

TÉRMINOS DE REFERENCIA

Servicio especializado para el diseño de una estrategia comunicacional en educación financiera, adaptada a segmentos priorizados del sector agrario

En el marco del Programa SeCompetitivo (Fase III) los presentes Términos de Referencia (TdRs) definen objetivos, actividades, productos y las condiciones para la contratación por parte HELVETAS Swiss Intercooperation del servicio de consultoría requerido para la **actividad 1.2.1 “Diseño de estrategia comunicacional en competencias y capacidades financieras adaptada a segmentos identificados y priorizados”** de la Iniciativa **“Fortalecimiento del Acceso a los Servicios Financieros Agrarios para Productores Integrados en Cadenas de Valor Priorizadas”**, que será financiado con recursos de la Cooperación Económica Suiza - SECO.

I. INTRODUCCIÓN

El **Programa SeCompetitivo** es una iniciativa de la Cooperación Económica Suiza – SECO que busca apoyar al Perú en la mejora de la competitividad del sector privado, contribuyendo así al desarrollo económico sostenible y la reducción de la pobreza. El programa se ejecuta en colaboración con el Ministerio de Economía y Finanzas – MEF, a través de su Viceministerio de Economía – VME y la Secretaría Técnica del Consejo Nacional de Competitividad y Formalización – CNCF, como Contraparte Nacional, y cuenta con Helvetas Swiss Intercooperation, en el rol de Facilitador Nacional.

El Programa SeCompetitivo en la Fase III, intervendrá en tres áreas estratégicas:

- I. **Desarrollo productivo innovador y sostenible para el acceso a mercados:** busca mejorar la productividad, calidad y capacidad de innovación de las cadenas de valor priorizadas; fomentar bienes y servicios de mayor valor agregado; y apoyar la integración de empresas y organizaciones a mercados competitivos.
- II. **Mejora del clima de negocios, la facilitación del comercio y el acceso a financiamiento:** tiene por finalidad simplificar trámites para impulsar la formalización; promover el acceso a servicios financieros; facilitar y reducir el costo del comercio transfronterizo.
- III. **Fortalecimiento de competencias orientadas a las necesidades del mercado:** busca incrementar la productividad del trabajo y mejorar la oferta de formación, certificación, información en las cadenas priorizadas.

La implementación del Programa SeCompetitivo se llevará a cabo a través de tres mecanismos: para operativizar su implementación:

- A. **Mecanismo A - Iniciativas de Política Pública:** Asistencia técnica a entidades públicas en el diseño y/o implementación de políticas que conduzcan a una mayor productividad y competitividad, en concordancia con las políticas nacionales en materia de competitividad.
- B. **Mecanismo B - Proyectos de Cadenas de Valor Competitivas:** Fortalecimiento de cadenas de valor a nivel regional a fin de aumentar la productividad, la oferta exportable y la generación de empleo.
- C. **Mecanismo C - Asesoría especializada:** Asesoría especializada y asistencia técnica con el apoyo de una red de instituciones y expertos suizos.

Los proyectos de cadenas de valor se implementarán prioritariamente en las regiones de San Martín, Piura y la Libertad. El Programa SeCompetitivo en su Fase III priorizará a las cadenas de valor del café, cacao, banano y sus derivados, alimentos procesados, ingredientes naturales; y el sector turismo.

En el marco del Programa SeCompetitivo (Fase III), el 03 de julio 2023 se suscribió el Contrato entre la **Secretaría de Estado para Asuntos Económicos – SECO y HELVETAS Swiss Intercooperation**, a través del cual se otorgó a ésta última el mandato como Facilitador Nacional responsable de la implementación de las actividades del Programa y gestión de los recursos que sean destinados para tal fin.

En el marco de la Convocatoria “Políticas Públicas para Mejorar la Competitividad” del Mecanismo A del Programa SeCompetitivo, el 31 de octubre de 2024 se informó que el Comité Estratégico de SeCompetitivo aprobó la **Iniciativa “Fortalecimiento del Acceso a los Servicios Financieros Agrarios para Productores Integrados en Cadenas de Valor Priorizadas”**. Asimismo, el 30 de enero de 2025 se firmó el Acta de Participación y Entendimiento (APE) entre HELVETAS, como facilitador nacional del programa, y el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI), en el cual se establece que para las coordinaciones vinculadas a la iniciativa se designa a la Dirección General de Servicios Financieros y Seguros, Dirección de Seguros y Fomento del Financiamiento Agrario. Cabe señalar que para la implementación de la iniciativa se cuenta con el apoyo del socio AGROBANCO y los aliados: Ministerio del Ambiente (MINAM), Banco de Desarrollo - COFIDE, Dirección Regional de Agricultura de San Martín (DRA San Martín), Junta Nacional del Café (JNC), Asociación Peruana de Empresas de Seguros (APESEG), Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (FEPMAC), y, Federación Nacional de Cooperativas de Ahorro y Crédito del Perú (FENACREP).

