



RESOLUCIÓN DE PRESIDENCIA N° 124-2020-CONCYTEC-P

Lima, 04 de noviembre de 2020

VISTOS: Los Informes N° 016-2020-CONCYTEC-SG-OCP y N° 045-2020-CONCYTEC-SG-OCP/EEFC de la Oficina de Comunicaciones y Proyección de CTel; el Informe N° 112-2020-CONCYTEC-OGPP-OPP y Proveído N° 263-2020-CONCYTEC-OGPP de la Oficina General de Planeamiento y Presupuesto; y el Informe N° 135-2020-CONCYTEC-OGAJ-EMAF y Proveído N° 561-2020-CONCYTEC-OGAJ de la Oficina General de Asesoría Jurídica, y;

CONSIDERANDO:

Que, según el artículo 14° de la Constitución Política del Perú es deber del Estado promover el desarrollo científico y tecnológico del país. Asimismo, el artículo 2° de la Ley N° 28303, Ley Marco de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica, señala que “el desarrollo, promoción, consolidación, transferencia y difusión de la Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica (CTel), son de necesidad pública y de preferente interés nacional, como factores fundamentales para la productividad y el desarrollo nacional en sus diferentes niveles de gobierno”;

Que, el Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica - CONCYTEC, es el ente rector del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica - SINACYT, que es el conjunto de instituciones y personas naturales del país, dedicadas a la Investigación, Desarrollo e Innovación Tecnológica (I+D+I) en ciencia y tecnología y a su promoción, conforme a lo establecido en la Ley N° 28303, Ley Marco de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica; modificada por la Ley N° 30806, que modifica diversos artículos de la Ley N° 28303, Ley marco de Ciencia, Tecnología e Innovación e Innovación Tecnológica y de la Ley N° 28613, Ley del CONCYTEC;

Que, a través del Informe de Vistos, la Oficina General de Asesoría Jurídica, señala que, mediante Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal, se establecen los criterios generales para el uso de los recursos que las instancias del Gobierno Nacional, Gobierno Regional y Gobierno Local, destinarán al rubro de publicidad;

Que, indica que de acuerdo al artículo 2 de la Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal, dicha norma es aplicable a los rubros de publicidad institucional de las entidades y dependencias que conforman el Gobierno Central, Regional o Local, entendiéndose por publicidad institucional, a aquella que tiene por finalidad promover conductas de relevancia social, tales como el ahorro de energía eléctrica, la preservación del medio ambiente, el pago de impuestos, entre otras, así como la difusión de la ejecución de los planes y programas a cargo de las entidades y dependencias;

Que, precisa, asimismo, que el artículo 3 de la precitada Ley, regula los requisitos para que el Titular del Pliego autorice la realización de publicidad estatal, estableciendo los siguientes: a) El Plan de Estrategia Publicitaria acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias; las mismas que deberán adecuarse a los objetivos y prioridades establecidos en los programas sectoriales; b) Descripción y justificación de las campañas institucionales y comerciales que se pretendan llevar a cabo; c) Propuesta y justificación técnica de la selección de medios de difusión de acuerdo con el público objetivo y la finalidad que se quiere lograr, la cobertura, duración de la campaña, equilibrio informativo e impacto de los mismos debiendo sustentarse técnicamente la razón por la que una determinada entidad o dependencia eligió a determinados medios de manera preferente, para no dar lugar a situaciones que privilegien injustificadamente a empresas



periodísticas determinadas, y d) Proyecto de presupuesto para llevar a cabo las acciones comprendidas en las campañas;

Que, al respecto, cita, que el artículo 5 de la Ley marco de Ciencia, Tecnología e Innovación e Innovación Tecnológica, dispone que corresponde al Estado normar, orientar, coordinar, planificar, fomentar, supervisar y evaluar el desarrollo de la CTel, para el cumplimiento, entre otros, de los siguientes objetivos nacionales: i) El fomento y promoción de la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en los sectores de la producción con el fin de incentivar la creatividad, la competitividad y la producción de nuevos bienes y servicios, con miras al mercado nacional y mundial, y; ii) La promoción, divulgación e intercambio de CTel en los diferentes niveles del sistema educativo a través de museos, ferias, premios nacionales y otros mecanismos que propicien la valoración social del conocimiento, la identificación y promoción de talentos y la adopción de hábitos permanentes de investigación e innovación.

