

## TÉRMINOS DE REFERENCIA

### SERVICIO DE CONSULTORÍA PARA DISEÑAR UN PLAN DE COMUNICACIÓN PARA DIFUSIÓN Y APROPIACIÓN DE ACCIONES DEL MNCP

#### 1. ANTECEDENTES

El Gobierno del Perú ha suscrito el Contrato de Préstamo N.º 4555/OC-PE con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) para financiar, parcialmente, el Programa para la Mejora de la Calidad y Pertinencia de los Servicios de Educación Superior Universitaria y Tecnológica a Nivel Nacional, a cargo de la Unidad Ejecutora 118 Mejoramiento de la Calidad de la Educación Básica y Superior, en adelante el Programa; el cual tiene como objetivo general lograr que los estudiantes de la educación superior del Perú accedan a instituciones que brinden adecuados servicios educativos, pertinentes y de calidad, a nivel nacional.

El Programa incluye tres grandes áreas de trabajo, distribuidas en tres componentes:

- Componente 1. Generación de conocimiento e información para un mejor diseño de las políticas de fomento de la calidad y la pertinencia
- Componente 2. Fortalecimiento de la gestión institucional de las IES públicas
- Componente 3. Mejora de la infraestructura y equipamiento de las IES públicas

El Componente 1 contempla actividades para la provisión de información oportuna y de calidad para un mejor diseño de las políticas orientadas a la mejora de la educación superior en universidades e institutos tecnológicos públicos.

Uno de los alcances del Componente 1 es orientar el logro del siguiente resultado: " Sectores productivos con Programas Formativos basados en el MNCP", siendo ésta una etapa del proceso de implementación del MNCP. Se ha identificado que una actividad transversal que contribuye con la adecuada utilización del MNCP, una vez implementado, es la promoción del mismo, la misma que debe realizarse con diversos actores directos e indirectos.

La herramienta MNCP se enmarca en dos documentos de políticas, siendo el principal el Plan Nacional de Competitividad y Productividad 2019 – 2030<sup>1</sup>, en el cual se establece, como medida de política 2.2, la creación e implementación progresiva de un marco nacional de cualificaciones (MNC) en el Perú, cuyo "principal propósito es contribuir a incrementar el nivel y relevancia de las cualificaciones de la población". Esta medida de política contribuye con el logro del objetivo prioritario 2 (OP2) de la Política Nacional de Competitividad y Productividad que es el de Fortalecer el capital humano.

Por otra parte, el Ministerio de Educación ha elaborado la Política Nacional de Educación Superior y Técnico-Productiva (PNESTP), aprobada por Decreto Supremo N°012-2020-MINEDU, que se constituye en un documento orientador del sector y que define la apuesta del Estado al 2030 para ampliar el acceso y mejorar la calidad de la educación superior (universitaria, tecnológica, pedagógica y artística), con igualdad de oportunidades para todos los peruanos.

La PNESTP cuenta con objetivos prioritarios, lineamientos y servicios, de los cuales el OP5 es el de "**Fortalecer la gobernanza de la ESTP, y el rol rector del Ministerio de Educación**", siendo uno de sus lineamientos "**Facilitar la transitabilidad en la población entre alternativas formativas de la ESTP**" (L.5.2.). Este lineamiento tiene como finalidad que la población cuente con diversas rutas para el aprendizaje a lo largo de la vida, que contribuyan a una formación integral y a mejores oportunidades de empleabilidad. En esa línea, se establecen entre otros mecanismos, el reconocimiento de aprendizajes previos, a través de la convalidación y certificación de competencias para la continuidad de sus trayectorias educativas en la ESTP. Dentro de la PNESTP, se cuenta, además, con dos servicios que van de la mano con este lineamiento, que son los de **Certificación de aprendizajes en la ESTP** y **Marco Nacional de**

<sup>1</sup> Aprobado por Decreto Supremo N°237-2019-EF.



