



RESOLUCIÓN DE PRESIDENCIA N° 113-2022-CONCYTEC-P

Lima, 26 de setiembre de 2022

VISTOS: El Informe N° D000013-2022-CONCYTEC-DPP-SDCTT-NHM y Proveído N°D000409-2022-DPP-SDCTT de la Sub Dirección de Ciencia, Tecnología y Talentos que cuenta con la aprobación de la Dirección de Políticas y Programas de Ctel, a través del Informe N° D000022-2022-CONCYTEC-DPP; los Informes N°s D000034-2022-CONCYTEC-OCP y D000013-2022-CONCYTEC-OCP-EFC de la Oficina de Comunicaciones y Proyección de Ctel; el Informe N° D000014-2022-CONCYTEC-OGPP-OPP-JBF y Proveído N° D000455-2022-CONCYTEC-OGPP de la Oficina General de Planeamiento y Presupuesto; y el Informe N° D000038-2022-CONCYTEC-OGAJ-EAF y Proveído N° D000238-2022-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 de la Resolución de Presidencia N° 47-2022-CONCYTEC-P, de fecha 5 de mayo de 2022, se aprobó el Plan de Estrategia Publicitaria del Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica - CONCYTEC correspondiente al año fiscal 2022, el cual contempla: i) Campaña Beneficios Tributarios en CTI con un presupuesto asignado de S/ 110,100 incluido IGV, cuyo cronograma estaba previsto entre mayo y junio, y ii) Campaña Feria Perú con Ciencia que 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 con un presupuesto de S/ 32,000 incluido IGV, cuyo cronograma esta previsto entre el 1 y el 15 de noviembre de 2022;

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, que el artículo 3 de la precitada Ley, regula los requisitos para que el Titular del Pliego autorice la realización de publicidad estatal, estableciendo, entre otros, 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, cita, que el artículo 5 de la Ley marco de Ciencia, Tecnología e 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, señala que, conforme al artículo 11 de la Ley marco de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica, entre las funciones del CONCYTEC se encuentran: i) 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;

Que, adiciona, 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 CTI y servicios que brinda el CONCYTEC en coordinación con los órganos de línea;

Que, con Informe N° D000013-2022-CONCYTEC-DPP-SDCTT-NHM y Proveído N°D000409-2022-DPP-SDCTT, la Sub Dirección de Ciencia, Tecnología y Talentos que cuenta con la aprobación de la Dirección de Políticas y Programas de Ctel, a través del Informe N° D000022-2022-CONCYTEC-DPP justifica la necesidad de incrementar el presupuesto de la campaña Feria Perú con Ciencia de S/ 32, 000.00 a S/ 82,000.00, toda vez que se aumentará la cantidad de spots radiales en medios de comunicación masiva en general, especializados y/o digitales, así como una mayor cantidad de avisos publicitarios en medios digitales;



Que, mediante Informes N°s D000034-2022-CONCYTEC-OCP y D000013-2022-CONCYTEC-OCP-EFC, la Oficina de Comunicaciones y Proyección de Ctel en el marco de sus funciones, propone y sustenta técnicamente la aprobación de la actualización del Plan de Estrategia Publicitaria del Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica – CONCYTEC, considerando un Incremento del presupuesto aprobado para la campaña de difusión y promoción de la Feria Perú con Ciencia 2022, de S/ 50,000.00 (cincuenta mil y 00/00 soles) para efectos de repotenciar la publicidad en medios digitales y la inclusión de medios digitales para difundir la feria Perú con Ciencia 2022. Asimismo, el cambio de fecha de la realización de campaña Beneficios Tributarios en CTI 2022, que se realizará durante 14 días del mes de octubre;

Que, la Oficina General de Asesoría Jurídica, mediante el Informe N° D000038-2022-CONCYTEC-OGAJ-EAF y Proveído N° D000238-2022-CONCYTEC-OGAJ, manifiesta que mediante Resolución N° 0922-2021-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 16 que ninguna entidad o dependencia pública podrá difundir publicidad estatal durante el periodo electoral, a menos que se encuentre justificada en razones de impostergable necesidad o utilidad pública;

Que, al respecto, señala que mediante la Ley N° 30309, Ley que promueve la Investigación Científica, Desarrollo Tecnológico e Innovación Tecnológica, modificada a través del Decreto de Urgencia N° 010-2022, se estableció una deducción 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, y que a través de 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, por lo que se advierte la impostergable necesidad y utilidad pública de las mencionadas campañas;