Que, adiciona que, conforme al artículo 11 de la Ley marco de Ciencia, Tecnología e Innovación e Innovación Tecnológica, entre las funciones del CONCYTEC se encuentra la de diseñar, implementar, promover y coordinar mecanismos de intercambio y concertación entre las instituciones integrantes del SINACYT, así como con empresas, universidades, embajadas y otras entidades nacionales e internacionales, y ii) Diseñar y proponer a las instancias correspondientes las normas y estrategias para el cumplimiento de los objetivos de la presente ley, así como la reglamentación y directivas para la implementación de esquema promocional y el régimen de incentivos;

Que, agrega, que de acuerdo a los artículos 16 y 17 del Reglamento de Organización y Funciones del CONCYTEC, aprobado por Decreto Supremo N° 026-2014-PCM, la Oficina de Comunicaciones y Proyección de CTel es la encargada del diseño, formulación e implementación de estrategias de comunicación interna y externa, para el fortalecimiento de las acciones de CONCYTEC y del SINACYT buscando promover la formación de una cultura sostenible hacia la ciencia, tecnología e Innovación tecnológica. Tiene entre sus funciones desarrollar e implementar campañas de promoción y difusión de las actividades de CTel y servicios que brinda el CONCYTEC en coordinación con los órganos de línea;

Que, mediante los Informes N°s 016-2020-CONCYTEC-SG-OCP y 045-2020-CONCYTEC-SG-OCP/EEFC la Oficina de Comunicaciones y Proyección de CTel, en el marco de sus funciones, propone y sustenta la aprobación del Plan de Estrategia Publicitaria del CONCYTEC, que tiene por objeto desarrollar e implementar campañas publicitarias en medios de comunicación masivos, que permitan la difusión de políticas y programas orientados a promover y fortalecer el SINACYT, así como sensibilizar a la población sobre la importancia del desarrollo de la ciencia tecnología e innovación en el país. Asimismo, señala que el referido Plan contiene los requisitos establecidos en el artículo 3 de la Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal y que ha sido elaborado en el marco de las funciones que realiza el CONCYTEC, toda vez que es necesario incentivar la investigación como una de las medidas para reactivar la economía por la crisis que ha generado la pandemia causada por el COVID-19;

Que, asimismo, la Oficina de Comunicaciones y Proyección de CTel señala que el Plan detalla 2 campañas publicitarias: “Beneficios tributarios en CTI” y “Semana de la Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica – Perú con Ciencia ¡EUREKA!” a realizarse en el año fiscal 2020, en medios digitales (internet), atendiendo a la naturaleza de las actividades, ambas actividades a cargo de la Dirección de Políticas y Programas de CTI del CONCYTEC, en su calidad de responsable de dirigir y supervisar el proceso de diseño y formulación de la política y planes nacionales en materia de ciencia, tecnología e innovación tecnológica; además de conducir la formulación y gestión de los programas nacionales de CTel y los programas especiales de CTel;



Firmado digitalmente por VERTIZ GUIDO Hugo FAU 20135727394 soft
Motivo: Doy V° B°
Fecha: 04.11.2020 10:03:34 -05:00



Firmado digitalmente por NARCISO SALAZAR Anmary Guisela FIR 09995441 hard Motivo: Doy V° B° Fecha: 05.11.2020 18:36:19 -05:00

Que, la Oficina General de Asesoría Jurídica, señala también, que mediante Resolución N° 0306-2020-JNE, se aprueba el Reglamento sobre Propaganda Electoral, Publicidad Estatal y Neutralidad en el Período Electoral, el mismo que define como medios de comunicación: las instituciones públicas y privadas que difunden información a través de la prensa escrita, la radio, la televisión y mediante la internet; y como publicidad estatal: Información que las entidades públicas difunden con fondos y recursos públicos, destinada a divulgar la programación, el inicio o la consecución de sus actividades, obras y políticas públicas, cuyo objeto sea posicionarse frente a los ciudadanos que perciben los servicios que prestan. Asimismo, señala en su artículo 18 que está prohibido difundir publicidad estatal no justificada en razones de impostergable necesidad o utilidad pública;

Que, sobre ello, precisa que mediante la Ley N° 30309, Ley que promueve la Investigación Científica, Desarrollo Tecnológico e Innovación Tecnológica se estableció una deducción adicional para los contribuyentes que efectúen gastos en proyectos de investigación científica, desarrollo tecnológico e innovación tecnológica, vinculados o no al giro de negocio de la empresa, que cumplan con determinados requisitos como es la calificación del proyecto como de investigación por el CONCYTEC, norma que fue modificada a través del Decreto de Urgencia N° 010-2019, ampliándose la vigencia de la deducción hasta el ejercicio gravable 2022;

Que, agrega, que mediante la Ley N° 28673, se declara la Primera Semana de noviembre como “La Semana de la Promoción y Desarrollo Científico y Tecnológico del país” disponiéndose su promoción a nivel nacional, a través del CONCYTEC con el propósito de incentivar las actividades científicas y tecnológicas en nuestro país;