## Cualificaciones de la ESTP.

Durante los últimos dos años se han realizado avances significativos para la instalación de un Marco Nacional de Cualificaciones en Perú y su funcionamiento. En julio de 2021, se aprueba la creación del MNCP a través del Decreto Supremo 012-2021-MINEDU 2021 y la comisión multisectorial de naturaleza permanente denominada "Comisión Nacional para el seguimiento a la implementación del Marco Nacional de Cualificaciones del Perú - MNCP"<sup>2</sup>.

En junio de 2022, la Resolución Viceministerial 249 –2022- MINEDU norma el funcionamiento interno de la Comisión de naturaleza permanente denominada "Comisión Nacional para el seguimiento a la implementación del Marco Nacional de Cualificaciones del Perú – MNCP", creada por el Decreto Supremo N° 012-2021-MINEDU, en adelante la Comisión Nacional, que aprueba el reglamento y la fecha de instauración de la Comisión nacional.

En setiembre de 2022, en la tercera reunión de la Comisión nacional se aprobó el Plan de implementación del MNCP, aunque se encuentra aún pendiente de resolución Viceministerial.

## 2. JUSTIFICACIÓN

Los marcos de cualificaciones se constituyen en herramientas que orientan la puesta en marcha de una serie de políticas relacionadas con las trayectorias educativas (aprendizaje a lo largo de la vida), el reconocimiento de la formación técnica, así como el acceso igualitario de la población a información que le permita identificar opciones formativas pertinentes y de calidad<sup>3</sup>.

Su utilización contribuye al logro de objetivos<sup>4</sup> tales como: a) Promover el aprendizaje permanente a lo largo de la vida, capitalizando saberes adquiridos en diferentes contextos, y consolidando rutas de aprendizaje que conllevan al fortalecimiento y la transitabilidad de las personas a niveles superiores de cualificación. b) Facilitar el tránsito de las personas por el sistema educativo-formativo nacional, al ser un referente en los procesos formativos de evaluación o de acreditación de aprendizajes formales, no formales e informales. c) Mejorar la pertinencia de la oferta de educación y formación mediante la alineación con los resultados de aprendizaje requeridos para el desarrollo productivo del país y a la efectiva diferenciación entre niveles de cualificación. d) Facilitar la identificación de rutas formativo-laborales para promover la movilidad de las personas en el sistema de formación de habilidades y el aprendizaje a lo largo de la vida e impulsar la inserción productiva de calidad. e) Impulsar el reconocimiento de aprendizajes previos y de cualificaciones obtenidas en el exterior para así promover el incremento de habilidades en la población y su relevancia frente al desarrollo productivo del país. f) Generar condiciones para la transparencia en la información sobre las cualificaciones existentes para crear confianza por parte del sector productivo en los egresados del sistema educativo y de formación y de competencias o de reconocimiento de aprendizajes previos, para enriquecer los procesos de orientación socio-ocupacional y articular los procesos de gestión del talento humano al interior de las organizaciones productivas. g) Favorecer los procesos de aseguramiento de la calidad de la oferta de educación, capacitación y formación continua del talento humano del país y, h) Orientar al sector productivo y laboral para conciliar la demanda con la oferta de cualificaciones.

Para garantizar una correcta implementación del MNCP, y por ende, el cumplimiento de los objetivos antes expuestos, se hace necesario, como parte de los procesos definidos dentro de su Plan de implementación, el diseño e implementación de una estrategia de divulgación de las acciones del MNCP para apropiación del instrumento en las poblaciones objetivo, usuarias y beneficiarias de este proceso de política pública.

<sup>2</sup> Aprobada por Decreto Supremo N°012-2021-MINEDU.

<sup>3</sup> OIT/CINTERFOR Acuerdo entre el centro interamericano para el desarrollo del conocimiento en la formación profesional (OIT/CINTERFOR) y el programa "mejora de la calidad y pertinencia de los servicios de educación superior universitaria y tecnológica a nivel nacional – PMESUT" para el desarrollo de acciones de cooperación técnica.