La Iniciativa busca mejorar las condiciones de acceso al crédito agrario incentivando al ecosistema de las instituciones financieras para que incrementen sus colocaciones en este segmento como entidad proponente; y, en alianza con las entidades socias y aliadas, se tiene como objetivo mejorar las condiciones de acceso al crédito agrario más allá de la banca estatal, promoviendo el desarrollo de productos y herramientas innovadoras y adecuadas a las necesidades de los productores agrarios de las cadenas de valor, inicialmente aquellas priorizadas por el Programa SeCompetitivo

Asimismo, esta iniciativa se articula con la Política Nacional de Inclusión Financiera y el Plan Estratégico Multisectorial de la PNIF (PEM), aprobado mediante Decreto Supremo N° 112-2021-EF, que incluye la Medida de 1.8: **Difusión de los mecanismos de financiamiento y garantías dirigidos a actores del sector agrario**. En este punto, el PEM propone formular un Plan de difusión para los participantes de los mecanismos financieros (profesionales y técnicos de los gobiernos regionales y gobiernos locales que realizan actividades de difusión, gremios agrarios, organizaciones y productores agrarios), identificando la población objetivo y las regiones priorizadas. Se menciona que el plan incluirá la elaboración de materiales en formatos accesibles, especificará los medios de difusión y se focalizará en la obtención de alianzas estratégicas con instituciones financieras por intermedio de las cuales el MIDAGRI promueve o pueda promover los mecanismos de financiamiento y/o garantías.

Como resultado intermedio 1, la iniciativa busca que los productores agrarios de las cadenas de valor priorizadas mejoren sus competencias y capacidades financieras. Para contribuir con este resultado, se requiere el diseño de una campaña comunicacional de educación financiera, dirigida a los actores del sector agrario en las regiones identificadas, y alineada con la medida 1.8 del Plan Estratégico Multisectorial de la Política Nacional de Inclusión Financiera.

II. OBJETIVO DE LA CONSULTORIA

Diseñar una estrategia comunicacional que promueva el fortalecimiento de competencias y capacidades financieras de los actores del sector agrario en las regiones priorizadas, asegurando su coherencia con la Política Nacional de Inclusión Financiera y el Plan Estratégico Multisectorial de la PNIF (PEM) y garantizando la pertinencia cultural, de género y generacional, mediante el uso de canales de difusión adecuados a cada segmento poblacional priorizado.

III. ALCANCES - METODOLOGIA

El servicio contemplará el desarrollo de una estrategia comunicacional dirigida a los productores agrarios articulados a cadenas de valor de exportación, principalmente de las cadenas de café, cacao, banano y granos andinos. La estrategia deberá incluir:

- (i) **Revisión de experiencias previas y casos de éxito:** Se investigará y documentará mejores prácticas nacionales e internacionales sobre estudios y campañas comunicacionales con objetivos similares, a fin de identificar buenas prácticas y factores de éxito a replicar. Ejemplo: "Inclusión financiera rural" (GIZ, COFIDE, MiBanco), Programa de educación financiera de *One Acre Fund* (Kenia), Programa "Digital Green" (India), Programa de educación financiera del Banco Central (Filipinas) u otras que el consultor proponga.
- (ii) **Coordinación interinstitucional:** Se establecerán reuniones de trabajo virtuales con actores clave de la Política Nacional de Inclusión Financiera (PNIF), gremios de productores y Gobiernos Regionales para asegurar la pertinencia y efectividad de la campaña comunicacional (que faciliten el diseño, validación y la difusión de los contenidos educativos).
- (iii) **Identificación de contenidos educativos:** Se desarrollarán propuestas de mensajes, formatos y medios de difusión a usar (radios comunitarias, redes sociales, materiales audiovisuales y gráficos en lenguas originarias) para los distintos segmentos de productores (mujeres productoras, jóvenes, adultos mayores, funcionarios, entre otros), incorporando un enfoque de género e interculturalidad.
- (iv) **Definición de estrategias de difusión:** Se determinarán los canales más adecuados para la comunicación efectiva con cada segmento, incluyendo radios comunitarias, redes sociales, material audiovisual y gráfico en lenguas originarias, entre otros. Esta estrategia deberá incluir mensajes específicos para cada segmento, asegurando su pertinencia y efectividad en la mejora de sus capacidades financieras.
- (v) **Mecanismos de retroalimentación:** Se establecerán metodologías para la evaluación continua de la estrategia y ajustes en función de la respuesta de los productores.