Que, a través del Informe N° 112-2020-CONCYTEC-OGPP-OPP y Proveído N° 263-2020-CONCYTEC-OGPP la Oficina General de Planeamiento y Presupuesto señala que ha identificado que el Plan de Estrategia Publicitaria del CONCYTEC correspondiente al año 2020 y las actividades que la conforman se encuentran acordes con la prioridad institucional, lo que se ve reflejado en el alineamiento a los Objetivos Estratégicos N° 1, N° 6 y N° 7 del Plan Estratégico Institucional vigente y al Plan Operativo Institucional 2020 del CONCYTEC, y cuenta con el financiamiento respectivo, por lo cual, emite la opinión favorable para la aprobación del referido Plan de Estrategia Publicitaria;



Firmado digitalmente por RIOS DELGADO Adan FAU 20135727394 soft Motivo: Doy V° B° Fecha: 04.11.2020 11:04:49 -05:00

Que, la Oficina General de Asesoría Jurídica mediante Informe N° 135-2020-CONCYTEC-OGAJ-EMAF y Proveído N° 561-2020-CONCYTEC-OGAJ, manifiesta que el Plan de Estrategia Publicitaria constituye publicidad institucional al encontrarse dentro de la definición de publicidad estatal establecida en el Reglamento sobre Propaganda Electoral, Publicidad Estatal y Neutralidad en el Período Electoral, aprobado por aprobado por Resolución N° 0306-2020-JNE. En ese sentido, y considerando las opiniones emitidas por los órganos competentes señala que se ha cumplido con los requisitos establecidos en la Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal y la justificación de utilidad pública establecida en el citado Reglamento, por lo que emite opinión legal favorable para que se emita el acto de administración que apruebe el mencionado Plan;



Firmado digitalmente por HARMAN GUERRA Henry Anthony Paul FAU 20135727394 soft Motivo: Doy V° B° Fecha: 04.11.2020 10:47:37 -05:00

Que, en tal sentido, resulta necesario aprobar el Plan de Estrategia Publicitaria del CONCYTEC, correspondiente al año fiscal 2020;



Firmado digitalmente por FRANCO SUAREZ Diana Mercedes FAU 20135727394 soft Motivo: Doy V° B° Fecha: 04.11.2020 10:22:52 -05:00

Con la visación de la Secretaria General (e), del Director de la Dirección de Políticas y Programas CTI; de la Jefa (e) de la Oficina General de Planeamiento y Presupuesto, del Jefe (e) de la Oficina General de Asesoría Jurídica, y del Encargado de las funciones de la Oficina de Comunicaciones y Proyección en CTel, y;

De conformidad con lo dispuesto en la Ley N° 28303, Ley Marco de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica, en la Ley N° 28613, Ley del Consejo Nacional de



Firmado digitalmente por VERTIZ GUIDO Hugo FAU 20135727394 soft Motivo: Doy V° B° Fecha: 04.11.2020 10:04:16 -05:00



Firma Digital

Firmado digitalmente por NARCISO SALAZAR Anmary Guisela FIR 09995441 hard Motivo: Doy V° B° Fecha: 05.11.2020 18:36:41 -05:00

Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica, y en la Ley N° 30806, que modifica diversos artículos de la Ley N° 28303, Ley marco de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica y de la Ley N° 28613, Ley del CONCYTEC, en la Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad Estatal, en el Reglamento sobre Propaganda Electoral, Publicidad Estatal y Neutralidad en el Período Electoral, aprobado por Resolución N° 0306-2020-JNE, y en el Reglamento de Organización y Funciones del Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica, aprobado por Decreto Supremo N° 026-2014-PCM;

SE RESUELVE:

Artículo 1.- Aprobar el Plan de Estrategia Publicitaria del Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica- CONCYTEC, correspondiente al año fiscal 2020, que como Anexo forma parte integrante de la presente Resolución, por los fundamentos técnicos y legales expuestos en la parte considerativa de la presente Resolución.

Artículo 2.- Disponer que la Oficina de Comunicaciones y Proyección de CTel efectúe el seguimiento de la ejecución del Plan aprobado en el artículo precedente.

Artículo 3.- Encargar a la Oficina de Comunicaciones y Proyección de CTel el cumplimiento de las condiciones para la difusión de la publicidad estatal establecidas en el artículo 19 del Reglamento sobre Propaganda Electoral, Publicidad Estatal y Neutralidad en el Período Electoral, aprobado por Resolución N° 0306-2020-JNE, así como el cumplimiento de la remisión del reporte posterior a que hace referencia el artículo 24 del mencionado Reglamento.