<sup>4</sup> Artículo N°2 del Decreto Supremo N°012-2021-MINEDU



En esta línea, se establece la necesidad de generar un plan de comunicaciones que, por la propia naturaleza del MNCP, considere movilizar información a ciertas poblaciones, cambio de percepciones a otras y procesos de incidencia en actores estratégicos. Para la generación de este plan de comunicaciones, se considera necesario realizar un evento de lanzamiento que consolide el comienzo de las actividades de promoción y apropiación del MNCP y genere información primaria para el diseño del plan de comunicaciones.

Es con este objetivo que se plantea la siguiente consultoría: "Consultoría para diseñar la estrategia de comunicación para difusión y conocimiento de acciones del MNCP".

### 3. OBJETIVOS DE LA CONSULTORÍA

#### OBJETIVO GENERAL:

Diseñar un plan de comunicación para la divulgación y desarrollo de marca para el MNCP generando apropiación y conocimiento de su plan de implementación con sus beneficiarios, usuarios y otros actores estratégicos del MNCP.

#### OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Identificar acciones de comunicación, estrategias de posicionamiento y comunicación utilizadas para la difusión y divulgación de Marcos Nacionales de Cualificaciones de otros países. Así como identificar eventos de lanzamiento a diferentes públicos.
- Proponer una base de datos de públicos objetivos para realizar la invitación del evento de lanzamiento del MNCP, así como identificar a los líderes dentro de cada público.
- Definir una línea de base con públicos objetivo participantes del evento de lanzamiento del MNCP que servirá como insumo en la elaboración del plan de comunicaciones que se proponga.
- Elaboración del plan de comunicaciones que incluya estrategia y acciones de comunicación a desarrollar.

### 4. ALCANCES DE LA CONSULTORÍA

TIPO DE ALCANCE	DESCRIPCIÓN
ALCANCE GEOGRÁFICO:	La consultoría tiene un alcance a nivel nacional:
ALCANCE TEMÁTICO:	El alcance gira en torno al concepto de MNCP y los temas considerados en los objetivos generales considerados en el Decreto Supremo N°012-2021-MINEDU.
ALCANCE INSTITUCIONAL:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Universidades</li> <li>- IEST</li> <li>- Ministerio de Educación, Trabajo y Producción</li> <li>- Medios de comunicación</li> <li>- Academia</li> <li>- Sector Productivo</li> <li>- SINEACE</li> <li>- Sector empresarial</li> </ul>
ALCANCE TRANSVERSAL:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Género, equidad e interculturalidad.</li> </ul>

### 5. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO A REALIZAR

Para lograr los objetivos propuestos, se deberá cumplir con las siguientes actividades:





▪ **ACTIVIDAD 1: REALIZAR UN PLAN DE TRABAJO**

**DESCRIPCIÓN:**

La firma consultora debe, como primer paso, revisar la información que le será proporcionada por la DIGESUTPA, en coordinación con PMESUT, acerca de a) Marco Nacional de Cualificaciones (estudios previos relacionados y normativas de Perú) y b) Mandatorios en diseño del Ministerio de Educación y de la campaña institucional del Gobierno.

El Plan de trabajo debe contener como mínimo:

- Objetivos de la consultoría (Incluir objetivos generales y comunicacionales).
- Descripción detallada del alcance, de acuerdo con lo señalado en el acápite 4.
- Metodología de trabajo que se va a utilizar para alcanzar cada uno de los objetivos, definiendo las muestras de la población objetivo donde se va a levantar la línea de base.
- Propuesta general del diseño del evento considerado en la actividad 3: 1.2 Diseño e implementación de un evento de lanzamiento del MNCP.
- Cronograma de actividades e hitos principales de la consultoría, fechas y plazos, incluyendo reuniones de coordinación y presentación de los productos.
- Datos de contacto del equipo que participará en la ejecución de la consultoría (nombres, cargos, teléfono y correo electrónico).
- Plan tentativo de coordinaciones y reuniones con el equipo contratante (cronograma).

