyecto propone el desarrollo de una estrategia de comunicaciones (mensajes, contenidos, canales de comunicación y servicios de atención al cliente), debido a que los resultados de una estrategia de gestión del cambio no son inmediatos y tardan en verificarse, ya que están asociados al desarrollo de actitudes y aptitudes en las personas; por ello la estrategia de comunicación es un pilar fundamental para el desarrollo exitoso de estos procesos, ya que a través de ésta se conecta a la gente con el cambio, se genera conocimiento, comprensión y asimilación de las exigencias para el desempeño futuro.

El proyecto considera que es fundamental que el operador de inversión pública se sienta protagonista del cambio y no víctima de éste, por ello, una efectiva estrategia de comunicación será el motor que pondrá en marcha un verdadero proceso de transformación.

Por otro lado, el MEF a través de la DGPMI, en su calidad de ente rector del SNPMGI, y con la finalidad de mejorar la gestión de las inversiones públicas, desarrolla durante todo el año reuniones de seguimiento y acompañamiento técnico, tanto presencial como virtual, a los sectores, gobiernos regionales y locales con la finalidad de establecer en conjunto estrategias para mejorar la gestión de riesgos de ejecución, asegurando la continuidad de la ejecución física de las inversiones; plantear una cartera priorizada de proyectos que se pueda culminar en el corto plazo; establecer hitos para la reactivación de las obras paralizadas, así como definir mejoras para impulsar la gestión de sus obras. Para lo cual se requieren de recursos comunicacionales que faciliten el dialogo con los operadores y permitan conocer las mejoras al SNPMGI de manera oportuna con lo que se fortalecerán sus capacidades

y de esta manera obtener mejores resultados en la gestión de las inversiones logrando mayor eficiencia y eficacia.

Para cumplir con los objetivos propuestos por el proyecto en lo que respecta al desarrollo e implementación de un programa de gestión del cambio para todo el Ciclo de Inversión se requiere contratar el servicio de un especialista en comunicaciones especializado en el desarrollo de campañas comunicacionales, generación de contenido y difusión para implementar la estrategia de comunicación de la gestión del cambio y las actividades que se realizan con los operadores de inversión pública en el marco del Sistema Nacional de Programación Multianual y Gestión de Inversiones

En este contexto, se requiere contratar el servicio de un especialista en el desarrollo de campañas comunicacionales, generación de contenido e instrumentos de diálogo para fortalecer el seguimiento y acompañamiento técnico a los operadores en el marco del SNPMGI, para generar los modelos, conceptos y herramientas necesarios para diseñar e implementar la gestión del cambio acorde a las características de cada instancia o nivel de gobierno.

IV. OBJETIVO

Objetivos General:

El objetivo general es mejorar la capacidad operativa de los operadores que laboran en las entidades incorporadas al Sistema Nacional de Programación Multianual de Inversiones (SNPMGI) de los tres niveles de gobierno, a través del diseño e implementación de estrategias comunicacionales para posicionar un conjunto de intervenciones para promover la gestión de cambio en el marco de la mejora de la gestión de la inversión pública.

Objetivos específicos:

- **Objetivo Específico 1 (OE1):** Contar con estrategias comunicacionales que contribuyan a fortalecer el desarrollo del seguimiento y asistencia técnica, así como la gestión de cambio dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno.
- **Objetivo Específico 2 (OE2):** Contar con recursos para implementar las estrategias comunicacionales en el marco del seguimiento y asistencia técnica, así como la gestión de cambio dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno.
- **Objetivo Específico 3 (OE3):** Fortalecer el seguimiento y asistencia técnica, así como la gestión de cambio dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno.

V. ALCANCE DE LA CONSULTORÍA

A través de consultoría individual se diseñará un conjunto de estrategias comunicacionales y se elaborarán recursos para su implementación para lo cual deberá tener lo siguiente:

- El planteamiento de las estrategias y/o campañas de comunicación que ayuden a fortalecer el trabajo que se realiza como parte del seguimiento y acompañamiento técnico, debe responder a los objetivos planteados en el marco del Proyecto Mejoramiento de la Gestión de la Inversión Pública.
- El consultor debe asegurar que todos los recursos comunicacionales que se desarrollen como parte de las estrategias y/o campañas comunicacionales deben seguir la línea gráfica del Sistema Nacional de Programación Multianual y Gestión de Inversiones, y los lineamientos de la Oficina de Comunicaciones del MEF, para obtener la validación de la DGPMI.
- El consultor debe contar con recursos tecnológicos para el adecuado desarrollo de la consultoría (equipos informáticos y software). De requerirse participar de reuniones presenciales en la sede de la DGPMI u otra dependencia del MEF, el consultor debe tener disponibilidad completa.
- Para el desarrollo de la consultoría se requiere que el consultor mantenga una coordinación permanente con la DGPMI y la Oficina de Comunicaciones del MEF para implementar las acciones y recursos comunicacionales para su difusión.

VI. ACTIVIDADES A DESARROLLAR

Las actividades que se desarrollarán en esta consultoría tienen como objeto diseñar y desarrollar estrategias y/o campañas comunicacionales, especializadas en inversión pública y gestión de cambio, para mejorar la capacidad operativa de los operadores que laboran en las entidades incorporadas al Sistema Nacional de Programación Multianual de Inversiones (SNPMGI) de los tres niveles de gobierno, para fortalecer el seguimiento y asistencia técnica en el marco de la mejora de la gestión de la inversión pública. Sin ser limitativas, las actividades a desarrollar durante la consultoría referida a los productos a entregar incluyen:

6.1. Desarrollar un Plan de Trabajo y metodología del trabajo.

Elaborar un plan de trabajo el cual debe contener la planificación del trabajo a desarrollar como parte de la consultoría, y el detalle de la metodología de trabajo, considerando las actividades a desarrollar. El Plan de Trabajo debe elaborarse en un programa Gantt de planificación de proyectos o formato Excel, considerando para cada actividad la descripción, fechas de inicio y fin, duración, actividades predecesoras, identificando la ruta crítica de trabajo, así como la estrategia de coordinación con los involucrados, como por ejemplo la programación de reuniones, viajes (de ser necesario), visitas presenciales, talleres, etc. conforme las actividades señaladas en el presente documento. Dicho plan deberá estar alineado a lo solicitado en el presente Término de Referencia y tendrá que ser aprobado por la DGPMI, a través de la DSEIP y del Equipo Técnico del Proyecto – Componente 3.

