TÉRMINOS DE REFERENCIA (TDR)

SERVICIO DE PUBLICIDAD Y DIFUSIÓN DE CONTENIDOS INSTITUCIONALES EN REDES SOCIALES

I. DENOMINACIÓN DE LA CONTRATACIÓN

Servicio de publicidad y difusión de contenidos institucionales en redes sociales, orientado a incrementar el alcance, la interacción y el posicionamiento de las actividades, servicios y comunicaciones de la Universidad Nacional Agraria de la Selva.

II. BASE LEGAL:

• Constitución Política del Perú.
• Ley Universitaria N° 30220.
• Estatuto Universitario – UNAS, aprobado con Resolución N° 308-2023-R-UNAS.
• Ley No 32069, Ley General de Contrataciones Públicas.
• Reglamento de la Ley General de Contrataciones Publicas, aprobado por Decreto Supremo N° 009 2025-EF y sus modificatorias.
• Directiva interna de la Universidad Nacional Agraria de la Selva sobre Contratación de bienes y servicios para montos menores o iguales a ocho (8) UIT, vigente.

III. FINALIDAD PÚBLICA

Contribuir a la difusión oportuna y efectiva de la información institucional de la UNAS mediante acciones de publicidad digital en Facebook, Instagram y TikTok, a fin de facilitar que la comunidad universitaria, postulantes, padres de familia y público de interés conozcan las actividades, servicios, oferta académica y comunicaciones institucionales que determine la OCEII.

IV. OBJETIVO DE LA CONTRATACIÓN

Contratar un servicio especializado de planificación, implementación, administración, monitoreo y evaluación de campañas publicitarias digitales en redes sociales, que permita optimizar la inversión publicitaria durante el periodo contratado y contar con evidencias e indicadores verificables de ejecución y resultados.

V. ALCANCE Y DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

El servicio se prestará de manera remota y comprenderá la gestión de publicidad digital en las plataformas Facebook, Instagram y TikTok. Los temas, mensajes institucionales y materiales base serán coordinados con la OCEII. La estrategia, distribución de la pauta, selección de formatos, frecuencia y cantidad de anuncios serán determinados por el contratista, de acuerdo con criterios técnicos, el presupuesto disponible y el rendimiento observado, previa coordinación y aprobación de la OCEII cuando corresponda.

El monto total de S/ 6,000.00 comprende tanto los honorarios y costos asociados a la prestación del servicio como la inversión en pauta publicitaria. El contratista deberá transparentar en el informe final la distribución y ejecución efectiva del presupuesto, adjuntando evidencias verificables.

VI. ACTIVIDADES A DESARROLLAR

- Coordinar con la OCEII los objetivos de comunicación, públicos de interés, mensajes prioritarios y materiales institucionales que serán difundidos durante el periodo del servicio.

- Proponer una estrategia breve de publicidad digital, con selección de plataformas, segmentación, formatos, calendario de ejecución y distribución estimada del presupuesto.
- Configurar, implementar y administrar campañas publicitarias en Meta Ads (Facebook e Instagram) y TikTok Ads, según corresponda a la estrategia propuesta y a las posibilidades de las cuentas institucionales.
- Redactar o adaptar textos publicitarios (copies), llamados a la acción y mensajes asociados a los materiales aprobados por la OCEII.
- Programar o coordinar la publicación de contenidos y anuncios, previa validación institucional cuando corresponda.
- Segmentar los públicos de acuerdo con los objetivos de cada campaña, utilizando criterios pertinentes y respetando las políticas de las plataformas y la normativa aplicable.
- Monitorear el desempeño de las campañas y realizar ajustes razonables en la segmentación, formatos, calendario y distribución de pauta, en función de los resultados observados.
- Realizar seguimiento de métricas relevantes, tales como alcance, impresiones, reproducciones, interacciones, clics y costo por resultado, según los objetivos de cada campaña.
- Informar a la OCEII sobre incidencias relevantes que puedan afectar la publicación o el desempeño de los anuncios.
- Entregar un informe final con la descripción de las acciones realizadas, resultados, inversión ejecutada y evidencias de las campañas.