Se realizará una reunión, con las personas designadas por PMESUT y DIGESUTPA, para la presentación del Producto.

**PRODUCTO 1:**

**PLAN DE TRABAJO**

▪ **ACTIVIDAD 2: IDENTIFICAR ACCIONES DE COMUNICACIÓN, ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO Y COMUNICACIÓN UTILIZADAS PARA LA DIFUSIÓN Y DIVULGACIÓN DE MARCOS NACIONALES DE CUALIFICACIÓN. ASÍ COMO IDENTIFICAR EVENTOS DE LANZAMIENTO A DIFERENTES PÚBLICOS**

**DESCRIPCIÓN:**

Desarrollo de una sistematización que debe incluir la revisión de estudios nacionales e internacionales que incluirá los siguientes puntos:

Identificar experiencias nacionales de política intersectorial en su ejercicio de divulgación de la agenda pública.

Revisión de experiencias internacionales sobre estrategias, campañas y otras acciones de comunicación desarrolladas para Marcos Nacionales de Cualificaciones.

Análisis FODA y análisis de sostenibilidad sobre las experiencias con mayor impacto en sus públicos y recordación de campañas y/o eventos realizados.

Resultados del análisis: conclusiones, recomendaciones teniendo en cuenta estas experiencias.

Para ello se tendrá en cuenta dos experiencias previas desarrolladas por PMESUT:

Diseño e implementación de un plan de Comunicaciones para la difusión y posicionamiento del marco nacional de cualificaciones implementada por la firma consultora. PR

Servicio de consultoría para el diseño de un manual de identidad gráfica y de un portal web para el marco nacional de cualificaciones y el desarrollo de un taller de capacitación para el uso de la plataforma implementada por la firma consultora Want.

**Se realizarán reuniones periódicas con las personas designadas por PMESUT, DIGESUTPA y Oficina General de Comunicaciones (OGC) para el análisis, la absolución de consultas y la presentación de los avances del producto.**



## PRODUCTO 2:

### SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS COMUNICATIVAS, ANÁLISIS Y EVALUACIÓN

#### ▪ ACTIVIDAD 3: LEVANTAR LÍNEA DE BASE A PARTIR DE INFORMACIÓN PRIMARIA DE LOS PÚBLICOS OBJETIVOS (BENEFICIARIOS Y USUARIOS)

#### DESCRIPCIÓN:

1.1 Diseño de técnicas e instrumentos para levantar información primaria para identificar conocimiento, actitudes y comportamientos con respecto al MNCP de los públicos objetivos en base a la muestra considerada en la metodología de la Actividad 1. Como orientación, los públicos objetivos deben considerar: estudiantes, padres, sector productivo y empresarial, directores y docentes de Educación Superior Tecnológica y Universidades, expertos y líderes de opinión, medios de comunicación, tomadores de decisión del sector educativo, laboral y productivo en coordinación con la DIGESUTPA.

1.2 Diseño e implementación de un evento de lanzamiento del MNCP:

Se diseñará un evento de lanzamiento para desarrollar la marca del MNCP, divulgando, informando el contenido del MNCP y presentando la identidad de marca considerando los públicos a los que se dirige según la información que se recoja de reuniones y en base a las ideas desarrolladas con el equipo técnico del MNCP.

El evento tendrá un triple propósito vinculados entre sí: generar impacto positivo y adscripción al Marco en actores aliados y/o escépticos del MNCP<sup>5</sup>; brindar información y generar conocimiento del MNCP desde un enfoque pedagógico y levantar información primaria como insumo para la creación del plan de comunicaciones. Para ello se deberá desarrollar:

Elaboración del diseño y planificación del evento que comprende la coordinación logística, gestión de invitaciones, difusión del evento en medios, conducción del evento, streaming etc. Elaboración de video promocional del MNCP para presentación durante el evento.

Diseño de piezas gráficas para difusión y/u otras piezas propuestas que incluirán la curaduría gráfica siguiendo el manual de identidad establecido, la propuesta de mensajes y otros contenidos para la difusión del evento.