6.2. Diseñar e implementar la estrategia y/o campaña comunicacional para el posicionamiento del Índice de Gestión de las Inversiones Públicas (IGEIP).

El posicionamiento del Índice de Gestión de las Inversiones Públicas (IGEIP), tiene como objetivo mostrar una perspectiva sistémica e integrada sobre las gestión y desempeño de las entidades de los tres niveles de gobierno a las que les resulta aplicable las fases del Ciclo de Inversión, así como del perfil institucional medido a través de la gobernabilidad de cada entidad. Para lo cual se debe desarrollar las siguientes actividades:

- a. Diseñar e implementar la estrategia y/o campaña comunicacional dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno en el marco del SNPMGI.
- b. Coordinar, elaborar, diseñar y desplegar los recursos comunicacionales (piezas gráficas, videos, documentos, infografías, presentaciones, entre otros), que forman parte de la estrategia y/o campaña de comunicación dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno.
- c. Elaborar notas de prensa, comunicados, publicaciones u otros recursos para mantener una comunicación e información constante y oportuna con los operadores de inversión de las entidades de los tres niveles de gobierno.
- d. Participar en reuniones con la DSEIP, así como con otras áreas de la DGPMI que permitan realizar el seguimiento a las acciones comunicacionales.

6.3. Desarrollar e implementar una estrategia para comunicar la ejecución del Ejecuthon, en sus diferentes ediciones.

Elaborar recursos para la comunicación de los reportes relacionados a la ejecución de la Ejecuthon, en el cual se abordará detalles sobre los problemas resueltos y otros, a fin de impulsar la gestión del cambio en la inversión pública. Para lo cual se debe desarrollar las siguientes actividades:

- a. Diseñar e implementar la estrategia y/o campaña comunicacional dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno en el marco del SNPMGI.
- b. Coordinar, elaborar, diseñar y desplegar los recursos comunicacionales (piezas gráficas, videos, documentos, infografías, presentaciones, entre otros), que forman parte de la estrategia y/o campaña de comunicación dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno.
- c. Elaborar notas de prensa, comunicados, publicaciones u otros recursos para mantener una comunicación e información constante y oportuna con los operadores de inversión de las entidades de los tres niveles de gobierno.
- d. Participar en reuniones con la DSEIP, así como con otras áreas de la DGPMI que permitan realizar el seguimiento a las acciones comunicacionales.

6.4. Desarrollar e implementar una estrategia para comunicar el seguimiento y acompañamiento a las entidades de los tres niveles de gobierno.

Elaborar la estrategia para comunicar el seguimiento y acompañamiento a las entidades de los tres niveles de gobierno, detallará la programación, planificación y método, a fin de lograr los objetivos. Para lo cual se debe desarrollar las siguientes actividades:

- a. Diseñar e implementar la estrategia y/o campaña comunicacional dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno en el marco del SNPMGI.
- b. Coordinar, elaborar, diseñar y desplegar los recursos comunicacionales (piezas gráficas, videos, documentos, infografías, presentaciones, entre otros), que forman parte de la estrategia y/o campaña de comunicación dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno.
- c. Elaborar notas de prensa, comunicados, publicaciones u otros recursos para mantener una comunicación e información constante y oportuna con los operadores de inversión de las entidades de los tres niveles de gobierno.
- d. Participar en reuniones con la DSEIP, así como con otras áreas de la DGPMI que permitan realizar el seguimiento a las acciones comunicacionales.

6.5. Desarrollar e implementar una estrategia para comunicar la implementación del módulo de comité de seguimiento de inversiones.

Elaborar recursos comunicacionales para informar las actualizaciones del módulo del Comité de Seguimiento de Inversiones que se perfecciona permanentemente. Así como de la implementación de nuevas funcionalidades para optimizar el desarrollo del comité de seguimiento. Para lo cual se debe desarrollar las siguientes actividades:

- a. Diseñar e implementar la estrategia y/o campaña comunicacional dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno en el marco del SNPMGI.
- b. Coordinar, elaborar, diseñar y desplegar los recursos comunicacionales (piezas gráficas, videos, documentos, infografías, presentaciones, entre otros), que forman parte de la estrategia y/o campaña de comunicación dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno.
- c. Elaborar notas de prensa, comunicados, publicaciones u otros recursos para mantener una comunicación e información constante y oportuna con los operadores de inversión de las entidades de los tres niveles de gobierno.
- d. Participar en reuniones con la DSEIP, así como con otras áreas de la DGPMI que permitan realizar el seguimiento a las acciones comunicacionales.

6.6. Diseñar e implementar la estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación de los nuevos lineamientos del comité de seguimiento de inversiones.

Desarrollar recursos comunicacionales para la presentación de los nuevos lineamientos del Comité de Seguimiento para contribuir con la ejecución de las inversiones, así como de las actividades realizadas para la toma de decisiones, gestión de los riesgos y problemas, y del seguimiento permanente a la cartera priorizada. Para lo cual se debe desarrollar las siguientes actividades:

- a. Diseñar e implementar la estrategia y/o campaña comunicacional dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno en el marco del SNPMGI.

- b. Coordinar, elaborar, diseñar y desplegar los recursos comunicacionales (piezas gráficas, videos, documentos, infografías, presentaciones, entre otros), que forman parte de la estrategia y/o campaña de comunicación dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno.
- c. Elaborar notas de prensa, comunicados, publicaciones u otros recursos para mantener una comunicación e información constante y oportuna con los operadores de inversión de las entidades de los tres niveles de gobierno.
- d. Participar en reuniones con la DSEIP, así como con otras áreas de la DGPMI que permitan realizar el seguimiento a las acciones comunicacionales.

6.7. Diseñar e implementar la estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación del módulo de riesgos.

Desarrollar recursos comunicacionales para la presentación del aplicativo informático que tiene como objetivo gestionar los riesgos que ponen en peligro la ejecución de las inversiones (identificación, análisis, respuesta y monitoreo del riesgo), asimismo, busca generar alertas tempranas para que los operadores del sistema tomen decisiones oportunas. Para lo cual se debe desarrollar las siguientes actividades:

- a. Diseñar e implementar la estrategia y/o campaña comunicacional dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno en el marco del SNPMGI.
- b. Coordinar, elaborar, diseñar y desplegar los recursos comunicacionales (piezas gráficas, videos, documentos, infografías, presentaciones, entre otros), que forman parte de la estrategia y/o campaña de comunicación dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno.
- c. Elaborar notas de prensa, comunicados, publicaciones u otros recursos para mantener una comunicación e información constante y oportuna con los operadores de inversión de las entidades de los tres niveles de gobierno.
- d. Participar en reuniones con la DSEIP, así como con otras áreas de la DGPMI que permitan realizar el seguimiento a las acciones comunicacionales.