Que, a través del Informe D00014-2022-CONCYTEC-OGPP-OPP-JBF y Proveído N° D000455-CONCYTEC-OGPP, la Oficina General de Planeamiento y Presupuesto señala que ha identificado que la actualización del Plan de Estrategia Publicitaria del CONCYTEC correspondiente al año 2022 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, 6 y 7 del Plan Estratégico Institucional vigente y al Plan Operativo Institucional 2022 del CONCYTEC, y cuenta con el financiamiento respectivo, por lo cual, emite la opinión favorable para la aprobación de la actualización del referido Plan;

Que, asimismo, la Oficina General de Asesoría Jurídica considerando las opiniones emitidas por los órganos competentes advierte que se ha cumplido con los requisitos establecidos en la Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal para la aprobación del Plan de Estrategia Publicitaria al estar acorde con las funciones y atribuciones del CONCYTEC y los objetivos y prioridades establecidos por el sector, por lo que emite opinión legal favorable para que se emita el acto de administración que apruebe la actualización del mencionado Plan;

Que, en tal sentido, resulta necesario aprobar la actualización del Plan de Estrategia Publicitaria del CONCYTEC, correspondiente al año fiscal 2022 a fin de incrementar el



presupuesto de la Campaña Feria Perú con Ciencia y modificar la fecha programada de la Campaña Beneficios Tributarios en CTel;

Con la visación de la Secretaria General (e), del Director de la Dirección de Políticas y Programas CTel (e); del Jefe de la Oficina General de Planeamiento y Presupuesto, del Jefe 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 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° 0922-2021-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 la Actualización del Plan de Estrategia Publicitaria del Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica- CONCYTEC, correspondiente al año fiscal 2022, aprobado mediante Resolución de Presidencia N° 47-2022-CONCYTEC-P, según el Anexo que 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 dentro de los cinco (5) días hábiles de implementado el Plan de Estrategia Publicitaria, la Oficina de Comunicaciones y Proyección de CTel, deberá elevar un informe a la Secretaría General detallando los aspectos relativos a su ejecución.

Artículo 3.- Encargar a la Oficina de Comunicaciones y Proyección de CTel dar cumplimiento a la publicación de los contratos de publicidad en el portal del Estado Peruano y portal institucional conforme a lo dispuesto en el artículo 6 de la Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad Estatal y lo establecido en el artículo 50 de la Ley N° 28278, Ley de Radio y Televisión, así como el cumplimiento de las condiciones para la difusión de la publicidad estatal establecidas en Reglamento sobre Propaganda Electoral, Publicidad Estatal y Neutralidad en el Período Electoral, aprobado por Resolución N° 0922-2021-JNE.

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

Artículo 5.- Disponer que la Responsable del Portal de Transparencia del CONCYTEC, publique la presente Resolución y su anexo en el Portal Institucional del Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica – CONCYTEC (www.gob.pe/concytec).

Regístrese y comuníquese.

BENJAMÍN ABELARDO MARTICORENA CASTILLO
Presidente (e)
Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica
CONCYTEC



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

Consejo Nacional de Ciencia,
Tecnología e Innovación
Tecnológica

Oficina de Comunicaciones y
Proyección de CTel
Secretaría General

Plan de Estrategia Publicitaria 2022

Consejo Nacional de Ciencia Tecnología a Innovación Tecnológica - CONCYTEC

I. Introducción

La Oficina de Comunicaciones 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 (CONCYTEC), que contribuyan al logro de los objetivos institucionales, mediante la difusión de las actividades para promover la ciencia y tecnología en el país.

En ese contexto, la difusión en medios de comunicación masiva (radio, televisión y prensa, entre otros) representa una oportunidad para el CONCYTEC como una estrategia importante para acercarse a los hogares, personas y grupos objetivos.

Por tal motivo planteamos como estrategia de comunicación el uso de la publicidad o difusión de spots en medios de comunicación masivos y/o digitales, siendo esta herramienta importante para alcanzar a la mayor cantidad de públicos objetivos del CONCYTEC.

La publicidad representa una importante herramienta de comunicación que permite al CONCYTEC dar a conocer las políticas, programas y actividades orientados a mejorar las condiciones en el marco de sus acciones en la academia, institutos de investigación, universidades entre otros.

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.

Así mismo, conforme a lo señalado en el artículo 3 de la Ley de Publicidad Estatal, para la autorización de realización de publicidad estatal se deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- 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.
- Descripción y justificación de las campañas institucionales que se pretendan llevar a cabo.
- 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 y duración de la campaña, equilibrio informativo e impacto de los mismos. Deberá 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.
- Proyecto de presupuesto para llevar a cabo las acciones comprendidas en las campañas.