IV. ACTIVIDADES

Para el cumplimiento de los hitos priorizados, el consultor deberá realizar las siguientes actividades, en estrecha coordinación con el MIDAGRI

Descripción	Semanas							
	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>6</u>	<u>7</u>	<u>8</u>
<u>Actividad 1: Diagnóstico y coordinación estratégica</u> - Análisis de documentos y estudios previos sobre educación financiera en el sector agrario y campañas comunicacionales previas. - Reuniones con MIDAGRI, AGROBANCO, MINAM, COFIDE, DRA San Martín, JNC, APESEG, FEPMAC, FENACREP y SBS para validar prioridades. - Identificación de roles y compromisos de cada entidad en la campaña comunicacional. - Coordinación con Gobiernos Regionales de Piura, San Martín y La Libertad para asegurar la pertinencia territorial.	X	X						
<u>Actividad 2: Segmentación de públicos objetivos</u> - Definición de los segmentos prioritarios (mujeres productoras, jóvenes, adultos mayores, funcionarios, etc.). de las principales cadenas priorizadas como café, cacao, banano y granos andinos - Identificación de necesidades y características de cada grupo para diseñar contenidos adaptados.		X						
<u>Actividad 3: Diseño de la estrategia comunicacional.</u> - Desarrollo del marco conceptual y metodológico de la campaña. - Elaboración de mensajes claves diferenciados para cada segmento. - Propuesta de formatos y medios de difusión a usar (radios comunitarias, redes sociales, materiales audiovisuales y gráficos en lenguas originarias).			X					
<u>Actividad 4: Identificar los contenidos educativos específicos</u> - Desarrollar una propuesta integral de contenidos, adaptados a las necesidades de los diferentes segmentos (mujeres productoras, jóvenes, adultos mayores, funcionarios, etc.), con un enfoque de género e intercultural tales como: idioma principal del contenido educativo, características de su cultura, lenguaje usado, temas transversales que requiera cada segmento)			X	X				
<u>Actividad 5: Validación de la estrategia comunicacional</u> - Organizar y facilitar al menos 2 talleres virtuales con actores clave para evaluar la pertinencia de la estructura de la estrategia. Este proceso de validación y presentación oficial será abordado en el espacio público – privado: Comité Consultivo de Inclusión Financiera para Servicios Financieros Rurales. - Revisión y ajuste de mensajes según la retroalimentación recibida.					X	X		
<u>Actividad 6: Definición de la estrategia comunicacional y plan de difusión</u> - Selección de medios de comunicación y plataformas para cada segmento poblacional. - Diseño de un cronograma de difusión con activaciones en radios comunitarias, redes sociales y encuentros presenciales. - Presentación a socios y aliados de la iniciativa; y a actores clave de la Política Nacional de Inclusión Financiera (PNIF) para promover su participación en la difusión							X	X

V. ENTREGABLES (PRODUCTOS)

Los entregables o productos, relacionados con las actividades descritas en el ítem 4, y los respectivos plazos de entrega se detallan en el siguiente cuadro:

Breve Descripción del Entregable (Producto)	Plazo de entrega ¹
Producto 1: Plan de Trabajo, a desarrollarse luego de la primera reunión de coordinación con MIDAGRI	Hasta los 5 días hábiles desde la fecha de firma del contrato
Producto 2: Diseño de la estrategia comunicacional. Incluye el desarrollo de las actividades 1,2 y 3	Hasta los 20 días hábiles desde la fecha de firma del contrato
Producto 3: <u>Contenidos educativos específicos</u> Incluye el desarrollo de la actividad 4	Hasta los 40 días calendario desde la fecha de firma del contrato
Producto 4: Validación de la estrategia comunicacional y contenidos educativos propuestos, de acuerdo con la actividad 5.	Hasta los 50 días calendario desde la fecha de firma del contrato
Producto 5: <u>Estrategia comunicacional y plan de difusión</u>	Hasta los 75 días calendario desde la fecha de firma del contrato

Los productos serán materia de aprobación por parte de **ENTIDAD IMPLEMENTADORA (MIDAGRI)** a través del director de la Dirección de Seguros y Fomento del Financiamiento Agrario, subsecuente sujeto a la No Objeción de HELVETAS según corresponda. Cualquier observación, atingencia o similar que pueda efectuarse sobre el producto y que merezca subsanaciones, aclaraciones o similares por parte de **EL CONSULTOR**, serán solicitadas por **ENTIDAD IMPLEMENTADORA**, por estar a cargo de aprobar y garantizar la entrega final de los productos.