6.8. Diseñar e implementar la estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación del catálogo de riesgos estándar.

Desarrollar recursos comunicacionales para la presentación del catálogo que muestra los riesgos recurrentes que se presentan durante la ejecución de las inversiones, indicando las causas que generan el riesgo, así como sus consecuencias. Se busca que tales riesgos sean evitados por los operadores del sistema. Para lo cual se debe desarrollar las siguientes actividades:

- a. Diseñar e implementar la estrategia y/o campaña comunicacional dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno en el marco del SNPMGI.
- b. Coordinar, elaborar, diseñar y desplegar los recursos comunicacionales (piezas gráficas, videos, documentos, infografías, presentaciones, entre otros), que forman parte de la estrategia y/o campaña de comunicación dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno.

- c. Elaborar notas de prensa, comunicados, publicaciones u otros recursos para mantener una comunicación e información constante y oportuna con los operadores de inversión de las entidades de los tres niveles de gobierno.
- d. Participar en reuniones con la DSEIP, así como con otras áreas de la DGPMI que permitan realizar el seguimiento a las acciones comunicacionales.

6.9. Diseñar e implementar la estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación de mejoras al Formato 12-B.

Desarrollar recursos comunicacionales para la presentación del Formato 12-B que se perfecciona permanentemente. Así como de la implementación de las nuevas funcionalidades para optimizar el seguimiento efectivo a las inversiones públicas. Para lo cual se debe desarrollar las siguientes actividades:

- a. Diseñar e implementar la estrategia y/o campaña comunicacional dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno en el marco del SNPMGI.
- b. Coordinar, elaborar, diseñar y desplegar los recursos comunicacionales (piezas gráficas, videos, documentos, infografías, presentaciones, entre otros), que forman parte de la estrategia y/o campaña de comunicación dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno.
- c. Elaborar notas de prensa, comunicados, publicaciones u otros recursos para mantener una comunicación e información constante y oportuna con los operadores de inversión de las entidades de los tres niveles de gobierno.
- d. Participar en reuniones con la DSEIP, así como con otras áreas de la DGPMI que permitan realizar el seguimiento a las acciones comunicacionales.

6.10. Diseñar e implementar la estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación de las actualizaciones de los instructivos de los aplicativos informáticos.

Desarrollar recursos comunicacionales para la presentación de las actualizaciones de los instructivos y manuales del SNPMGI elaborados con estándares de calidad para facilitar el uso de los operadores, donde se muestra los procedimientos de registro, casos prácticos, entre otros. Para lo cual se debe desarrollar las siguientes actividades:

- a. Diseñar e implementar la estrategia y/o campaña comunicacional dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno en el marco del SNPMGI.
- b. Coordinar, elaborar, diseñar y desplegar los recursos comunicacionales (piezas gráficas, videos, documentos, infografías, presentaciones, entre otros), que forman parte de la estrategia y/o campaña de comunicación dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno.
- c. Elaborar notas de prensa, comunicados, publicaciones u otros recursos para mantener una comunicación e información constante y oportuna con los operadores de inversión de las entidades de los tres niveles de gobierno.
- d. Participar en reuniones con la DSEIP, así como con otras áreas de la DGPMI que permitan realizar el seguimiento a las acciones comunicacionales.

6.11. Diseñar e implementar la estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación de los reportes de alertas sobre la gestión de las inversiones por cada fase del Ciclo de Inversión: 1ro ejecución, 2do formulación, 3ro PMI, 4to funcionamiento (distintos a evaluaciones ex post).

Desarrollar recursos comunicacionales para la presentación de los reportes de alertas con relación a las fases del Ciclo de Inversión, con el objetivo de apoyar a los tomadores de decisiones respecto a la gestión de sus inversiones. Para lo cual se debe desarrollar las siguientes actividades:

- a. Diseñar e implementar la estrategia y/o campaña comunicacional dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno en el marco del SNPMGI.
- b. Coordinar, elaborar, diseñar y desplegar los recursos comunicacionales (piezas gráficas, videos, documentos, infografías, presentaciones, entre otros), que forman parte de la estrategia y/o campaña de comunicación dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno.
- c. Elaborar notas de prensa, comunicados, publicaciones u otros recursos para mantener una comunicación e información constante y oportuna con los operadores de inversión de las entidades de los tres niveles de gobierno.
- d. Participar en reuniones con la DSEIP, así como con otras áreas de la DGPMI que permitan realizar el seguimiento a las acciones comunicacionales.

6.12. Diseñar e implementar la estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación de los reportes de cumplimiento de los registros en los aplicativos del SNPMGI: Formato 12-B, Formato 8, Modulo de comités de inversiones.

Desarrollar recursos comunicacionales para la presentación de los reportes relacionados al cumplimiento de los registros en los aplicativos del SNPMGI: Formato 12-B, Formato 8, Modulo de comités de inversiones, con el objetivo de apoyar a los tomadores de decisiones respecto a la gestión y mejora de sus inversiones. Para lo cual se debe desarrollar las siguientes actividades:

- a. Diseñar e implementar la estrategia y/o campaña comunicacional dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno en el marco del SNPMGI.
- b. Coordinar, elaborar, diseñar y desplegar los recursos comunicacionales (piezas gráficas, videos, documentos, infografías, presentaciones, entre otros), que forman parte de la estrategia y/o campaña de comunicación dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno.
- c. Elaborar notas de prensa, comunicados, publicaciones u otros recursos para mantener una comunicación e información constante y oportuna con los operadores de inversión de las entidades de los tres niveles de gobierno.
- d. Participar en reuniones con la DSEIP, así como con otras áreas de la DGPMI que permitan realizar el seguimiento a las acciones comunicacionales.

6.13. Diseñar e implementar la estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación de los reportes de cumplimiento de las sesiones de comité mensual por cada nivel de gobierno.

