

| |
|----------------------------------|
| ESPECIFICACIONES TÉCNICAS |
|----------------------------------|

**Producción y difusión de spots radiales y radionovelas
en las regiones del ámbito SWAP**

Código: 1,3,2 10

I. Antecedentes

Mediante Decreto Supremo N° 103-2011-EF se aprobó la operación de endeudamiento externo, entre la República del Perú y el Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF), quienes suscribieron el Convenio de Préstamo N° 7961-PE, con la finalidad de financiar el proyecto denominado "Cierre de Brechas en productos priorizados del Programa Estratégico Articulado Nutricional", bajo la modalidad de Enfoque Sectorial Amplio de Apoyo Financiero (SWAP).

El objetivo del proyecto es apoyar los esfuerzos del Programa Articulado Nacional (PAN) para lograr su propósito general de reducir la desnutrición crónica infantil en el país y contribuir con el objetivo específico de una primera etapa de reducirla a 9% hacia el año 2016. En un enfoque que se orienta a reforzar la oferta, incrementar la demanda y mejorar la gestión de los servicios, a través del financiamiento complementario de un subgrupo de actividades del PAN, se propone: a) Promover la demanda de los servicios de nutrición mediante el fortalecimiento de la eficacia operativa del Programa JUNTOS y b) Mejorar la cobertura y la calidad de la oferta de servicios preventivos de salud y nutrición básicos en las comunidades donde opera el programa.

Para lograr estos objetivos, el proyecto se propone operar a través de tres componentes principales: 1) Fortalecimiento y consolidación del Programa JUNTOS para las familias con niños menores de 36 meses de edad. 2) Mejorar la cobertura y calidad de la provisión de los servicios preventivos de salud y nutrición en las áreas donde opera el programa, y 3) Fortalecer la capacidad del gobierno para influir en los resultados nutricionales, mediante la mejora en la capacidad de programación presupuestaria y el seguimiento de los resultados de las actividades seleccionadas en el PAN.

Bajo este contexto, en julio del 2012 se suscribió el Convenio de Apoyo Presupuestario al Programa Articulado Nutricional, entre el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social - MIDIS, al que se encuentra adscrito el Programa Nacional de Apoyo Directo a los Más Pobres - JUNTOS como Unidad Ejecutora, y el Ministerio de Economía y Finanzas, a través de la Dirección General de Presupuesto Público; el cual tenía como objetivo: "Coadyuvar al uso eficiente de los recursos para una adecuada provisión de los bienes y servicios públicos, y el logro de resultados contemplados en el Programa Presupuestario Articulado Nutricional, en el marco del Presupuesto por Resultados".

En la misma fecha, también se suscribió el Convenio de Implementación del Proyecto de "Cierre de Brechas en Productos Priorizados del Programa Estratégico Articulado Nutricional" entre el Programa JUNTOS y la Unidad de Coordinación de Préstamos Sectoriales del MEF, donde el Programa JUNTOS asume el compromiso de ser el responsable técnico y por ende el responsable por la correcta implementación del Préstamo en lo concerniente al Componente 1 para el logro de los objetivos del Proyecto.

Como parte de las actividades destinadas a apoyar este fin y en el marco del Contrato de Préstamo 7691 – PE, el Componente 1: Fortalecimiento y consolidación del Programa JUNTOS para las familias con niños menores de 36 meses tiene como objetivo: Promover la demanda de los servicios de nutrición mediante el fortalecimiento de la eficacia operativa del Programa Juntos y mejorar la cobertura y la calidad de la oferta de servicios preventivos de salud y nutrición básicos en las comunidades donde opera el programa.

Considerando el subcomponente 1.3 Estrategia de comunicación, cuyo objetivo es desarrollar los contenidos y los mecanismos para difundir los mensajes principales asociados con el reajuste del Programa JUNTOS, dirigido a los hogares usuarios, para brindarles información detallada acerca de los objetivos y corresponsabilidades, así como los mecanismos operativos para la exigencia de derecho.

El Programa JUNTOS ha considerado la producción de spots y radionovelas para reforzar la afiliación temprana, la asistencia a los controles de Crecimiento y Desarrollo (CRED) y los controles prenatales en los hogares usuarios de los departamentos del ámbito del proyecto SWAP: Amazonas (Bagua y Condorcanqui) Cajamarca y Huánuco.

La radio es el medio de comunicación más importante en el área rural y por lo tanto el idóneo para apoyar el efectivo posicionamiento de los mensajes escogidos.