La **ENTIDAD IMPLEMENTADORA** revisará el producto presentado por **EL CONSULTOR** en un plazo máximo de 5 días hábiles contados desde el día siguiente de ser estos recibidos. **EL CONSULTOR** tendrá el mismo plazo para levantar las observaciones, contados desde el día siguiente de ser comunicados. En caso se hayan levantado todas las observaciones, la **ENTIDAD IMPLEMENTADORA** gestionará el pago respectivo.

En consultorías cuyo TdR requiera “No Objeción” de SECO, el pago del informe final estará sujeto a la aprobación previa de SECO, lo cual será solicitado por HELVETAS.

Los productos aprobados serán entregados por **EL CONSULTOR** en versión impresa y digital (vía correo electrónico) en formato estabilizado (tipo PDF) y en formato modificable (tipo Word).

VI. LUGAR Y PLAZOS

a. Lugar

La ejecución del servicio se realizará de manera remota, salvo aquellos casos en que se requiera su presencia en reuniones de coordinación, talleres u otro evento que se desarrolle en el marco de la consultoría.

b. Plazo

El tiempo asignado para esta contratación será de hasta 75 días, contabilizados a partir de la fecha de firma del contrato, según el siguiente detalle.

VII. PRESUPUESTO Y FORMA DE PAGO

¹ La definición de plazo del entregable (producto) debe contemplar los tiempos de: i) elaboración, ii) revisión por parte de la entidad beneficiaria, HELVETAS/ SECO según corresponda, iii) ajustes que surjan como resultado de la revisión y iv) conformidad final del entregable.

El monto de la contratación es a todo costo, incluido todos los impuestos². Los postores interesados en participar de la convocatoria del presente servicio, deberán enviar una propuesta técnica y económica, donde se incuya el presupuesto desagregado y tiempo de desarrollo (en días), de acuerdo a las actividades solicitadas.

Los honorarios serán pagados previa aprobación del producto según lo siguiente:

Entregable (Producto)	Porcentaje	Importe
Producto 1: Plan de Trabajo, a desarrollarse luego de la primera reunión de coordinación con MIDAGRI	-	-
Producto 2: Diseño de la estrategia comunicacional. Incluye el desarrollo de las actividades 1,2 y 3	20%	-
Producto 3: <u>Contenidos educativos específicos</u> Incluye el desarrollo de la actividad 4	20%	-
Producto 4: Validación de la estrategia comunicacional y contenidos educativos propuestos, de acuerdo con la actividad 5.	20%	-
Producto 5: <u>Estrategia comunicacional y plan de difusión</u>	40%	-
MONTO TOTAL	100%	-

La presentación del Producto 1, correspondiente al Plan de Trabajo, NO conlleva a pago.

HELVETAS podrá aplicar una penalidad por día de retraso, al producto que **EL CONSULTOR** entregue fuera de plazo, equivalente al 1% del costo del entregable en cuestión, salvo que **EL CONSULTOR** informe por escrito y oportunamente a **MIDAGRI** las limitantes externas que afecten el desarrollo de las actividades comprometidas, a fin de que MIDAGRI defina con el consultor el nuevo plazo y ello sea comunicado formalmente a **HELVETAS**.

VIII. DEPENDENCIA SOLICITANTE Y DEPENDENCIA ENCARGADA DE REALIZAR LA CONTRATACIÓN

a. Dependencia Solicitante

ENTIDAD IMPLEMENTADORA (MINISTERIO DE DESARROLLO AGRARIO Y RIEGO – DIRECCIÓN DE SEGUROS Y FOMENTO DEL FINANCIAMIENTO AGRARIO)

b. Dependencia Encargada de Realizar la Contratación

HELVETAS Swiss Intercooperation.