Desarrollar recursos comunicacionales para la presentación de los reportes relacionados al cumplimiento de las sesiones del Comité de Seguimiento, con el objetivo de apoyar a los tomadores de decisiones respecto a la gestión y mejora de sus inversiones. Para lo cual se debe desarrollar las siguientes actividades:

- a. Diseñar e implementar la estrategia y/o campaña comunicacional dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno en el marco del SNPMGI.
- b. Coordinar, elaborar, diseñar y desplegar los recursos comunicacionales (piezas gráficas, videos, documentos, infografías, presentaciones, entre otros), que forman parte de la estrategia y/o campaña de comunicación dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno.
- c. Elaborar notas de prensa, comunicados, publicaciones u otros recursos para mantener una comunicación e información constante y oportuna con los operadores de inversión de las entidades de los tres niveles de gobierno.
- d. Participar en reuniones con la DSEIP, así como con otras áreas de la DGPMI que permitan realizar el seguimiento a las acciones comunicacionales.

6.14. Diseñar e implementar la estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación del reporte de desempeño de la gestión de inversiones.

Desarrollar recursos comunicacionales para la presentación de los reportes de desempeño de la gestión de inversiones que muestran información relevante sobre la eficacia y eficiencia de las inversiones ejecutadas por las entidades, asimismo miden el cumplimiento en el cierre de las brechas. Para lo cual se debe desarrollar las siguientes actividades:

- a. Diseñar e implementar la estrategia y/o campaña comunicacional dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno en el marco del SNPMGI.
- b. Coordinar, elaborar, diseñar y desplegar los recursos comunicacionales (piezas gráficas, videos, documentos, infografías, presentaciones, entre otros), que forman parte de la estrategia y/o campaña de comunicación dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno.
- c. Elaborar notas de prensa, comunicados, publicaciones u otros recursos para mantener una comunicación e información constante y oportuna con los operadores de inversión de las entidades de los tres niveles de gobierno.
- d. Participar en reuniones con la DSEIP, así como con otras áreas de la DGPMI que permitan realizar el seguimiento a las acciones comunicacionales.

6.15. Diseñar e implementar la estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación de los resultados de evaluaciones ex post sobre muestras aleatorias de inversiones entregadas por la DSEIP.

Desarrollar recursos comunicacionales para la presentación de las evaluaciones ex post que se realizan con el fin de obtener lecciones aprendidas que permitan mejoras en futuras inversiones, así como la rendición de cuentas. Se busca generar reportes para mostrar los resultados de dichas evaluaciones. Para lo cual se debe desarrollar las siguientes actividades:

- a. Diseñar e implementar la estrategia y/o campaña comunicacional dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno en el marco del SNPMGI.
- b. Coordinar, elaborar, diseñar y desplegar los recursos comunicacionales (piezas gráficas, videos, documentos, infografías, presentaciones, entre otros), que forman parte de la estrategia y/o campaña de comunicación dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno.
- c. Elaborar notas de prensa, comunicados, publicaciones u otros recursos para mantener una comunicación e información constante y oportuna con los operadores de inversión de las entidades de los tres niveles de gobierno.
- d. Participar en reuniones con la DSEIP, así como con otras áreas de la DGPMI que permitan realizar el seguimiento a las acciones comunicacionales.

6.16. Diseñar e implementar la estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación de la Analítica de Datos (incluye información geoespacial) – Machine Learning.

Desarrollar recursos comunicacionales para la presentación de un sistema avanzado de Analítica de Datos con integración de herramientas de Machine Learning, incluyendo componentes de información geoespacial, destinado a mejorar la toma de decisiones estratégicas a través del análisis profundo y automatizado de datos complejos.

- a. Diseñar e implementar la estrategia y/o campaña comunicacional dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno en el marco del SNPMGI.
- b. Coordinar, elaborar, diseñar y desplegar los recursos comunicacionales (piezas gráficas, videos, documentos, infografías, presentaciones, entre otros), que forman parte de la estrategia y/o campaña de comunicación dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno.
- c. Elaborar notas de prensa, comunicados, publicaciones u otros recursos para mantener una comunicación e información constante y oportuna con los operadores de inversión de las entidades de los tres niveles de gobierno.
- d. Participar en reuniones con la DSEIP, así como con otras áreas de la DGPMI que permitan realizar el seguimiento a las acciones comunicacionales.

6.17. Diseñar e implementar la estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación de Agentes conversacionales (primera y segunda salida-con formulación y evaluación).

Desarrollar recursos comunicacionales para la implementación y evaluación de Agentes Conversacionales para optimización de procesos internos, con dos fases de salida, formulación inicial y evaluación posterior, esto permitirá una interacción más eficiente y directa entre los operadores y las consultas relacionada al Ciclo de Inversión.

- a. Diseñar e implementar la estrategia y/o campaña comunicacional dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno en el marco del SNPMGI.

- b. Coordinar, elaborar, diseñar y desplegar los recursos comunicacionales (piezas gráficas, videos, documentos, infografías, presentaciones, entre otros), que forman parte de la estrategia y/o campaña de comunicación dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno.
- c. Elaborar notas de prensa, comunicados, publicaciones u otros recursos para mantener una comunicación e información constante y oportuna con los operadores de inversión de las entidades de los tres niveles de gobierno.
- d. Participar en reuniones con la DSEIP, así como con otras áreas de la DGPMI que permitan realizar el seguimiento a las acciones comunicacionales.

6.18. Diseñar e implementar la estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación de la Plataforma Informática del Expediente Digital de la Inversión Pública – PED.

Desarrollar recursos comunicacionales para la implementación de los productos mínimos viables relacionados con la gestión de convenios, portafolios, costos y cronograma y gestión documental que incluye el trabajo colaborativo BIM; cuyo fin es recopilar toda la información relevante asociada a las inversiones mediante servicios web de integración y/o automatización de procesos de inversión.

- a. Diseñar e implementar la estrategia y/o campaña comunicacional dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno en el marco del SNPMGI.
- b. Coordinar, elaborar, diseñar y desplegar los recursos comunicacionales (piezas gráficas, videos, documentos, infografías, presentaciones, entre otros), que forman parte de la estrategia y/o campaña de comunicación dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno.
- c. Elaborar notas de prensa, comunicados, publicaciones u otros recursos para mantener una comunicación e información constante y oportuna con los operadores de inversión de las entidades de los tres niveles de gobierno.
- d. Participar en reuniones con la DSEIP, así como con otras áreas de la DGPMI que permitan realizar el seguimiento a las acciones comunicacionales.

6.19. Diseñar e implementar la estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación de un Dataware House de la Inversión Pública.