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 2022, que contiene los lineamientos que se seguirán durante todo el año en materia de difusión en medios masivos.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

Consejo Nacional de Ciencia,
Tecnología e Innovación
Tecnológica

Oficina de Comunicaciones y
Proyección de CTel
Secretaría General

II. Finalidad pública

Con el presente Plan Estratégico de Publicidad, el CONCYTEC, busca contribuir con la difusión social de sus programas y políticas orientados a la mejora de las capacidades y oportunidades del SINACTI, de acuerdo con lo establecido en la Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal y la Resolución N° 922-2021-JNE.

III. Objetivo

Desarrollar e implementar campañas publicitarias en medios de comunicación masivos y/o digitales, que permitan la difusión de acciones orientadas a promover y fortalecer la promoción de la ciencia en el país, así como sensibilizar a la población sobre la importancia del desarrollo de la ciencia tecnología e innovación en el país.

IV. 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° 31365 - Presupuesto del Sector Público para el Año Fiscal 2022.
- Ley N° 28278, Ley de Radio y Televisión.
- Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.
- Decreto Supremo N° 004-2019-JUS, que aprueba el Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444
- Ley N° 30225 – Ley de Contrataciones del Estado
- 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° 922-2021-JNE, Reglamento sobre Propaganda Electoral, Publicidad Estatal y Neutralidad en Periodo Electoral

V. Ámbito de difusión

El Plan Estratégico de Publicidad 2022 será ejecutado en medios de comunicación de alcance nacional.

VI. Contenido:

• Campaña Beneficios Tributarios en CTI

Buscamos promover el interés de las empresas por invertir en CTI y aplicar a los Beneficios Tributarios en CTI señalados en la Ley 30309. La campaña se realizará en medios de comunicación especializados, cuyo público objetivo son empresarios, empresas y mypes.

El presupuesto asignado a esta campaña es de S/ 110,100 incluido IGV.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

Consejo Nacional de Ciencia,
Tecnología e Innovación
Tecnológica

Oficina de Comunicaciones y
Proyección de CTel
Secretaría General

- **Campaña Feria Perú con Ciencia**

Se busca la participación del público en general en las actividades que realizará de manera virtual la Feria Perú y que serán difundidas por las redes sociales de CONCYTEC. Teniendo en cuenta el poco presupuesto asignado, se busca realizar alianza estratégica con medios de comunicación que se comprometan a la difusión de la ciencia y la tecnología, dirigiéndose al público objetivo al que va dirigido la Feria Perú con Ciencia, esto es, niños, niñas, padres de familia y público en general.

El presupuesto asignado a esta campaña es de S/ 82,000 incluido IGV.

VII. Propuesta y justificación técnica de medios

Para la difusión de los mensajes de la campaña de Beneficios Tributarios en CTI se han elegido publicidad radial, por ser considerada el medio de difusión más plural y neutral pues es oído por todas las personas en las zonas urbanas, urbano-marginales y rurales, así como de diferentes clases socioeconómicas, así mismo, es apropiado destacar que el 94.9% de los hogares tiene una radio, siendo el segundo medio de comunicación masivo con mayor penetración. En Perú, el 85% de la población escucha radio, por ello su importancia para la colocación de mensajes estratégicos.

Se incluye a la comunicación de la promoción de los Beneficios Tributarios en CTI, mediante avisaje publicitario en canales digitales. Cabe señalar que de acuerdo con el Decreto De Urgencia N° 010-2019, se prorrogó la vigencia La Ley N° 30309, Ley Que Promueve La Investigación Científica, Desarrollo Tecnológico e Innovación Tecnológica, hasta el 31 de diciembre del 2022, lo que significa que nos encontramos en el último año de vigencia de la mencionada norma y, por tanto, es necesario hacer la máxima difusión de los alcances de esta ventaja tributaria.

En el segundo caso, Perú con Ciencia, se trata de acudir a un medio de comunicación radial, con presencia digital y de alcance nacional, además de la difusión en redes sociales, para invitar a toda la familia a visitar la Feria Perú con Ciencia.

Ello permitirá aumentar el número de visitantes, sacando el máximo provecho al monto de inversión publicitaria.

VIII. Selección de medios

La selección de medios tiene como finalidad lograr el mayor impacto de los mensajes establecidos en las campañas de publicidad, maximizando la inversión que se realiza en la pauta publicitaria. Por este motivo, se contempla invertir en publicidad en medios de comunicación y canales digitales que tengan cobertura y credibilidad, para alcanzar un mayor porcentaje del público objetivo.