VII. PLATAFORMAS

- Facebook.
- Instagram.
- TikTok.

La activación de campañas estará sujeta al acceso autorizado a las cuentas institucionales y a las herramientas publicitarias correspondientes. El contratista no podrá cambiar credenciales, roles de administración ni configuraciones de seguridad sin autorización expresa de la UNAS.

VIII. METODOLOGÍA Y AUTONOMÍA TÉCNICA

Debido a la duración acotada del servicio, el contratista propondrá la cantidad y combinación de campañas, anuncios, publicaciones y formatos que considere técnicamente convenientes. No se establece una cantidad predeterminada de piezas o anuncios; su definición deberá sustentarse en los objetivos acordados con la OCEII y en la optimización de la pauta. La autonomía técnica no exime al contratista de coordinar los mensajes institucionales, respetar las aprobaciones que correspondan y justificar la distribución del presupuesto.

IX. ENTREGABLE

Un (1) Informe Final de Ejecución y Resultados de Publicidad Digital, presentado al término del servicio, en formato digital, que contenga como mínimo:

- Resumen ejecutivo y objetivos de la campaña.
- Descripción de las actividades realizadas y plataformas utilizadas.
- Relación de campañas y anuncios implementados, con fechas de ejecución.
- Públicos y criterios de segmentación utilizados, descritos de forma general.
- Distribución del presupuesto entre gestión del servicio y pauta publicitaria, así como monto efectivamente ejecutado y saldo, si lo hubiera.

- Resultados disponibles por plataforma y campaña: alcance, impresiones, reproducciones, interacciones, clics, costo por resultado u otras métricas pertinentes.
- Capturas de pantalla, reportes descargados u otras evidencias que permitan verificar la ejecución.
- Incidencias relevantes, optimizaciones realizadas, conclusiones y recomendaciones.

Las métricas se reportarán conforme a los datos efectivamente disponibles en las plataformas; no se garantiza un volumen específico de alcance, clics, conversiones o seguidores, debido a que estos resultados dependen de factores externos y de la respuesta de la audiencia.

X. PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución será de siete (7) días calendario, computados desde el día siguiente de la notificación de la orden de servicio o desde la fecha que establezca el documento contractual correspondiente.

XI. LUGAR Y MODALIDAD DE PRESTACIÓN

La prestación se realizará de manera remota. Las coordinaciones con la OCEII se efectuarán mediante los canales institucionales que esta determine.

XII. MONTO Y ALCANCE ECONÓMICO

El monto total del servicio , e incluye todos los costos necesarios para la prestación, tributos aplicables, honorarios, herramientas y la inversión en pauta publicitaria. El contratista tendrá autonomía para proponer y ajustar la distribución de la pauta en función del rendimiento, dentro del monto total autorizado y de los objetivos aprobados por la OCEII. No podrá exceder el monto contratado ni comprometer gastos adicionales a cargo de la UNAS sin autorización expresa.

La propuesta de distribución y los importes efectivamente invertidos deberán quedar documentados. La OCEII deberá definir antes del inicio si la pauta se cargará directamente a las cuentas publicitarias institucionales o si se utilizará otro mecanismo autorizado y verificable, conforme a las reglas internas aplicables.