Desarrollar recursos comunicacionales para la Implementación y despliegue de un DataWare House para el Banco de Inversiones, que servirá de repositorio para la explotación de información de inversiones.

- a. Diseñar e implementar la estrategia y/o campaña comunicacional dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno en el marco del SNPMGI.
- b. Coordinar, elaborar, diseñar y desplegar los recursos comunicacionales (piezas gráficas, videos, documentos, infografías, presentaciones, entre otros), que forman parte de la estrategia y/o campaña de comunicación dirigida a los operadores de inversión pública de las entidades de los tres niveles de gobierno.

- c. Elaborar notas de prensa, comunicados, publicaciones u otros recursos para mantener una comunicación e información constante y oportuna con los operadores de inversión de las entidades de los tres niveles de gobierno.
- d. Participar en reuniones con la DSEIP, así como con otras áreas de la DGPMI que permitan realizar el seguimiento a las acciones comunicacionales.

6.20. Actividades o tareas requeridas por la DGPMI.

Otras actividades o tareas requeridas por la DGPMI en coordinación con el Componente 3 del ETP, en el marco del presente Término de Referencia.

6.21. Informe final.

El informe final debe contener de forma ordenada la descripción de los productos centrales desarrollados la presente consultoría, así como las conclusiones, recomendaciones y lecciones aprendidas obtenidas.

El consultor individual deberá contar con todos los recursos físicos y tecnológicos para el desarrollo de la consultoría.

Además, se debe organizar la información generada por la consultoría para su almacenamiento de acuerdo con los formatos y/o fichas establecidas por la DGPMI a través de la Dirección de Seguimiento y Evaluación de la Inversión Pública (DSEIP), debiendo tener para este tema en particular la conformidad de dicha Dirección.

VII METODOLOGÍA DE TRABAJO

El desarrollo de la consultoría deberá tener en cuenta lo siguiente:

- a) Las actividades de la consultoría se desarrollarán según el plan de trabajo elaborado por el consultor, el mismo que será coordinado y validado por la DGPMI a través de la DSEIP en coordinación con el Componente 3 del Equipo Técnico del Proyecto.
- b) El consultor deberá registrar los archivos, productos, formatos, materiales, actas, entre otros documentos generados durante el desarrollo de la consultoría, según los estándares definidos por la DSEIP.
- c) Para realizar las acciones de las entrevistas, encuestas, talleres, focus group u otros, el consultor deberá emplear técnicas de investigación rigurosas¹ para asegurar que los instrumentos de recolección de información responda al diseño de la evaluación objeto de estudio, precisando una “matriz de operacionalización de las variables”; asimismo, como medio de verificación, deberá entregar el procesamiento de los cuestionarios aplicados y los resultados obtenidos en la matriz de operacionalización de las variables asociadas al objeto de estudio. Las técnicas de investigación serán validadas por la DSEIP.

¹ Como referencia podrá emplear la siguiente Bibliografía: 1. Santesmases M. DYANE. Diseño y análisis de encuestas en investigación social y de mercados. Madrid: Ediciones Pirámide, 1997. // 2. León O, Montero I. Diseño de investigaciones. Madrid: McGraw-Hill/Interamericana de España, S.A.U., 1999. // 3. Pulido A. Estadística y técnicas de investigación social. Madrid: Ediciones Pirámide, S.A., 1992. // 4. Mira JJ, Aranaz J, Blanco MA, García E, Martínez B, Lizán M, et al. Calidad relacional y satisfacción del usuario. En: Rodríguez P, García J, editores. Calidad en la atención sanitaria. Conceptos teóricos y aplicaciones prácticas. Madrid: Sociedad Española de Medicina Preventiva, 2001; p. 149-94. // 5. Visauta B. Técnicas de investigación social: recogida de datos. Barcelona: Promociones y Publicaciones Universitarias, 1989. // 6. Fernández JS, Rojas AJ. Trabajo de campo. En: Rojas AJ, Fernández JS, Pérez C, editores. Investigar mediante encuestas. Fundamentos teóricos y aspectos prácticos. Madrid: Editorial Síntesis, 1998, p. 155-67., entre otros.

- d) La DGPMI a través de la DSEIP proporcionará los lineamientos, documentos y/o insumos técnicos para el desarrollo de la consultoría.
- e) Se deberá mantener una coordinación permanente con la DGPMI a través de la DSEIP respecto a la ejecución de los servicios de la presente consultoría.
- f) El planteamiento de actividades y seguimiento de la ejecución de estas responde a los objetivos planteados en la consultoría.
- g) La consultoría elaborará reportes permanentes y oportunos a la DSEIP sobre el desarrollo de las actividades.
- h) El consultor individual deberá participar directamente en las reuniones de trabajo conjunto con la DGPMI a través del equipo técnico que la DSEIP designe.
- i) El responsable de la supervisión (DSEIP en coordinación con el equipo técnico del proyecto), desempeñará la función de contraparte técnica.
- j) Previo al envío de los productos, el contenido de los documentos, estrategias y/o campañas, informes, etc., deben ser validados por la DSEIP según temas de competencia.
- k) El consultor individual debe tener conocimiento de las metodologías generales, específicas y de las disposiciones establecidas, así como las disposiciones de carácter técnico, regulatorio y normativo en el marco del SNPMGI.
- l) El consultor individual es el responsable de realizar y elaborar con éxito todas las actividades necesarias de la presente consultoría, según lo establecido en el presente Término de Referencia; asimismo, los avances y productos a presentar serán coordinados y evaluados por la DGPMI a través de la DSEIP.
- m) El consultor es el responsable de realizar la corrección de estilo de todos los recursos relacionados al presente Término de Referencia.
- n) El consultor individual deberá presentar los informes de sus entregables respetando las fechas establecidas en el presente Término de Referencia, por Ventanilla Electrónica del MEF.

VIII. PERFIL DEL CONSULTOR

Para la consecución de los objetivos de la presente consultoría, el consultor deberá cumplir los siguientes requisitos mínimos:

Cuadro N° 01: Perfil del consultor individual

Consultor	Formación académica	Experiencia Laboral General	Experiencia Laboral Específica
Consultor	Titulado universitario en Diseño gráfico, Ciencias de la Comunicación, Marketing, o carreras afines.	Mínima de siete (7) años en entidades públicas y/o privadas.	Mínima de 03 años en puestos relacionados al diseño gráfico, y/o edición de contenido a la comunicación, y/o implementación de estrategias y/o campañas comunicacionales, y/o marketing en entidades públicas y/o privadas.