Artículo 4.- Notificar la presente Resolución a la Oficina de Comunicaciones y Proyección de CTel, a la Dirección de Políticas y Programas CTI, para su conocimiento y fines correspondientes.

Artículo 5.- Disponer la publicación de la presente Resolución en el Diario Oficial El Peruano, y en el mismo día, la Resolución y su anexo en el Portal Institucional del Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica – CONCYTEC (www.gob.pe/concytec).

Regístrese, comuníquese y publíquese.



Firma Digital

Firmado digitalmente por RIOS DELGADO Adan FAU 20135727394 soft Motivo: Doy V° B° Fecha: 04.11.2020 11:03:44 -05:00



Firma Digital

Firmado digitalmente por LEON VELARDE SERVETTO Fabiola Maria FIR 10220483 hard Motivo: Soy el autor del documento Fecha: 05.11.2020 22:45:37 -05:00

FABIOLA LEÓN VELARDE SERVETTO
Presidenta
Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica
CONCYTEC



Firma Digital

Firmado digitalmente por HARMAN GUERRA Henry Anthony Paul FAU 20135727394 soft Motivo: Doy V° B° Fecha: 04.11.2020 10:47:53 -05:00



Firma Digital

Firmado digitalmente por FRANCO SUAREZ Diana Mercedes FAU 20135727394 soft Motivo: Doy V° B° Fecha: 04.11.2020 10:22:59 -05:00



Firma Digital

Firmado digitalmente por VERTIZ GUIDO Hugo FAU 20135727394 soft Motivo: Doy V° B° Fecha: 04.11.2020 10:04:29 -05:00

Plan de Estrategia Publicitaria 2020

Consejo Nacional de Ciencia Tecnología a Innovación Tecnológica - CONCYTEC

Introducción

La Oficina de Comunicación y Proyección CTel (OCP) es el órgano responsable de formular y ejecutar las estrategias de comunicación del Consejo Nacional de Ciencia Tecnología e Innovación Tecnológica (CONYTEC), que contribuyan al logro de los objetivos institucionales, mediante la difusión de las actividades para promover la ciencia y tecnología en el país.

Una de las estrategias más importantes para conseguir este objetivo es la publicidad o difusión de spots en medios de comunicación masivos, siendo esta herramienta importante para difundir e informar a los administrados de CONCYTEC.

Para el CONCYTEC, la publicidad representa una importante herramienta de comunicación que permite dar a conocer las políticas, programas y actividades orientados a mejorar las condiciones del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica (SINACYT), del que es rector.

De acuerdo con la Ley No 28874, ley que regula la publicidad estatal, se define como publicidad institucional a aquella que tiene por finalidad promover conductas de relevancia social, tales como el ahorro de energía eléctrica, la preservación del medioambiente, el pago de impuestos, entre otras, así como la difusión de la ejecución de los planes y programas a cargo de las entidades y dependencias.

Asimismo, la referida Ley establece que la autorización para la difusión de publicidad estatal es responsabilidad del titular del pliego.

En ese sentido, corresponde a la OCP presentar el Plan Estratégico de Publicidad 2020, que contiene los lineamientos que se seguirán durante todo el año en materia de difusión en medios masivos.

Finalidad

Con el presente Plan Estratégico de Publicidad, el CONCYTEC, busca contribuir con la difusión de sus programas y políticas orientados a la mejora de las capacidades y oportunidades del SINACYT, de acuerdo a lo establecido en la Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal.

Objetivo

Desarrollar e implementar campañas publicitarias en medios de comunicación masivos, que permitan la difusión de políticas y programas orientados a promover y fortalecer el Sinacyt, así como sensibilizar a la población sobre la importancia del desarrollo de la ciencia tecnología e innovación en el país.

Base legal

- Ley N° 28303 - Ley Marco de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica
- Ley N° 28613 - Ley del Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica (CONCYTEC).
- Decreto de Urgencia N° 014-2019. Presupuesto del Sector Público para el Año Fiscal 2020.
- Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.



Firma Digital

- Decreto Supremo N° 004-2019-JUS, que aprueba el Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.
- Decreto Supremo N° 082-2019-EF, que aprueba el Texto Único Ordenado de la Ley N° 30225, Ley de Contrataciones del Estado.
- Decreto Supremo N° 188-2015-EF Aprueban el Reglamento de la Ley N° 30309, Ley que promueve la investigación científica, desarrollo tecnológico e innovación tecnológica.
- Decreto de Urgencia N° 010-2019, Decreto de Urgencia que modifica la Ley N° 30309, Ley que promueve la investigación científica, desarrollo tecnológico e innovación tecnológica.
- Ley N° 28874- Ley que Regula la Publicidad Estatal
- Resolución N° 0306-2020-JNE, Aprueban el Reglamento sobre Propaganda Electoral, Publicidad Estatal y Neutralidad en Periodo Electoral

Ámbito de aplicación

El Plan Estratégico de Publicidad 2020 será aplicado a nivel nacional.