IX. RESPONSABILIDADES DEL CONTRATO

a. Nivel de Coordinación

Mantener contacto permanente con el director de la Dirección de Seguros y Fomento del Financiamiento Agrario, en el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego.

b. Derecho de Propiedad intelectual

Los derechos de propiedad intelectual de los productos y documentos elaborados por **EL CONSULTOR** son propiedad de manera indistinta de **SECO**, **MIDAGRI** y **HELVETAS**. En virtud de

² Los impuestos serán retenidos según corresponda a personas “domiciliados” o “no domiciliados” en Perú.

lo mencionado, cualquiera de ellas de manera individual tendrá derecho a utilizar la información, a publicarla o autorizar, previa No Objeción de SECO, su uso a terceros, total o parcialmente por cualquier medio.

c. Confidencialidad

EL CONSULTOR no podrá comentar, divulgar, reproducir ni comunicar bajo ningún concepto el contenido de los documentos y registros oficiales a que tenga acceso por el trabajo que realice como consecuencia de este Contrato, salvo que sea autorizado expresa y conjuntamente por **SECO, MIDAGRI, y HELVETAS** según corresponda. Estas obligaciones se extienden hasta después de concluido su contrato.

d. Seguros

EL CONSULTOR durante la vigencia de la consultoría deberá contar con un seguro de asistencia médica o accidentes personales.

X. PERFIL DEL CONTRATADO

La empresa o equipo consultor deberá acreditar:

- No tener impedimento para contratar con el Estado.
- Tener RUC habilitado y asociado a la cuenta CCI.
- Tener experiencia en comunicación estratégica y educación financiera en contextos rurales.
- Tener experiencia comprobada en campañas comunicacionales con enfoque territorial e intercultural, orientadas a mujeres, jóvenes y adultos mayores.
- Tener conocimiento del sector agrario y de cadenas de valor como café, cacao, banano y granos andinos.
Tener experiencia en coordinación multisectorial con actores públicos, privados y de cooperación internacional.

Coordinador/a del servicio

- Profesional en Ciencias de la Comunicación, Comunicación para el Desarrollo o afines.
- Experiencia mínima de 7 años en diseño e implementación de estrategias comunicacionales con enfoque social.
- Experiencia en coordinación de equipos y articulación con entidades públicas y privadas.
- Deseable experiencia en el sector agrario o rural.

Especialista en educación e inclusión financiera rural

- Profesional en Economía, Administración, Finanzas o afines.
- Experiencia mínima de 5 años en diseño de contenidos y campañas de educación financiera orientadas a públicos rurales.
- Conocimiento de enfoques de género, interculturalidad y pertinencia generacional.
- Deseable experiencia en trabajo con mujeres productoras, jóvenes rurales y adultos mayores.

Diseñador/a comunicacional (contenido gráfico, audiovisual y radial)

- Profesional en Diseño Gráfico, Comunicación Audiovisual o afines.
- Experiencia mínima de 4 años en diseño de materiales para campañas sociales o educativas.
- Capacidad para adaptar contenidos a diversos medios y públicos (radios comunitarias, redes sociales, materiales impresos, lenguas originarias, etc.).
- Deseable experiencia en entornos rurales o proyectos con enfoque intercultural.

XI. DOCUMENTOS A ADJUNTAR POR EL CONSULTOR

- CV que debe contener Resumen Ejecutivo relativo a estudios y experiencia vinculada al servicio objeto del contrato, así como también datos personales tales como: dirección, teléfonos, correo electrónico, número de RUC, cuenta bancaria y código interbancario - CCI respectivo.
- Copia de DNI, y copia de póliza del seguro de asistencia médica o accidentes personales.

XII. ENVÍO DE PROPUESTAS Y DOCUMENTOS

PROCEDIMIENTOS	FECHA
Publicación y/o envío de invitación a participar de la convocatoria del servicio de consultoría, adjuntando los términos de referencia.	29 de abril 2025
Recepción de expresiones de interés, que deberán ser remitidas vía correo electrónico a la dirección peru@helvetas.org , bajo el asunto: “SeCompetitivo – Convocatoria para el diseño de una estrategia comunicacional en educación financiera, adaptada a segmentos priorizados del sector agrario” . Asimismo, deberán adjuntar los siguientes documentos: <ul style="list-style-type: none"> - Propuesta técnica - Propuesta económica - CV que debe contener resumen ejecutivo de la empresa/ equipo consultor, relativo a estudios y experiencia vinculada al servicio objeto del contrato, así como también datos personales tales como: dirección, teléfonos, correo electrónico, número de RUC, cuenta bancaria y código interbancario - CCI respectivo. Para el envío de los documentos que sustenten su experiencia, incluir un enlace en Google Drive, WeTransfer o herramienta similar. - Copia de DNI - Copia de póliza del seguro de asistencia médica o accidentes personales. 	Hasta el 9 de mayo 2025
La revisión de propuestas y el contacto con los/las postulantes admitidos/as es un proceso a cargo de la entidad solicitante y se realizará de manera interna.	