La selección de medios de comunicación se realiza considerando los aspectos técnicos establecidos en la Ley N° 28874, la cual precisa los criterios para emplear los recursos en publicidad. Por ello, la difusión se realizará a través de medios radiales y digitales de alcance nacional, a través de programas con alta audiencia, por parte del público objetivo.

La elaboración de la pauta publicitaria se diseñará mediante la elaboración de un plan de medios, donde se evaluará el género, horario, rating, sintonía, frecuencia y los valores de los canales elegidos. Asimismo, se optará por los medios de comunicación que no cuentan con información de rating, pero cuyos contenidos informativos y de opinión alcanzan al público objetivo.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

Consejo Nacional de Ciencia,
Tecnología e Innovación
Tecnológica

Oficina de Comunicaciones y
Proyección de CTel
Secretaría General

IX. 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.

Responsabilidades

La OCP es responsable del monitoreo y evaluación del cumplimiento de los objetivos del Plan Estratégico de Publicidad 2022. En el caso de la campaña para la promoción de los Beneficios Tributarios en CTI, se contará con una agencia o central de medios que informará los resultados de la campaña.

Las campañas serán coordinadas con:

- La coordinación de Popularización de la Ciencia, Tecnología e Innovación de la Subdirección de Ciencia, Tecnología y Talentos.
- La Subdirección de Innovación y Transferencia Tecnológica y la Subdirección de Ciencia, Tecnología y Talentos.

Financiamiento

Campaña Feria Perú con Ciencia:

- La Subdirección de Ciencia, Tecnología y Talentos financiará con recursos asignados en su Plan Operativo Institucional la organización de la Feria Perú con Ciencia.

Campaña Beneficios Tributarios en CTI

- La Subdirección de Ciencia, Tecnología y Talentos, financiará la campaña para la promoción de los Beneficios Tributarios en CTI.

Información y transparencia

La Oficina General de Administración coordinará con la Oficina 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 50 de la Ley 28278.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

Consejo Nacional de Ciencia,
Tecnología e Innovación
Tecnológica

Oficina de Comunicaciones y
Proyección de CTel
Secretaría General

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 e innovación tecnológicos (actividad conocida como I+D+i).

A través de esta herramienta se busca promover la inversión privada en proyectos de investigación científica, desarrollo e innovación tecnológicos (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 de diciembre de 2019, se contó con un total de 75 proyectos (2016:08, 2017:22, 2018:19, 2019: 26). De los cuales, 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, se publica 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 su productividad, que es la variable más importante para el desarrollo e inclusión de las MYPES en el país. Además, dado que existía cierta incertidumbre respecto a la brevedad de los plazos para hacer una adecuada evaluación de los proyectos presentados, estos han ampliados.

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, el incentivo, 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.

Al 31 enero 2022, se tienen en proceso de atención 19 solicitudes para la calificación de proyectos de I+D+i (08 en Investigación Científica y Desarrollo Tecnológico y 11 en Innovación Tecnológica) y 04 solicitudes para la autorización de centros de I+D. Consecuentemente, se hace necesario hacer un esfuerzo para que más empresas se interesen por aplicar a la Ley N° 30309, llegando con los mensajes adecuados, directamente a los que toman decisiones a través de medios de comunicación especializados.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

Consejo Nacional de Ciencia,
Tecnología e Innovación
Tecnológica

Oficina de Comunicaciones y
Proyección de CTel
Secretaría General

Objetivos de comunicación

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

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 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

Ámbito de intervención

A nivel nacional.

Público objetivo

Empresas, empresarios, emprendedores, Mypes.

Estrategia

Uso de medios de comunicación masiva en general, especializados y/o digitales.

Actividades

- Diseño del aviso publicitario (Infografía)
- Avisaje radial
- Publicación en medios de comunicación digital

Cabe resaltar que esta campaña estará complementada por acciones de gestión de prensa, es decir, notas y coordinación de entrevistas, así como gestión de redes sociales, para difundir entre las empresas los Beneficios Tributarios en CTI.

Productos de comunicación

- Aviso radial anunciando los Beneficios Tributarios
- Infografía de cómo postular a los Beneficios Tributarios en CTI.
- Anuncio auditivo de cómo postular a los Beneficios Tributarios en CTI.
- Avisos digitales sobre los Beneficios Tributarios en CTI, de cómo postular a loa BT en CTI.