Contenido:

- **Campaña Beneficios Tributarios en CTI**

Se busca promover el interés de las empresas por invertir en CTI y aplicar a los beneficios tributarios señalados en la Ley 30309. La campaña se realizará solo redes sociales, segmentando al público objetivo al que va dirigido, esto es, empresarios, empresas y mypes. (Ver Anexo 1). El presupuesto asignado a esta campaña es de 27 mil soles.

- **Campaña Perú con Ciencia y Feria ¡Eureka!**

Se busca la participación del público en general en las actividades que se realizarán de manera virtual y serán difundidas por las redes sociales de CONCYTEC. La campaña publicitaria también se realizará a través de redes sociales, segmentando al público objetivo al que va dirigido, esto es, niños, niñas, padres de familia y público en general. (Ver Anexo 1) El presupuesto asignado a esta campaña es de 25 mil soles.

Propuesta y justificación técnica de medios

Para la difusión de los mensajes de las mencionadas campañas se ha elegido a las redes sociales, debido a que producto de la emergencia sanitaria, que obligan a una nueva convivencia como el distanciamiento social, el público vienen recurrir a los medios informáticos digitales, entre ellos las redes sociales, para mantenerse informados, tal como señala un estudio de DATUM Internacional¹ que a continuación citamos:

“Al inicio de la pandemia y aún en estos días, identificamos que categorías como Comunicaciones y RRSS (Redes Sociales), se hacen indispensables. Sin embargo, el incremento en el uso de Internet y las nuevas formas de desarrollar el cotidiano, evitando la interacción presencial y migrando al online, actividades tan simples como hacer el mercado, trajo cambios que llegaron para quedarse. Las páginas de compras y el uso de apps, exigen cada vez más, que las empresas respondan al reto de desarrollar sus plataformas online”.

Cabe resaltar que el uso publicitario de las redes sociales es mucho más barato en comparación con otros medios de comunicación, lo cual nos permite tener más tiempo el mensaje y llegar a

1

grupos objetivos de manera directamente. Finalmente, al ser mucho más barato que otros medios masivos, su uso calza con el presupuesto destinado.

Evaluación

La OCP realizará un informe que contenga los avances de las actividades programadas en el presente Plan, que incluirá la evaluación de los resultados de la publicidad difundida, vía indicadores de desempeño y los objetivos alcanzados. En este caso, el indicador de desempeño es el ALCANCE, que es el equivalente a la audiencia total de un anuncio o campaña en medios de comunicación masiva. El análisis del alcance e impacto de la publicidad debe ser realizado por una empresa especializada (Central de Medios).

Responsabilidades

La OCP es responsable del monitoreo y evaluación del cumplimiento de los objetivos del Plan Estratégico de Publicidad 2020.

Las campañas serán coordinadas con:

- La Dirección de Políticas y Programas de CTel – Programa de Popularización de la Ciencia,
- La Sub Director de Innovación y Transferencia Tecnológica – Tiene a su cargo la evaluación de las empresas para beneficios tributarios

Información y transparencia

La Oficina General de Administración coordinará con la Oficina General de Tecnologías de la Información a fin de efectuar la publicación de los contratos de publicidad, así como las tarifas a las que están sujetos, la duración de los espacios contratados, los criterios de selección y demás elementos complementarios, en el Portal de Transparencia de CONCYTEC, de conformidad con lo establecido en el artículo 50o de la Ley 28278.

Anexo 1

Campaña Beneficios Tributarios en CTI

Diagnóstico y justificación

En el año 2015, mediante la Ley 30309, se creó un incentivo tributario a la innovación empresarial que otorga un porcentaje de deducción adicional al 100% a los gastos que realicen las empresas en investigación científica, desarrollo tecnológico e innovación tecnológica (actividad conocida como I+D+i).

A través de esta herramienta se busca promover la inversión privada en proyectos de investigación científica, desarrollo tecnológico e innovación tecnológica (I+D+i) mediante un beneficio tributario aplicado al Impuesto a la Renta. De esta manera se espera que las empresas peruanas innoven y se diversifiquen.