El estudio de Imasén¹, realizado con hogares usuarios de JUNTOS, identifica a la radio como el medio de comunicación más utilizado por los hogares usuarios del Programa.

De acuerdo a esta encuesta, el 46% de los hogares usuarios de Juntos escucha radio todos los días, mientras que sólo el 26% ve televisión a diario y apenas un 3% lee periódicos.

II. Objetivo

El presente servicio tiene como objetivo la concepción creativa, producción y difusión de spots y radionovelas informativo-didácticas que destaquen la importancia y promuevan en los hogares usuarios lo siguiente:

- a) Inscribir a los niños y niñas en el programa JUNTOS antes de los 30 días de nacido.
- b) Asistencia oportuna de niños y niñas menores de 36 meses a los controles de Crecimiento y Desarrollo (CRED) en establecimientos de salud.
- c) Asistencia oportuna de las madres usuarias a sus controles prenatales.

III. Alcance del Trabajo

La empresa contratada deberá realizar las siguientes actividades:

- a) En coordinación con la Unidad de Comunicación e Imagen - UCI investigar y documentarse para desarrollar la idea creativa para el contenido de los spots y radionovelas, centrada en los siguientes mensajes:

¹ Encuesta sobre ayuda social, diciembre 2010

- b) Redactar los guiones de tres (3) versiones de spots radiales y tres (3) versiones de radionovelas (una versión de cada producto, por cada una de las regiones: Amazonas, Huánuco y Cajamarca) de acuerdo al público objetivo, teniendo en cuenta sus características culturales, creencias, costumbres y otras consideraciones que las diferencian.
- c) Traducir los guiones del spot y la radionovela para Amazonas, del castellano al awajun y al wampis, y de los productos preparados para Huánuco, del castellano al quechua del Huallaga y quechua del Marañón.
- d) Validar las propuestas de los productos a través de dos grupos focales por región y de ser el caso, realizar los ajustes necesarios en base a los hallazgos resultantes en estas reuniones.
- e) Presentar un plan de medios, con la pauta programada en cada radio seleccionada, para difundir los spots y las radionovelas en Amazonas (Bagua, Condorcanqui) Huánuco y Cajamarca. Adicionalmente debe presentarse un plan de supervisión y monitoreo, el que debe contemplar una metodología en la que se utilice una muestra aleatoria de las pautas contratadas. Esta muestra deberá ser grabada y entregada al Programa como parte del informe final.
- f) Contratar los medios y comprar los espacios para la difusión de los spots y las radionovelas de acuerdo al plan de medios aprobado por la UCI.
- g) Presentar un informe final, el cual debe contener evidencias de la difusión de los spots y las radionovelas, en las radios seleccionadas, los días y horarios contratados de acuerdo con la pauta. La entrega del informe se hará de manera impresa y digital en un cd o usb.

IV. Metodología del trabajo

Con el fin de garantizar la recepción y entendimiento de los mensajes transmitidos por los hogares usuarios de JUNTOS, se deberá tener en cuenta:

La realización y difusión de los spots y radionovelas deberán realizarse teniendo en cuenta la diversidad cultural de la población de Huánuco, Cajamarca, Condorcanqui y Bagua.

Los spots radiales y las radionovelas serán locutadas sólo en castellano para el caso de Cajamarca; en castellano, quechua del Marañón y quechua del Huallaga para Huánuco; y en castellano, awajún y wampis para Amazonas.

A.- Para la creación y producción de spots radiales y radionovelas:

1. Reunión informativa con la Unidad de Comunicación e Imagen del Programa JUNTOS al primer día hábil luego de la firma del contrato.
2. Obtener de la UCI-JUNTOS, la información necesaria para elaborar los contenidos de los spots y las radionovelas, teniendo en cuenta que los mensajes estarán referidos a la afiliación temprana al programa Juntos y a la participación regular a los controles de crecimiento y desarrollo.
3. A los veinte (20) días de obtenida la información, la empresa deberá entregar la propuesta de guiones de los spots y radionovelas en castellano, preparados para cada región: Amazonas, Cajamarca y Huánuco.
4. La UCI dará su conformidad y/o presentará sus objeciones dentro de los cinco (5) días luego de la entrega de los guiones. El proveedor tendrá tres (3) días para levantar las observaciones.
5. En un plazo de quince (15) días, luego del VB de la UCI el proveedor procederá a la traducción de los spots y radionovelas en los idiomas solicitados.