Cronograma

La publicidad se hará efectiva durante 14 días calendario del mes de octubre.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

Consejo Nacional de Ciencia,
Tecnología e Innovación
Tecnológica

Oficina de Comunicaciones y
Proyección de CTel
Secretaría General

Presupuesto a invertir por la Subdirección de Ciencia, Tecnología y Talentos

- Hasta S/ 110,100.00 (Ciento diez mil cien y 00/100 soles)

MEDIO PROPUESTO CAMPAÑA BENEFICIOS TRIBUTARIOS EN CTI RADIAL Y DIGITAL

FECHAS DE PUBLICACIÓN PROPUESTA	TIPO DE PUBLICACIÓN	MEDIO	CANTIDAD
01 día calendario, según rango de cronograma	Secuencia especializada para abordar la Ley 30309	Radial	1
14 días calendario, según rango de cronograma	Microprogramas rotativos	Radial	42
02 días calendario, según rango de cronograma	Publirreportaje	Web y/o RRSS	2
01 día calendario, según rango de cronograma	Entrevista en vivo	Web y/o RRSS	1
01 día calendario, según rango de cronograma	Gif	Web y/o RRSS	1



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

Consejo Nacional de Ciencia,
Tecnología e Innovación
Tecnológica

Oficina de Comunicaciones y
Proyección de CTel
Secretaría General

Campaña Feria Perú Con Ciencia 2022

Diagnóstico y justificación

De acuerdo con 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 Feria Perú con Ciencia con el ánimo de popularizar la ciencia, la tecnología y la innovación entre la población.

En ediciones anteriores, 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. Y como parte de sus actividades, se realiza la feria escolar de ciencias Eureka donde se muestra los mejores proyectos en ciencias desarrollados por escolares seleccionados en todo el país.

Para el presente año, se ha previsto la realización de la feria de manera presencial, contando con todas las medidas de bioseguridad para los participantes y asistentes y se realizará del 11 al 13 de noviembre, del presente año.

En ese sentido es necesario realizar una campaña publicitaria radial y/o digital, a fin de que el público objetivo pueda seguir la transmisión de todos los eventos por las cuentas oficiales del CONCYTEC.

Cabe resaltar que la ejecución de una campaña publicitaria, para difundir la Feria Perú con Ciencia, se enmarca en 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.

El año pasado, la publicidad se dirigió directamente a redes sociales. Si bien se lograron alcanzar los objetivos deseados, esta vez se quiere recurrir a la radio para contar con mayor alcance sobre todo en provincias.

Objetivos de comunicación

1. Movilizar a la población para que asista a la Feria Perú con Ciencia y otras actividades previstas.
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).



PERÚ

Presidencia del Consejo de Ministros

Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica

Oficina de Comunicaciones y Proyección de CTel
Secretaría General

- 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

Ámbito de intervención

A nivel nacional.

Público objetivo

Niños y jóvenes menores de 18 años y público en general.

Estrategia

Uso de medios digitales y/o radiales.

Actividades

- Producción de un spot radial que invite al público a visitar la Feria Perú con Ciencia.
- Diseño del aviso publicitario para medios digitales

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

Productos de comunicación

Un spot publicitario radial que se repetirá de acuerdo con la frecuencia propuesta.

Cronograma

Entre el 1 y el 15 de noviembre de 2022.

Presupuesto a invertir por la Subdirección de Ciencia, Tecnología y Talentos:

- Hasta S/ 82,000 (ochenta y dos mil y 00/00 soles) para invertir en publicidad en radio y/o digital, incluye IGV. Total:

MEDIO PROPUESTO – RADIAL

MEDIOS	FORMATO	DUR.	SEMANA 1					SEMANA 2					TOTAL	
			V	S	D	L	M	M	J	V	S	D		
Radio	Menciones en vivo	40s	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
Web	Notas B Content			1		1		1		1				



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

Consejo Nacional de Ciencia,
Tecnología e Innovación
Tecnológica

Oficina de Comunicaciones y
Proyección de CTel
Secretaría General

MEDIO PROPUESTO – DIGITAL

MEDIO	FORMATO*	IMPRESIONES
Facebook	PPA	2,542,373
TikTok	Imagen in feed	2,210,759
Instagram	Storie	2,163,722
Programatica video juegos	Video Incentivado	226,766
Programatica	Rich Media	226,766

*

PPA: Publicidad

Imagen in feed: material audiovisual

Storie: Historia

Rich Media: mensajes interactivos