Desde el año 2016, hasta el 31.12.19, se cuenta con un total de 74 proyectos (2016:08, 2017:22, 2018:19, 2019: 26). De los 75 proyectos, 16 de estos corresponden a proyectos que se ejecutan al interior del país, liderando estos las regiones de La Libertad con 04 proyectos y Arequipa con 04.

A fines de 2019, el gobierno actual publicó el Decreto de Urgencia N° 010-2019, “Decreto de Urgencia que modifica la Ley N° 30309, Ley que promueve la investigación científica, desarrollo tecnológico e innovación tecnológica” que extendió por tres años adicionales, hasta el 31 de diciembre del año 2022, este beneficio.

Las medidas tomadas en el marco de este Decreto de Urgencia consideran las recomendaciones formuladas por los participantes en la Mesa Ejecutiva de Innovación, para quienes la investigación e innovación son imperativos para elevar la productividad, que es la variable más importante para el desarrollo e inclusión de las MYPES del país. Además, dado que existía cierta incertidumbre respecto a la brevedad de los plazos para hacer una adecuada evaluación de los proyectos presentados, estos plazos se han ampliado.

Asimismo, las medidas del Decreto de Urgencia se encuentran en línea con la Política Nacional de Competitividad y Productividad, en su Objetivo Prioritario de “Generar el desarrollo de capacidades para la innovación, adopción y transferencia de mejoras tecnológicas”, y cuyo lineamiento de política 3.3 establece que se debe “promover el uso de los incentivos tributarios para Investigación y Desarrollo”.

Cabe resaltar que a través del DU se hizo más atractivo y eficiente, especialmente para las mypes (ingresos que no superan las 2300 UIT), que suelen tener mayores problemas de financiamiento y mayores costos relativos para la administración, formulación y ejecución de proyectos de investigación científica, desarrollo tecnológico y/o innovación tecnológica (I+D+i). Estas empresas podrán acceder a una deducción adicional que será 50% superior al resto de empresas.

Sin embargo, para el año 2020, la emergencia sanitaria generada para el Covid-19 provocó una crisis económica la cual viene siendo enfrentada de manera equilibrada para reactivar la economía sin afectar la integridad de las personas.

Es en ese contexto que se hace necesario hacer un esfuerzo adicional para difundir los beneficios tributarios, más aún cuando es la inversión en innovación y tecnología necesaria ahora para reactivar la economía.

Objetivos de comunicación

1. Promover el interés de las empresas por invertir en CTI y aplicar a los beneficios tributarios señalados en la Ley 30309.
2. Contribuir al posicionamiento del CONCYTEC como el ente rector del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (Sinacyt)

Base legal

- Ley N° 28303 - Ley Marco de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica.
- Ley N° 28613 - Ley del Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica (CONCYTEC).
- Ley N° 28673, Ley que declara la primera semana de noviembre como “La semana de la promoción y desarrollo científico tecnológico del país”.
- Decreto Supremo N° 188-2015-EF Aprueban el Reglamento de la Ley N° 30309, Ley que promueve la investigación científica, desarrollo tecnológico e innovación tecnológica.
- Decreto de Urgencia N° 010-2019, Decreto de Urgencia que modifica la Ley N° 30309, Ley que promueve la investigación científica, desarrollo tecnológico e innovación tecnológica.
- Ley N° 28874- Ley que Regula la Publicidad Estatal
- Resolución N° 0306-2020-JNE, Aprueban el Reglamento sobre Propaganda Electoral, Publicidad Estatal y Neutralidad en Periodo Electoral.

Ámbito de intervención

A nivel nacional

Público objetivo

Empresas, empresarios, emprendedores, Mypes

Estrategia

Uso intensivo de las redes sociales (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram)

Actividades

- Diseño del aviso publicitario (Flyer, Infografía y gif) para redes sociales
- Difusión en las redes sociales

Cabe resaltar que esta campaña estará complementada por acciones de gestión de prensa, es decir, notas y coordinación de entrevistas para difundir entre las empresas los beneficios tributarios.

Productos de comunicación

Aviso sobre los beneficios tributario en CTI Infografía de cómo postular a los BT en CTI GIF/ Video sobre cómo postular a los BT.

Cronograma

Del 16 de noviembre al 5 de diciembre

Presupuesto a invertir por la Oficina de Comunicaciones y Proyección de CTel

- 25 mil soles, para invertir en publicidad en redes sociales, mediante la contratación de una agencia especializada (central de medios).