6. La UCI dará su conformidad y/o presentará sus objeciones dentro de los cinco (5) días luego de la entrega de los guiones. El proveedor tendrá tres (3) días para levantar las observaciones.
7. Con la aprobación de la UCI, el proveedor tendrá un plazo de 20 días para la grabación de los spots y radionovelas en todas las versiones y los idiomas solicitados.
8. En un plazo de 20 días, y en coordinación con la UCI, el proveedor procederá a realizar el proceso de validación de los spots y las radionovelas a través de dos grupos focales, con usuarios de JUNTOS, en cada región.
9. El proveedor deberá realizar los grupos focales en coordinación con la UCI en los siguientes distritos:

| Región | Provincias | Distritos |
|-----------------------|----------------------|----------------------|
| Amazonas Bagua | Rodríguez de Mendoza | Mariscal Benavides |
| | Provincia de Luya. | Santa Catalina |
| Amazonas Condorcanqui | Condorcanqui | Cenepa |
| | Bagua | Aramango |
| Cajamarca | Cajamarca | La Encañada |
| | Cutervo | Querecotillo |
| Huánuco | Huánuco | Mergos |
| | Leoncio Prado | Daniel Alomía Robles |

10. Con los resultados de los grupos focales y en un plazo de diez (10) días el proveedor deberá realizar los ajustes que sean necesarios y presentar las versiones finales de los productos ante la UCI.
11. La UCI tendrá un plazo de diez (10) días para dar su conformidad o presentar sus observaciones y el proveedor dos (2) días para hacer las correcciones necesarias para el VB final de la UCI.

C.- Para el Plan de medios.

1. En un plazo de cinco (5) días luego de culminar la fase de producción y validación de los spots y radionovelas, el proveedor presentará a la UCI el plan de medios, el que contendrá una pauta programada para treinta (30) días (sólo deberán considerarse los días de lunes a sábado) con sus respectivos horarios de difusión para ambos productos.
2. Dentro de los dos (2) días de presentado dicho plan, la UCI dará su aprobación o detallará por escrito sus observaciones y sugerencias de modificación.
3. Dos días (2) después de recibido el informe de UCI, la empresa presentará para aprobación, la versión final del plan de medios.
4. A los cinco (5) días de aprobado el plan de medios y el plan de supervisión y monitoreo, la empresa iniciará la difusión de los spots y las radionovelas.
5. A los diez (10) días de concluido el proceso de difusión de los productos comunicacionales, la empresa presentará el informe final de actividades adjuntando la pauta de medios y la grabación de los spots y las radionovelas.

V. Productos entregables.

La empresa deberá presentar los siguientes entregables:

Entregable 1: 7 spots de radio y 7 radionovelas

- A. Un informe con los guiones impresos de los spots de radio y de las radionovelas, en las versiones de acuerdo al siguiente cuadro:

| Región | Versión Spots | Duración spot | Versión radionovelas | Duración radionovela |
|-----------------|-----------------------|---------------|----------------------|-----------------------|
| Amazonas | Castellano | 30 segundos | Castellano | 5 capítulos de 3 min. |
| | Wampis | | Wampis | |
| | Awajun | | Awajun | |
| Huánuco | Castellano | 30 segundos | Castellano | 5 capítulos de 3 min. |
| | Quechua del Huallaga, | | Quechua del Huallaga | |
| | Quechua del Marañón | | Quechua del Marañón | |
| Cajamarca | Castellano | 30 segundos | Castellano | 5 capítulos de 3 min. |
| Total versiones | 7 | | 7 | |

Asimismo, el informe debe contener el análisis y las conclusiones de los resultados de los grupos focales de validación para cada tipo de producto por región e incluir la grabación de las reuniones realizadas con las usuarias que participaron en el estudio cualitativo.

- B. Cd o usb con la grabación de los spots radiales y radionovelas, en formato WAV y también comprimidos en formato MP3 a 320 kbps. De acuerdo al siguiente cuadro:

| Spots y radionovelas | Idioma | Formato |
|----------------------|----------------------|-----------------------|
| Amazonas | Castellano | WAV y MP3 a 320 kbps. |
| | Wampis | |
| | Awajun | |
| Huánuco | Castellano | WAV y MP3 a 320 kbps. |
| | Quechua del Huallaga | |
| | Quechua del Marañón | |
| Cajamarca | Castellano | WAV y MP3 a 320 kbps. |

Los spots deben tener una cortina musical de acuerdo a cada región.