Los contenidos, materiales y propuesta deberán contar con la validación al equipo técnico del MNCP.

#### Producción del evento.

- El evento se desarrollará siguiendo unas pautas generales, pero dejando a consideración el diseño del mismo a la empresa consultora. Estas pautas generales, serían:
- El evento tendrá la duración de un día.
- El evento tendrá cabida en un espacio o espacios para albergar alrededor de 200 personas.
- El evento deberá tener una naturaleza mixta, entre un perfil institucional, autoridades y un perfil pedagógico (con actividades para la difusión y levantamiento de información).
  - El perfil institucional se refiere a la participación de autoridades ministeriales, sector privado, universidades, IEST, etc.
  - El perfil pedagógico se refiere a la realización de actividades de levantamiento de información como de presentación (panel de expertos, charlas TEDx, etc.) y/o debate (diálogos simultáneos, café mundial, etc.) y/o experimentales (dramatización, simulación, etc.) y/o analíticas (grupos de discusión, análisis DAFO, etc.)
- El evento contará con figuras internacionales y nacionales de reconocido prestigio sobre la temática.

<sup>5</sup> Se ha realizado un análisis preliminar de tipos de actores con relación a la percepción del MNCP que puede servir de guía para este aspecto.





- Se desarrollarán reuniones con PMESUT y DIGESUTPA para seleccionar los temas y los contenidos claves a relevar durante el evento, sobre los cuales giran el triple propósito del evento.

1.3 Análisis de la información primaria desarrollada en el evento en conjunto con la información primaria recogida en otras acciones de levantamiento de información primaria.

**Se realizarán reuniones periódicas con las personas designadas por PMESUT, DIGESUTPA y Oficina General de Comunicaciones (OGC) para el análisis, la absolución de consultas y la presentación de los avances del producto.**

### PRODUCTO 3:

#### INFORME DE LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN PRIMARIA.

##### ▪ **ACTIVIDAD 4: ELABORACIÓN DE ESTRATEGIA Y PLAN DE COMUNICACIÓN**

#### DESCRIPCIÓN:

En base a las dos actividades anteriores, desarrollar un plan de comunicaciones que incluya acciones de comunicación, estrategias y acciones de comunicación, también contará con un cronograma de trabajo e indicadores de logro y seguimiento. Describirá los responsables en la ejecución de este plan.

- Elaboración de una propuesta de contenidos para distintos canales (redes sociales, radio, televisión, prensa escrita), esto implica del desarrollo hasta la guionización del producto. En el caso de piezas gráficas, se solicita contar con las piezas finales en formato editable validadas por el equipo técnico y la oficina general de comunicación.
- Definición del equipo encargado de llevar a cabo la estrategia
- Presentación de una propuesta de presupuesto para la implementación del plan presentado.
- Elaboración de un plan de evaluación de la estrategia con carácter semestral para adecuación de mensajes y contenidos según el levantamiento de información realizado.
- Presupuestar el desarrollo del evento y de la implementación de la estrategia.

**Se realizarán reuniones periódicas con las personas designadas por PMESUT, DIGESUTPA y la Oficina General de Comunicaciones (OGC) para el análisis, la absolución de consultas y la presentación de los avances del producto.**

### PRODUCTO 4:

#### ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN ELABORADA CON COSTEO PARA SU IMPLEMENTACIÓN

#### 6. PERFIL DE LA FIRMA CONSULTORA

La firma consultora será persona jurídica: centro y/o instituto de investigación, universidad pública o privada, firma consultora nacional o extranjera, organización no gubernamental (ONG) o asociación civil sin fines de lucro.