Total: 25 mil soles

Campaña Semana de la Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica – Perú Con Ciencia

Diagnóstico y justificación

De acuerdo a la Ley N° 28673 se declara a la primera semana de noviembre de cada año como "La Semana de la Promoción y Desarrollo Científico y Tecnológico del país", la misma que será promovida a nivel nacional a través del Ministerio de Educación y el Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica (CONCYTEC), con el propósito de incentivar las actividades científicas y tecnológicas en nuestro país.

El CONCYTEC organiza la Semana Nacional de la Ciencia, Tecnología e Innovación con el ánimo de popularizar la ciencia, la tecnología y la innovación entre la población.

En ediciones anteriores, la Semana Nacional de la ciencia, Tecnología e Innovación denominada PERÚ CON CIENCIA, presentó lo mejor de la producción científica y tecnológica a través de diversos stands en los cuales exhibieron universidades, institutos superiores tecnológicos, empresas entre otros.

Hoy debido a la emergencia sanitaria producto de la pandemia causada por el Covid-19, la Feria Perú Con Ciencia se realizará de manera virtual del 20 de noviembre al 10 de diciembre, para lo cual se ha adecuado todos los contenidos que serán difundidos a través de redes sociales.

Con la nueva convivencia, sin embargo, que se hace necesario hacer un esfuerzo adicional para difundir las actividades de la feria que se realiza junto con la Feria Escolar de Ciencias EUREKA! donde se muestra los mejores proyectos en ciencias desarrollados por escolares seleccionados en todo el país.

En ese sentido es necesario realizar una campaña publicitaria por redes sociales dirigido al público objetivo: niñas, niños, padres y público en general, a fin de que puedan seguir la transmisión de todos los eventos por cuentas oficiales de CONCYTEC.

Cabe resaltar que la ejecución de una campaña publicitaria para difundir la Semana de la Ciencia, se enmarca dentro de las funciones del CONCYTEC, que tiene como uno de sus objetivos la popularización de la ciencia, tecnología e innovación, a través de diferentes mecanismos de difusión que busquen llegar a la mayor cantidad de gente, con una demostración cercana e ilustrativa de los avances en estas actividades, así como mensajes sencillos y claros.

Dado también la limitante en presupuesto se ha visto por conveniente usar la publicidad en redes sociales porque se adecua el interés de llegar a más personas conectadas hoy por las redes sociales a consecuencia del distanciamiento social y la nueva convivencia.

Objetivos de comunicación

1. Movilizar a la población para que siga a PERÚ CON CIENCIA - Semana Nacional de la Ciencia, Tecnología e Innovación y en el marco de ésta a EUREKA - Feria Escolar de Ciencia y Tecnología y otras actividades previstas, que serán transmitidas por redes sociales.
2. Contribuir al posicionamiento del CONCYTEC, como líder de la promoción de la ciencia, tecnología e innovación en el país, puntales del bienestar, generación de oportunidades e inclusión social.

Base legal

- Ley N° 28303 - Ley Marco de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica.
- Ley N° 28613 - Ley del Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica (CONCYTEC).
- Ley N° 28673, Ley que declara la primera semana de noviembre como “La semana de la promoción y desarrollo científico tecnológico del país”.
- Ley N° 28874- Ley que Regula la Publicidad Estatal
- Resolución N° 0306-2020-JNE, Aprueban el Reglamento sobre Propaganda Electoral, Publicidad Estatal y Neutralidad en Periodo Electoral

Ámbito de intervención

A nivel nacional

Público objetivo

Niños y jóvenes menores de 18 años y público en general

Estrategia

Uso intensivo de las redes sociales (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram)

Actividades

- Diseño del aviso publicitario (Flyer, Infografía y videos cortos) para redes sociales
- Difusión en las redes sociales

Cabe resaltar que esta campaña estará complementada por acciones de gestión de prensa, es decir, notas y coordinación de entrevistas para difundir la actividad en medios masivos.

Productos de comunicación

Aviso sobre la semana de la ciencia y cada una de sus principales actividades

Infografía de los principales atractivos de la feria

GIF/ Video sobre cómo postular a los BT.

Cronograma

Del 16 de noviembre al 5 de diciembre

Presupuesto a invertir por la Oficina de Comunicaciones y Proyección de CTeI

- 25 mil soles para invertir en publicidad en redes sociales, mediante la contratación de una agencia especializada (central de medios).