Las radionovelas serán de 03 minutos por capítulo (05 capítulos en total).

El primer capítulo de cada radionovela debe tener una cuña de introducción y debe culminar con una mención indicando que se trata de una producción del Programa JUNTOS y del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (MIDIS) para promover la afiliación temprana y la participación a los controles de Crecimiento y Desarrollo CRED. Los siguientes capítulos además de la cuña de introducción deben tener un breve resumen del capítulo anterior culminando con la mención a JUNTOS y al MIDIS.

Cada radionovela debe tener una cortina musical acorde con cada región, narrar una breve historia de situaciones cotidianas, amena y de interés de acuerdo al público objetivo, debe contar como mínimo con tres (3) personajes. El mensaje central debe girar en torno al derecho, las ventajas y conveniencia de:

- Afiliación temprana a JUNTOS
- Asistencia a los controles CRED
- Asistencia a los controles prenatales

Entregable 2 : Plan de medios

El plan de medios debe incluir la selección de radios y la pauta por cada una de las emisoras. Debe tener en cuenta las siguientes consideraciones de acuerdo a la región donde serán difundidos los spots y las radionovelas. El plazo de difusión es de 30 días, de lunes a sábado.

| Región | Producto | Frecuencia | Días | Idiomas | Indicación |
|----------------|-------------|--|----------------|------------|--|
| Amazonas Bagua | Spot | 6 veces al día x un mes dos repeticiones por cada idioma | lunes a sábado | Castellano | 1 spot por días y 6 repeticiones en los horarios de mayor audiencia de las radios escogidas |
| | Radionovela | 4 veces al día por un mes | lunes a sábado | Castellano | 1 capítulo por día y cuatro repeticiones en los horarios de mayor audiencia de las radios escogidas. |

| Región | Producto | Frecuencia | Días | Idiomas | Indicación |
|----------------------|-------------|---|----------------|--------------------------------|--|
| Amazonas Condorcaqui | Spot | 6 veces al día x un mes tres repeticiones en castellano tres repeticiones en wampi o awajún de acuerdo al caso. | lunes a sábado | Castellano Awajún Wampis | 1 spot por días y 6 repeticiones en los horarios de mayor audiencia de las radios escogidas |
| | Radionovela | 4 veces al día por un mes dos repeticiones en castellano dos de awajún o wampi de acuerdo al caso | lunes a sábado | Castellano Awajún Wampis | 1 capítulo por día y cuatro repeticiones en los horarios de mayor audiencia de las radios escogidas. |

| Región | Producto | Frecuencia | Días | Idiomas | Indicación |
|-----------|----------|-------------------------|----------------|------------|---|
| Cajamarca | Spot | 6 veces al día x un mes | lunes a sábado | Castellano | 1 spot por días y 6 repeticiones en los horarios de mayor audiencia de las radios escogidas |

| | | | | | |
|--|-------------|---------------------------|----------------|------------|--|
| | Radionovela | 4 veces al día por un mes | lunes a sábado | Castellano | 1 capítulo por día y cuatro repeticiones en los horarios de mayor audiencia de las radios escogidas. |
|--|-------------|---------------------------|----------------|------------|--|

| Región | Producto | Frecuencia | Días | Idiomas | Indicación |
|---------|-------------|---------------------------|----------------|--|---|
| Huánuco | Spot | 6 veces al día x un mes | lunes a sábado | Castellano Quechua del Marañón Quechua del Mantaro | 1 spot por días y 6 repeticiones en los horarios de mayor audiencia de las radios escogidas |
| | Radionovela | 4 veces al día por un mes | | Castellano Quechua del Marañón Quechua del Mantaro | 1 spot por días y 6 repeticiones en los horarios de mayor audiencia de las radios escogidas |

- Las radios seleccionadas deben ser las cinco (5) de mayor sintonía y la repetidora principal con mejor alcance a las zonas más alejadas, por cada departamento.
- La fecha de inicio de la difusión de los spots y las radionovelas será coordinada con la Jefatura de la Unidad de Comunicación e Imagen.
- La empresa copiará los spots y radionovelas en discos compactos u otro soporte digital que asegure la calidad de la grabación original de cada uno de archivos y se encargará de enviar a cada radioemisora, los materiales a difundir.
- La empresa verificará y corroborará la difusión del spot y la radionovela en las emisoras radiales seleccionadas.
- La empresa entregará un documento de validación del cumplimiento del plan de medios, luego de cinco (5) días hábiles iniciada la emisión de cada spot y radionovela, así como la evidencia de transmisión a través de una supervisión aleatoria que incluya todas las radios contratadas.
- Debe incluir un plan de supervisión y monitoreo, que incluya un método aleatorio confiable.