El profesional señalado en el Cuadro N° 03 deberá acreditar documentadamente el cumplimiento de los requisitos mínimos de formación académica, experiencia laboral general y experiencia laboral específica según los establecidos en este Término de Referencia.

IX PRODUCTOS/ENTREGABLES

El consultor deberá entregar los productos/entregables completos y anexos de corresponder, de acuerdo con lo siguiente:

Cuadro N.º 02: Productos/Entregables

Producto	Contenido
Producto 1:	Entregable 1 <ul style="list-style-type: none"> - Plan de trabajo de actividades a desarrollar y metodología de trabajo. Asociado a la actividad 7.1 - Cronograma en MS Project o similar.
	Entregable 2 Informe que dé cuenta del avance de los productos realizados con relación a: <ul style="list-style-type: none"> - Estrategia y/o campaña comunicacional para el posicionamiento del Índice de Gestión de las Inversiones Públicas (IGEIP). Asociado a la actividad 6.2. - Estrategia para comunicar la ejecución del Ejecuthon, en sus diferentes ediciones. Asociado a la actividad 6.3. - Estrategia para comunicar el seguimiento y acompañamiento a las entidades de los tres niveles de gobierno. Asociado a la actividad 6.4.
Producto 2:	Entregable 3 Informe que dé cuenta del avance de los productos realizados con relación a: <ul style="list-style-type: none"> - Estrategia para comunicar la implementación del módulo de comité de seguimiento de Inversiones. Asociado a la actividad 6.5. - Estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación del módulo de riesgos. Asociado a la actividad 6.7. - Estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación del catálogo de riesgos estándar. Asociado a la actividad 6.8.
Producto 3:	Entregable 4 Informe que dé cuenta del avance de los productos realizados con relación a: <ul style="list-style-type: none"> - Estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación de mejoras al Formato 12-B. Asociado a la actividad 6.9. - Estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación de las actualizaciones de los instructivos de los aplicativos informáticos. Asociado a la actividad 6.10. - Estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación de los nuevos lineamientos del comité de seguimiento de inversiones. Asociado a la actividad 6.6.
Producto 4:	Entregable 5 Informe que dé cuenta del avance de los productos realizados con relación a: <ul style="list-style-type: none"> - Estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación de los reportes de alertas sobre la gestión de las inversiones por cada fase del ciclo de inversión: 1ro ejecución, 2do formulación, 3ro PMI, 4to funcionamiento (distintos a evaluaciones ex post). Asociado a la actividad 6.11. - Estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación de los reportes de cumplimiento de los registros en los aplicativos del SNPMGI: Formato 12-B, Formato 8, Modulo de comités de inversiones. Asociado a la actividad 6.12.

Producto	Contenido
	<ul style="list-style-type: none"> - Estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación del reporte de desempeño de la gestión de inversiones. Asociado a la actividad 6.14.
Producto 5:	<p>Entregable 6 Informe que dé cuenta del avance de los productos realizados con relación a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación de los reportes de cumplimiento de las sesiones de comité mensual por cada nivel de gobierno. Asociado a la actividad 6.13. - Estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación de los resultados de evaluaciones ex post sobre muestras aleatorias de inversiones entregadas por la DSEI. Asociado a la actividad 6.15. - Estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación de la Analítica de Datos (incluye información geoespacial) – Machine Learning. Asociado a la actividad 6.16.
Producto 6:	<p>Entregable 7 Informe que dé cuenta del avance de los productos realizados con relación a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación de Agentes conversacionales (primera y segunda salida- con formulación y evaluación). Asociado a la actividad 6.17. - Estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación de la Plataforma Informática del Expediente Digital de la Inversión Pública – PED. Asociado a la actividad 6.18. - Estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación de un Dataware House de la Inversión Pública. Asociado a la actividad 6.19.
Producto 7:	<p>Entregable 8 Informe que dé cuenta del desarrollo de los productos realizados con relación a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estrategia y/o campaña comunicacional para el posicionamiento del Índice de Gestión de las Inversiones Públicas (IGEIP). Asociado a la actividad 6.2. - Estrategia para comunicar la ejecución del Ejecuthon, en sus diferentes ediciones. Asociado a la actividad 6.3. - Estrategia para comunicar el seguimiento y acompañamiento a las entidades de los tres niveles de gobierno. Asociado a la actividad 6.4. - Estrategia para comunicar la implementación del módulo de comité de seguimiento de Inversiones. Asociado a la actividad 6.5. - Estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación del módulo de riesgos. Asociado a la actividad 6.7. - Estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación del catálogo de riesgos estándar. Asociado a la actividad 6.8.
Producto 8:	<p>Entregable 9 Informe que dé cuenta del desarrollo de los productos realizados con relación a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación de mejoras al Formato 12-B. Asociado a la actividad 6.9. - Estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación de las actualizaciones de los instructivos de los aplicativos informáticos. Asociado a la actividad 6.10. - Estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación de los nuevos lineamientos del comité de seguimiento de inversiones. Asociado a la actividad 6.6.

Producto	Contenido
	<ul style="list-style-type: none"> - Estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación de los reportes de alertas sobre la gestión de las inversiones por cada fase del ciclo de inversión: 1ro ejecución, 2do formulación, 3ro PMI, 4to funcionamiento (distintos a evaluaciones ex post). Asociado a la actividad 6.11. - Estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación de los reportes de cumplimiento de los registros en los aplicativos del SNPMGI: Formato 12-B, Formato 8, Modulo de comités de inversiones. Asociado a la actividad 6.12. - Estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación del reporte de desempeño de la gestión de inversiones. Asociado a la actividad 6.14.
Producto 9:	<p>Entregable 10 Informe que dé cuenta del desarrollo de los productos realizados con relación a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación de los reportes de cumplimiento de las sesiones de comité mensual por cada nivel de gobierno. Asociado a la actividad 6.13. - Estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación de los resultados de evaluaciones ex post sobre muestras aleatorias de inversiones entregadas por la DSEI. Asociado a la actividad 6.15. - Estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación de la Analítica de Datos (incluye información geoespacial) – Machine Learning. Asociado a la actividad 6.16. - Estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación de Agentes conversacionales (primera y segunda salida- con formulación y evaluación). Asociado a la actividad 6.17. - Estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación de la Plataforma Informática del Expediente Digital de la Inversión Pública – PED. Asociado a la actividad 6.18. - Estrategia y/o campaña comunicacional para la presentación de un Dataware House de la Inversión Pública. Asociado a la actividad 6.19.
Producto 10:	<p>Entregable 11 Informe que dé cuenta del desarrollo de los productos realizados con relación a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lineamientos de la estrategia de comunicación implementada en el marco de las actividades señaladas en la sección VI. del presente TDR. - Reporte de las actividades o tareas realizadas que fueron requeridas por la DGPMI. Asociado a la actividad 6.20. - Informe Final. Asociado a la actividad 6.21. <p>El informe final debe contener de forma ordenada y secuencial lo desarrollado en todos los productos del servicio prestado, con los resultados establecidos como parte de los objetivos de la consultoría, incluyendo el resumen ejecutivo, las lecciones aprendidas, conclusiones y recomendaciones.</p>

Cabe destacar que los productos deberán estar debidamente foliados y visados en todas sus páginas, para ser remitidos mediante una carta a la OGIP.