XIII. PERFIL Y REQUISITOS DEL PROVEEDOR

El proveedor podrá ser persona natural o jurídica, de acuerdo con las condiciones del procedimiento de contratación. Se propone el siguiente perfil mínimo, sujeto a revisión y validación por el área usuaria y el órgano encargado de las contrataciones:

- Formación académica: bachiller o título profesional en Administración, Marketing, Comunicaciones, Publicidad, Ciencias Empresariales o carreras afines.
- Experiencia general: acreditar experiencia en actividades laborales o servicios vinculados con marketing, publicidad, comunicación, gestión comercial o gestión de redes sociales.
- Experiencia específica: acreditar al menos un (1) servicio o experiencia relacionada con la planificación, gestión o ejecución de campañas de publicidad digital, administración de redes sociales, segmentación de audiencias o análisis de métricas digitales.
- Conocimientos: manejo de plataformas de publicidad digital, preferentemente Meta Ads y TikTok Ads; segmentación de públicos, seguimiento de métricas y elaboración de reportes.
- Capacitación: deseable contar con capacitación en marketing digital, publicidad digital, gestión de redes sociales o creación de contenido.

La experiencia y formación deberán acreditarse mediante documentos verificables pertinentes, de acuerdo con las reglas de contratación aplicables. Los requisitos finales deberán ser validados por la OCEII y el órgano encargado de las contrataciones para asegurar su pertinencia, proporcionalidad y competencia.

XIV. OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA

- Ejecutar el servicio dentro del plazo y alcance aprobados.
- Coordinar con la OCEII los contenidos y mensajes institucionales antes de su difusión cuando corresponda.
- Utilizar los recursos publicitarios exclusivamente para las campañas autorizadas de la UNAS y mantener trazabilidad de su uso.
- No publicar mensajes, imágenes o afirmaciones institucionales no aprobadas por la OCEII.
- Resguardar los accesos y la información a la que tenga acceso, y no compartirlos con terceros.
- Cumplir las políticas publicitarias de las plataformas y la normativa aplicable.
- Entregar el informe final y las evidencias dentro del plazo contractual.
- Comunicar oportunamente cualquier incidencia que afecte la ejecución.

XV. OBLIGACIONES DE LA UNAS / OCEII

- Designar al personal responsable de coordinar el servicio.
- Proporcionar oportunamente los mensajes, materiales, lineamientos de marca y demás información necesaria que se encuentre disponible.
- Gestionar o autorizar los accesos necesarios a las cuentas y plataformas institucionales.
- Revisar y brindar observaciones a las propuestas y materiales en tiempos razonables.
- Verificar el informe y las evidencias para emitir la conformidad, según corresponda.

XVI. CONFORMIDAD DEL SERVICIO

La conformidad será otorgada por la OCEII o por el funcionario que corresponda, previa verificación del cumplimiento del alcance, plazo, entregable e información sustentatoria establecidos en los términos de referencia y en la orden de servicio. De existir observaciones, estas deberán comunicarse y atenderse conforme al procedimiento y los plazos que resulten aplicables.

XVII. FORMA DE PAGO

Se propone un único pago por el cien por ciento (100 %) del monto contratado, previa presentación del entregable final y emisión de la conformidad del servicio, además de los comprobantes y documentos exigibles conforme a la normativa y procedimientos internos aplicables. Esta condición deberá ser validada por el órgano encargado de las contrataciones.

XVIII. PENALIDADES

Se aplicarán las penalidades por mora y otras penalidades que correspondan, de ser el caso, conforme a la normativa de contratación pública vigente, las bases o documentos del procedimiento y la orden de servicio. El área encargada de las contrataciones deberá completar o adecuar esta cláusula antes de aprobar el TDR.

XIX. CONFIDENCIALIDAD, SEGURIDAD Y USO DE CONTENIDOS

El contratista deberá mantener reserva sobre la información institucional no pública a la que acceda. Los materiales, reportes y archivos elaborados específicamente como parte del servicio deberán entregarse a la UNAS para su uso institucional, respetando los derechos de terceros y las licencias aplicables. Al concluir el servicio, deberá devolver o dejar de utilizar los accesos concedidos y no conservar información confidencial, salvo obligación legal.

XX. COORDINACIÓN Y SUPERVISIÓN

La coordinación y seguimiento estarán a cargo de la OCEII, que podrá solicitar información sobre el avance, evidencias de publicación y estado de la inversión publicitaria durante el plazo del servicio.