Entregable 3 / Informe final

La empresa elaborará un informe final con toda la información pertinente del proceso de producción de los materiales de audio, incluyendo el siguiente detalle:

- El documento deberá incluir el proceso de elaboración de los guiones, los castings y la producción de los entregables, además del reporte de las radioemisoras y repetidoras con información detallada de la difusión de los spots y las radionovelas.
- Información del proceso de validación, lugares donde se realizó, nombre de los participantes, metodología utilizada y conclusiones.
- Evidencia de la difusión de los spots y las radionovelas, a través de una verificación aleatoria en cada una de las radios contratadas, la cual debe estar sustentada con la grabación de los spots.
- El documento deberá ser entregado en dos files impresos y en dos soportes digitales (CD y/o USB)
- Los resultados de la supervisión y monitoreo con la muestra aleatoria de los spots grabados en cada una de las radios contratadas.
- La empresa presentará el informe final a los 15 días de finalizada la difusión de los spots y las radionovelas.

VI. Plazo

El servicio se ejecutará en un plazo no mayor de 175 días s que se contarán a partir del día siguiente de la firma del contrato.

VII. Costo

El pago del servicio se hará de la siguiente forma:

| Entregable | Pago | Plazo de entrega |
|--------------|--|---|
| Entregable 1 | 35% luego de la conformidad del Producto 1 | 115 días contados a partir de la suscripción del contrato |
| Entregable 2 | 30% luego de la conformidad del Producto 2 | 127 días contados a partir de la suscripción del contrato |
| Entregable 3 | 35% luego de la conformidad del Producto 3 | 175 días contados a partir del día siguiente de la suscripción del contrato |

Los pagos estarán sujetos a la conformidad de servicio de la Jefatura de la Unidad de Comunicaciones e Imagen del Programa Juntos, ratificado por el Responsable Técnico de Juntos, y la conformidad de la Unidad de Coordinación de Préstamos Sectoriales (UCPS). La conformidad de Juntos está referida al cumplimiento de los aspectos técnicos y de la ejecución de los servicios. La aprobación de la UCPS estará referida al cumplimiento de los aspectos formales y administrativos, vinculados a la utilización de los recursos para proceder a efectuar los pagos acordados.

VIII. Coordinación y supervisión

El control y seguimiento de las actividades que se desarrollarán en el marco de este servicio estarán a cargo de la Jefatura de la Unidad de Comunicación e Imagen.

IX. Perfil

La empresa deberá tener como mínimo cinco años de experiencia en la producción de spots radiales y/o televisivos y/o multimedia y/o series en cualquier género radial y/o televisivo.

Contar con un equipo mínimo de trabajo integrado por:

- Un productor con experiencia mínima de 4 años en la elaboración de spots radiales
- Un creativo con experiencia no menor de 4 años en el desarrollar materiales publicitarios.
- Un guionista de novelas o series con experiencia mínima de 4 años
- Un comunicador con experiencia mínima de 3 años en trabajos de difusión con comunidades andinas y amazónicas
- Un comunicador con experiencia mínima de dos años en marketing social
- Traductores en los idiomas solicitados.

Para el proceso de validación de los productos contar con un equipo integrado por:

- **Un jefe de equipo.** Sociólogo o antropólogo, con una experiencia mínima de cuatro (4) años en estrategias, investigaciones y proyectos de comunicación en zonas rurales (Tanto andinas como amazónicas)
- **Un especialista en interculturalidad,** diversidad cultural y pertinencia, con una experiencia mínima de tres (3) años
- **Asistente** de campo especialistas en diagnósticos con población diversa

X. Lugar de servicios, pasajes y viáticos

El lugar de prestación del servicio será en la ciudad de Lima y en las regiones de Amazonas, Huánuco y Cajamarca. Todos los entregables deberán ser presentados en la sede central del Programa JUNTOS, en la calle Ricardo Angulo N° 795 San Isidro, Lima y dirigidos a nombre de la Unidad de Comunicación e Imagen (UCI).