- **Experiencia general:** Tener como mínimo cinco (5) años de experiencias o 10 experiencias en la elaboración de estrategias de comunicación para políticas públicas.
- **Experiencia específica 1:** Tener como mínimo tres (3) años de experiencias o 6 experiencias en elaboración de estrategias, planes y mensajes comunicacionales a partir de poblaciones objetivo estudiantiles y/o directores y /o docentes.
- **Experiencia específica 2:** Tener como mínimo tres (3) años experiencias o 6 experiencias en manejo de marca, posicionamiento y organización de eventos para difusión de políticas públicas.



El equipo deberá estar conformado por:

**Jefe o coordinador del estudio (01)**

- Bachiller en Marketing, Comunicaciones, Comunicación social, Periodismo, con maestría en carreras afines.
- Contar como mínimo con tres (3) años laborando en temas relacionados con la elaboración de estrategias de comunicación en sector educativo.
- Contar como mínimo con cinco (5) consultorías relacionadas con el diseño y elaboración de mensajes relacionados con educación superior.
- Contar con experiencia liderando equipos de comunicación, marketing u otros.
- Contar con experiencia de producción y diseño de eventos institucionales de manejo de marca.

Responsabilidades:

- Responsable del diseño del plan de comunicación.
- Gestionar el equipo de trabajo.
- Coordinar y organizar el levantamiento de información primaria y secundaria.
- Supervisar las actividades de eventos.

**Experto en redes (01)**

- Bachiller en Marketing, Comunicaciones, comunicación social, periodismo. Deseable con maestría en carreras afines.
- Contar con mínimo de tres (3) experiencias en diseño e implementación digital de estrategias comunicación.
- Contar con experiencia en la gestión de redes sociales y marketing de contenidos.

Responsabilidades:

- Diseñar la estrategia de difusión de redes sociales en el plan de trabajo para la creación y moderación de contenido en redes sociales y canalizadores de respuestas y mensajes oficiales según los públicos objetivos identificados.
- Idear y estructurar el proceso creativo de las campañas de marketing digital.
- Monitorear permanentemente los impactos en medios de comunicación, así como elaborar informes cuantitativos y cualitativos.

**Coordinador logístico:**

- Bachiller en Marketing, Comunicaciones, comunicación social, periodismo. Deseable con maestría en carreras afines.
- Contar con mínimo de tres (3) experiencias en coordinación de eventos gubernamentales con autoridades y líderes empresariales.

Responsabilidades

- Planificación de eventos atendiendo a las limitaciones financieras y temporales.
- Reservar los lugares de celebración y programar los ponentes, invitados, etc.
- Investigar los proveedores (catering, decoradores, músicos, etc.) y elegir la mejor combinación de calidad y precio.
- Negociar con los proveedores para lograr las condiciones más favorables.
- Gestionar todas las operaciones del evento (preparar el local, las invitaciones, etc.)
- Supervisar el evento.
- Evaluar evento y elaborar informes.

**Personal de apoyo:**

- La firma consultora podrá incluir los operadores que considere necesario para lograr los objetivos de la consultoría.



## 7. CONDICIONES CONTRACTUALES

El plazo de ejecución del servicio es de hasta ciento cincuenta días (150) días calendario contados a partir del día siguiente de suscrito el contrato. Adicionalmente a dicho plazo, en el cuadro siguiente se considera los plazos de revisión, subsanación y aprobación de los productos:

### 7.1 PLAZO DE EJECUCIÓN DEL SERVICIO

PRODUCTO	Detalle del Producto a presentar	Plazos Máximos: se computa desde el día siguiente de la firma del contrato (días calendario)				Plazo total (en días)
		Consultor	Revisión	Subsanación	Aprobación	
PRODUCTO 1	Plan de trabajo	Hasta 15	5	5	3	28
PRODUCTO 2	Sistematización de experiencias y análisis	Hasta 45	10	10	3	68
PRODUCTO 3	Informe de levantamiento de información primaria.	Hasta 120	10	10	3	143
PRODUCTO 4	Estrategia de comunicación elaborada.	Hasta 150	10	10	3	173

Los productos deben ser presentados en físico (originales) y en cualquier soporte digital (USB, DVD, Disco Duro portátil, etc.), dentro de los plazos estipulados, sea a través de Mesa de Partes del PMESUT, cuyo horario de atención es de lunes a viernes de 09:00 a 17:30 horas y/o Mesa de Partes Virtual: mesadepartesvirtual@pmesut.gov.pe, la cual se encuentra disponible de lunes a domingo las 24 horas.