X. PLAZO DE EJECUCIÓN DE LA CONSULTORÍA

El plazo máximo para el desarrollo de las actividades y entrega de los productos requeridos por la consultoría es hasta los trescientos **(300) días calendario**, los cuales se entregarán en el plazo establecido para cada producto en el Cuadro N° 02, contados a partir del inicio de la vigencia del plazo del servicio que estará establecido en el respectivo contrato y conforme al siguiente detalle:

Cuadro N.º 02: Plazos de Presentación de Productos/Entregables

Productos	Plazo máximo de presentación
Producto 1	<p>Entregable 1 Hasta los cinco (05) días calendario contados a partir del inicio de la vigencia del plazo del servicio que estará establecido en el respectivo contrato.</p> <p>Entregable 2 Hasta los treinta (30) días calendario contados a partir del inicio de la vigencia del plazo del servicio que estará establecido en el respectivo contrato.</p>
Producto 2	<p>Entregable 3 Hasta los sesenta (60) días calendario contados a partir del inicio de la vigencia del plazo del servicio que estará establecido en el respectivo contrato.</p>
Producto 3	<p>Entregable 4 Hasta los noventa (90) días calendario contados a partir del inicio de la vigencia del plazo del servicio que estará establecido en el respectivo contrato.</p>
Producto 4	<p>Entregable 5 Hasta los ciento veinte (120) días calendario contados a partir del inicio de la vigencia del plazo del servicio que estará establecido en el respectivo contrato.</p>
Producto 5	<p>Entregable 6 Hasta los ciento cincuenta (150) días calendario contados a partir del inicio de la vigencia del plazo del servicio que estará establecido en el respectivo contrato.</p>
Producto 6	<p>Entregable 7 Hasta los ciento ochenta (180) días calendario contados a partir del inicio de la vigencia del plazo del servicio que estará establecido en el respectivo contrato.</p>
Producto 7	<p>Entregable 8 Hasta los doscientos diez (210) días calendario contados a partir del inicio de la vigencia del plazo del servicio que estará establecido en el respectivo contrato.</p>
Producto 8	<p>Entregable 9 Hasta los doscientos cuarenta (240) días calendario contados a partir del inicio de la vigencia del plazo del servicio que estará establecido en el respectivo contrato.</p>
Producto 9	<p>Entregable 10 Hasta los doscientos setenta (270) días calendario contados a partir del inicio de la vigencia del plazo del servicio que estará establecido en el respectivo contrato.</p>

Productos	Plazo máximo de presentación
Producto 10	Entregable 11 Hasta los trescientos (300) días calendario contados a partir del inicio de la vigencia del plazo del servicio que estará establecido en el respectivo contrato.

Dichos plazos de presentación configuran plazos finales, por lo que será de responsabilidad del consultor individual presentar la versión preliminar de los productos, así como las presentaciones sobre los avances de estos, con la debida oportunidad a través de correo electrónico, para la revisión respectiva de la DSEIP de la DGPMI, con el propósito de consensuar el enfoque metodológico y obtener la revisión preliminar del área (as) técnicas. Cabe precisar que el levantamiento de las observaciones que se generen de dicha revisión preliminar, así como su inclusión previa a la presentación de los productos en los plazos establecidos, son de responsabilidad del consultor individual.

XI PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO/ENTREGABLE

La presentación del producto / entregable requeridos en el presente TdR, se realizará a través de la Ventanilla Electrónica del MEF y/o en la Mesa de Partes del MEF, mediante carta dirigida a la Directora General de la DGPMI, con copia a la OGIP. El entregable deberá estar foliado y visado en todas sus páginas.

Si el entregable se presenta a través de la Ventanilla Electrónica del MEF, deberá ser en formato pdf visado y firmado de manera manuscrita o electrónica, y de requerirlo el área usuaria, deberá adjuntar los documentos en formatos editables (Word, Excel, softwares utilizados y/o el programa que corresponda); asimismo, si el precitado entregable es firmado digitalmente (firma digital RENIEC), bastará con una sola firma. Si la fecha de presentación del entregable establecido en el TdR, coincide con un día no laborable, se correrá la fecha de entrega hasta el siguiente primer día hábil, sin que sea sujeto de penalidad

XII COORDINACIÓN Y SUPERVISIÓN

La coordinación y supervisión técnica de los aspectos técnicos de la consultoría estará a cargo de la DGPMI, a través de la DSEIP en coordinación con el Equipo Técnico del Proyecto, quienes desempeñarán la función de contraparte técnica.

La coordinación general de la consultoría estará a cargo de la DGPMI, a través del Equipo Técnico del Proyecto, quien acompañará la ejecución del servicio, a fin de garantizar la calidad y entrega de los productos en los plazos establecidos.

En tanto, la OGIP debe velar por el cumplimiento de los aspectos contractuales y administrativos, vinculados a la utilización de los recursos necesarios para proceder a efectuar los pagos correspondientes.

XIII CONFORMIDAD DEL PRODUCTO/ENTREGABLE

La conformidad de los productos/entregables será realizada por la Directora General de la Dirección General de Programación Multianual de Inversiones (DGPMI), previo informe de la Dirección de Seguimiento y Evaluación de la Inversión Pública (DSEIP) en coordinación con el Equipo Técnico del proyecto.

El plazo para comunicar al consultor respecto a la conformidad u observación del entregable de ser el caso será como máximo de siete (7) días calendario computados a partir del día siguiente de su entrega/recepción.