Total: 25 mil soles

PLAN DE MEDIOS 2020

CAMPAÑA: BENEFICIOS TRIBUTARIOS EMPRESAS

CONSEJO NACIONAL DE CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

CONCYTEC

PLATAFORMA	MEDIO	COBERTURA	INVERSIÓN TOTAL S/. (INCLUYE IGV)	SHARE %
DIGITAL	Facebook	Nacional	S/ 9,997.95	40%
	Linkedin		S/ 15,002.04	60%
Total Inversión			S/ 24,999.99	100%

MONTOS FINALES INCLUYEN IGV

MEDIO	DIGITAL
-------	---------

Campaña : Beneficios Tributarios Empresas
Grupo Objetivo : HM de 25 a +
Periodo : 2 semanas
Tipo : Page post ad / Post video & Sponsored Content

Medio	Formato	Segmentación	Fechas de publicación	Tipo de compra	N° Clics Proyectados	N° Vistas Proyectadas	CTR Estimado	Impresiones Estimadas	CPC	CPV	CPM Estimado	Monto neto (Sin IGV)	Monto final (Inc. IGV)
Facebook Ads	Page Post Ad	Segmentación por intereses y temas; Género: hombres y mujeres; Edad: +25 años; Ubicación: Nivel Nacional.	-	CPC	5,100	-	3.00%	170,000	S/ 0.55	-	S/ 16.50	S/ 2,805.00	S/ 3,309.90
Facebook Ads	Page Post Video	Segmentación por intereses y temas; Género: hombres y mujeres; Edad: +25 años; Ubicación: Nivel Nacional.		CPV	-	47,232	22.00%	214,691	-	S/ 0.12	S/ 26.40	S/ 5,667.84	S/ 6,688.05
Linkedin Ads	Sponsored Content	Segmentación por cargo; Género: hombres y mujeres; Edad: +25 años; Ubicación: Nivel Nacional.		CPC	2,740	-	6.00%	45,667	S/ 4.64	-	S/ 278.40	S/ 12,713.60	S/ 15,002.04
TOTAL					7,840	47,232		430,358				S/ 21,186.44	S/ 24,999.99

MONTOS FINALES INCLUYE IGV

Proyección total:

Se proyectan un total de **7,840 clics e interacciones** en los anuncios.
 Se proyectan más de **45,000 reproducciones** de video.
 Se estiman más de **430,000 impactos** publicitarios (Impresiones de los anuncios).

- a. Plazo de entrega de los bienes y/o ejecución del servicio: según convenga.
- b. Forma de Pago: según acuerdo con cliente.
- c. No incluye la subida de videos, ni generación de material gráfico. El cliente deberá alcanzar el material a patrocinar.
- d. Incluye: set up de la campaña, monitoreo, control, supervisión, optimización e informe final de campaña.

PLAN DE MEDIOS 2020

CAMPAÑA: FERIA PERÚ CONCIENCIA

CONSEJO NACIONAL DE CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

CONCYTEC

PLATAFORMA	MEDIO	COBERTURA	INVERSIÓN TOTAL S/. (INCLUYE IGV)	SHARE %
DIGITAL	Facebook	Nacional	S/ 13,671.90	55%
	Instagram		S/ 11,328.00	45%
Total Inversión			S/ 24,999.90	100%

MONTOS FINALES INCLUYEN IGV

MEDIO	DIGITAL
-------	---------

Campaña : Feria Perú Conciencia
Grupo Objetivo : HM de 15 a + 65 años
Periodo : 2 semanas
Tipo : Page post video / Post video

Medio	Formato	Segmentación	Fechas de publicación	Tipo de compra	N° Vistas Proyectados	CTR Estimado	Impresiones Estimadas	CPV	CPM Estimado	Monto neto (Sin IGV)	Monto final (Inc. IGV)
Facebook Ads	Page Post Video	Segmentación por intereses y temas; Género: hombres y mujeres; Edad: 15 a 65 años; Ubicaciones: Perú.	-	CPV	96,553	29.00%	332,941	S/ 0.12	S/ 34.80	S/ 11,586.36	S/ 13,671.90
Instagram Ads	Post Video	Segmentación por intereses y temas; Género: hombres y mujeres; Edad: 15 a 65 años; Ubicaciones: Perú.		CPV	40,000	26.00%	153,846	S/ 0.24	S/ 62.40	S/ 9,600.00	S/ 11,328.00
TOTAL					136,553		486,787			S/ 21,186.36	S/ 24,999.90

MONTOS FINALES INCLUYE IGV

Proyección total:

Se proyectan más de **135,000 reproducciones** de video.
 Se estiman más de **480,000 impactos** publicitarios (Impresiones de los anuncios).

Condiciones:

- a. Plazo de entrega de los bienes y/o ejecución del servicio: según convenga.
- b. Forma de Pago: según acuerdo con cliente.
- c. No incluye la subida de videos, ni generación de material gráfico. El cliente deberá alcanzar el material a patrocinar.
- d. Incluye: set up de la campaña, monitoreo, control, supervisión, optimización e informe final de campaña.