En caso el producto sea presentado a través de Mesa de Partes Virtual, sea porque el plazo de presentación del producto culmine en día inhábil, feriado o no laborable o haya cerrado el horario de mesa de partes física de PMESUT, el CONSULTOR deberá presentar el producto en físico (original) el primer día hábil siguiente de vencido el plazo de entrega, con expresa indicación del código asignado por Mesa de Partes Virtual. Los productos en físico y virtuales presentados deben ser idénticos en contenido, caso contrario se tendrán por no presentados en fecha, incurriendo en penalidad.

### 7.2 FORMA DE PAGO

El pago se efectuará en cuatro (04) armadas, luego de la conformidad de cada uno de los productos.

Nº DE PAGO	CONCEPTO	FORMA DE PAGO
1er. Pago	Producto 1	20% del monto total contratado, con la conformidad del Producto 1.
2do. Pago	Producto 2	20% del monto total contratado, con la conformidad del Producto 2.
3er. Pago	Producto 3	30% del monto total contratado, con la conformidad del Producto 3.
4to. Pago	Producto 4	30% del monto total contratado, con la conformidad del Producto 4.

### 7.3 PENALIDADES

En caso de incumplimiento de cualquiera de los plazos, por causas imputables a la firma consultora, indicados en el numeral 7.1 PLAZO DE EJECUCIÓN DEL SERVICIO, se aplicará penalidad por cada día de atraso en la presentación de los productos. Asimismo, en caso de persistir las observaciones y vencidos los plazos que se otorguen, se incurrirá en penalidad.





La penalidad diaria aplicada será de 0.25% del monto del Contrato. Cuando se llegue a cubrir el monto máximo de la penalidad diez por ciento (10%) del monto del contrato vigente, se podrá resolver el contrato por incumplimiento.

#### **7.4 LUGAR DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO**

La consultoría se llevará a cabo en LIMA y en las regiones donde se aplique el levantamiento de información primaria.

#### **7.5 COORDINACIÓN Y SUPERVISIÓN**

La coordinación y supervisión estará a cargo de la Oficina de Calidad y Pertinencia del Programa (PMESUT) y de la Dirección General de Educación Superior Tecnológica y Técnico Productiva y Artística del Ministerio de Educación (DIGESUTPA).

#### **7.6 CONFORMIDAD DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO**

La conformidad del servicio será responsabilidad de la Unidad Ejecutora 118 - PMESUT, desde la Oficina de Calidad y Pertinencia (OCP), quien podría solicitar opinión técnica de la Dirección General de Educación Técnico-Productiva, Superior Tecnológica y Artística del Ministerio de Educación (DIGESUTPA). Esta opinión técnica debe contener las conclusiones de la revisión de la Oficina General de Comunicaciones (OGC) del MINEDU a los avances y productos.

#### **7.7 CONFIDENCIALIDAD Y PROPIEDAD INTELECTUAL**

El consultor se obliga a garantizar la confidencialidad y reserva absoluta de toda la información generada, obtenida o entregada con motivo de la consultoría, con especial énfasis en la protección de datos personales. Queda prohibido cualquier tipo de reproducción, publicación, disertación, uso o divulgación, por cualquier medio de la información o material derivado de la prestación de sus servicios a la Unidad Ejecutora 118 - PMESUT.

Toda la información generada con motivo de la ejecución de la consultoría es de propiedad exclusiva de la Unidad Ejecutora 118 - PMESUT, de manera que su contenido podrá ser utilizado siempre y cuando se cuente con el informe favorable de la Supervisión del servicio y con la autorización previa, expresa y por escrito de la Unidad Ejecutora - PMESUT.