La conformidad de los productos / entregables se realizará de acuerdo con el procedimiento siguiente:

13.1. Dentro del Plazo previsto para el pronunciamiento del MEF, la DGPMI comunicará por medios físicos o electrónicos, el resultado de la evaluación al consultor con copia a la OGIP; el mismo que debe contar con opinión del Equipo Técnico del Proyecto y de corresponder Dirección de Seguimiento y Evaluación de la Inversión Pública (DSEIP).

13.2. De encontrarse conforme, emitirá el informe de conformidad correspondiente debiendo remitir dicha conformidad a la OGIP, a efectos de proceder con el pago dentro del plazo previsto en el contrato.

13.3. De haber observaciones al entregable, emitirá el informe conteniendo las observaciones correspondientes y comunicará por medios físicos o electrónicos el resultado de dicha evaluación al consultor con copia a la OGIP, dentro del plazo previsto.

13.4. En tal caso, la DGPMI otorgará un plazo de hasta 15 días calendarios para la subsanación según la complejidad de cada entregable, dentro de dicho plazo el consultor deberá presentar el entregable subsanado de acuerdo con lo establecido en el numeral XI. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO / ENTREGABLE del presente TdR.

13.5. Si el consultor no subsana las observaciones en el plazo establecido o las subsana parcialmente el entregable será considerado como no presentado para efectos de la constitución en mora y por lo tanto para la aplicación de la penalidad correspondiente de acuerdo con lo establecido en el contrato. La penalidad se aplicará desde el día siguiente de la fecha en que el Consultor debió presentar el entregable con las observaciones subsanadas.

Igualmente, para el caso de incumplimiento en la presentación de un entregable, la penalidad se aplicará desde el día siguiente de la fecha en que el consultor debió presentar el mismo.

El incumplimiento comprende el supuesto de “no presentación de un entregable” y el “incumplimiento manifiesto” donde se comunica al consultor el rechazo de su entregable debido al carácter evidente de la inconsistencia y/o incongruencia que conlleva al no cumplimiento con las características y condiciones de la prestación exigidos en el término de referencia que forma parte del contrato, por lo que se considerará como no ejecutada la prestación.

13.6. En el caso de que el consultor no subsane la totalidad de las observaciones en los plazos establecidos, el Área Usuaria gestionará ante la OGIP las acciones administrativas que correspondan.

XIV PENALIDAD

En caso de atraso injustificado del contratista en la ejecución de las prestaciones, objeto de la contratación, se aplica automáticamente una penalidad por mora por cada día de atraso, de acuerdo a la siguiente fórmula:

Penalidad diaria = $0.10 \times \text{monto} / F \times \text{plazo en días}$

Donde F tiene los siguientes valores:

- Para plazos menores o iguales a sesenta (60) días, para bienes y servicios: F= 0.40
- Para plazos mayores a sesenta (60) días, para bienes y servicios: F= 0.25

Tanto el monto como el plazo se refieren, según corresponda, al monto vigente del contrato o numeral que debió ejecutarse o, en caso de que estos involucraran obligaciones de ejecución periódica o entregas parciales, a la prestación individual que fuera materia de retraso.

XV COSTO Y FORMA DE PAGO

El costo total estimado para la consultoría asciende a la suma global de **S/ 90,000.00 (noventa mil y 00/100 soles)**, que incluye los honorarios, gastos operativos necesarios para el desarrollo del servicio y los impuestos de ley.

Cuadro N° 04: Costos estimados a nivel de cada consultor

Especialistas	Cantidad	Unidad de medida	Honorarios (S/ por mes)	meses/cantidad	Monto total
Honorarios	1	Consultor	S/ 9,000	10	S/ 90,000.00
TOTAL, S/					S/ 90,000.00

Cuadro N.° 05: Fecha límite de presentación del producto y pago

Descripción	Fecha límite de presentación del producto	Total (S/)
Producto 1	Entregable 1 Hasta los cinco (05) días calendario contados a partir del inicio de la vigencia del plazo del servicio que estará establecido en el respectivo contrato.	Sin pago
	Entregable 2 Hasta los treinta (30) días calendario contados a partir del inicio de la vigencia del plazo del servicio que estará establecido en el respectivo contrato.	S/ 9,000.00
Producto 2	Entregable 3 Hasta los sesenta (60) días calendario contados a partir del inicio de la vigencia del plazo del servicio que estará establecido en el respectivo contrato.	S/ 9,000.00

Descripción	Fecha límite de presentación del producto	Total (S/)
Producto 3	Entregable 4 Hasta los noventa (90) días calendario contados a partir del inicio de la vigencia del plazo del servicio que estará establecido en el respectivo contrato.	S/ 9,000.00
Producto 4	Entregable 5 Hasta los ciento veinte (120) días calendario contados a partir del inicio de la vigencia del plazo del servicio que estará establecido en el respectivo contrato.	S/ 9,000.00
Producto 5	Entregable 6 Hasta los ciento cincuenta (150) días calendario contados a partir del inicio de la vigencia del plazo del servicio que estará establecido en el respectivo contrato.	S/ 9,000.00
Producto 6	Entregable 7 Hasta los ciento ochenta (180) días calendario contados a partir del inicio de la vigencia del plazo del servicio que estará establecido en el respectivo contrato.	S/ 9,000.00
Producto 7	Entregable 8 Hasta los doscientos diez (210) días calendario contados a partir del inicio de la vigencia del plazo del servicio que estará establecido en el respectivo contrato.	S/ 9,000.00
Producto 8	Entregable 9 Hasta los doscientos cuarenta (240) días calendario contados a partir del inicio de la vigencia del plazo del servicio que estará establecido en el respectivo contrato.	S/ 9,000.00
Producto 9	Entregable 10 Hasta los doscientos setenta (270) días calendario contados a partir del inicio de la vigencia del plazo del servicio que estará establecido en el respectivo contrato.	S/ 9,000.00
Producto 10	Entregable 11 Hasta los trescientos (300) días calendario contados a partir del inicio de la vigencia del plazo del servicio que estará establecido en el respectivo contrato.	S/ 9,000.00
		S/ 90,000.00

La aprobación y/o conformidad de los productos/entregables se efectuará de acuerdo con lo indicado en el primer párrafo de la sección XIII del término de referencia.

El pago de los honorarios del consultor requiere previamente la conformidad técnica de la Dirección General de la DGPMI.

XVI LUGAR DE SERVICIOS, PASAJES Y VIÁTICOS

El servicio será realizado en la ciudad de Lima.