Firma Digital
Firmado digitalmente por POLLERI GALDOS Rolando Mario FAU 20131369477 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 28.11.2024 17:16:28 -05:00

"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

PROGRAMA DE INNOVACIÓN, MODERNIZACIÓN TECNOLÓGICA Y EMPRENDIMIENTO

TÉRMINOS DE REFERENCIA

ESTUDIO DE RESULTADOS DE LOS ESQUEMAS PROMOCIONALES PARA EL ACCESO A LOS SERVICIOS TECNOLÓGICOS BRINDADOS A LOS CLIENTES DE LOS CITE PÚBLICOS

1. ANTECEDENTES

El Instituto Tecnológico Pesquero (ITP) fue creado en 1979 mediante el Decreto Ley Nº 22642 con la competencia de realizar las investigaciones tecnológicas para el óptimo aprovechamiento de los productos hidrobiológicos provenientes del mar, de los ríos y de los lagos y destinados al consumo humano directo. En 1981, mediante el Decreto Legislativo Nº 92, el Gobierno Promulgó la Ley del Instituto Tecnológico Pesquero (ITP), este decreto establece que la finalidad del ITP es realizar investigaciones científicas y tecnológicas relacionadas con el manipuleo, la transformación y conservación de los recursos hidrobiológicos del mar y de las aguas continentales, con miras a lograr el racional aprovechamiento integral de los mismos y la óptima calidad de los productos que se obtengan; así como colaborar a elevar el nivel nutricional de la población, mediante la elaboración de productos de alto valor nutritivo y sin que el cumplimiento de sus fines, incida o duplique las investigaciones que realicen otras instituciones similares, con las cuales mantendrá la debida y adecuada coordinación.

En 2012, mediante la Ley Nº 29951, Ley de Presupuesto del Sector Público para el Año Fiscal 2013, se cambia la denominación por Instituto Tecnológico de la Producción (ITP) para "ampliar los servicios de investigación, desarrollo, innovación, adaptación, transformación y transferencia tecnológica, así como promover en el sector productivo el consumo de recursos hidrobiológicos, productos agroindustriales y otros productos industriales de competencia del sector producción; y, efectuar su promoción y, cuando fuera necesario, la comercialización y distribución de los mismos". Asimismo, se dispuso la adscripción al ITP de los CITE de naturaleza pública.

En 2015, mediante Decreto Legislativo Nº 1228, se establece un nuevo marco normativo para los Centros de Innovación Productiva y Transferencia Tecnológica – CITE, estableciendo determinadas funciones para el ITP y su Consejo Directivo, adicionales a las establecidas mediante el Decreto Legislativo Nº 92. Actualmente, la red CITE está conformada por 18 CITE privados, 27 CITE públicos y 2 unidades técnicas que atienden a los siguientes sectores económicos o cadenas productivas: i) agroindustrial; ii) cuero y calzado; iii) pesquero y acuícola; iv) textil-camélidos; y v) madera y forestal.

En 2018, mediante Decreto Legislativo N° 1451, se realizan precisiones en la Denominación, Competencia, Funciones y Naturaleza de diversas entidades, entre ellas el ITP, modificando los artículos 1, 2 y 4 del Decreto Legislativo N° 92, Ley del Instituto Tecnológico Pesquero.

En 2020, mediante Decreto de Urgencia N° 013-2020, que promueve el Financiamiento de la MiPyME, Emprendimientos y Startups, se realizan precisiones sobre el alcance de los servicios del ITP con la finalidad de fortalecer la prestación de servicios tecnológicos en la forma de capacitación, asistencia técnica, asesoría especializada para la adopción de nuevas tecnologías, soporte productivo, investigación, desarrollo e innovación productiva y transferencia tecnológica que brinda el Estado.

El 23 de julio de 2021, se suscribió el Contrato de Préstamo N° 5287/OC-PE entre la República del Perú y el Banco Interamericano de Desarrollo para contribuir a la financiación y ejecución del Programa de Innovación, Modernización Tecnológica y Emprendimiento, cuyo objetivo general es aumentar la productividad empresarial mediante una mayor inversión privada en actividades de innovación.

Para alcanzar el objetivo general, el Programa considera los siguientes objetivos específicos:
(a) Aumentar la inversión en innovación y el desarrollo de innovaciones en empresas establecidas beneficiarias;
(b) Aumentar el financiamiento temprano para promover el crecimiento de nuevas empresas innovadoras beneficiarias;
(c) Reducir las brechas productivas de las MIPYMEs beneficiarias;
(d) Mejorar la orientación sectorial y regional de las políticas de innovación.

Para ello, el Programa cuenta con tres componentes:
- Componente 1: Incentivos a la inversión privada en innovación
- Componente 2: Financiamiento temprano para capital emprendedor
- Componente 3: Modernización tecnológica de MIPYMES

Al respecto, el Componente 3 busca cerrar brechas tecnológicas de las MIPYMES a través de acciones de oferta y demanda, para ello, el Reglamento Operativo del Programa (ROP) establece los siguientes subcomponentes:

- Subcomponente 3.1. Desarrollo del mercado de servicios de digitalización para MIPYMES.
- Subcomponente 3.2. Desarrollo de mercado de servicios de evaluación de la conformidad para MIPYMES.
- Subcomponente 3.3. Desarrollo del mercado de servicio de extensionismo tecnológico.

En el marco del Subcomponente 3.3, se encuentra prevista la actividad 3.3.2 “Proyectos para la implementación de un modelo de gestión de la red CITE basado en resultados”, a través de la implementación de un centro de coordinación optimizado por la RED CITE en el ITP para la ejecución de un nuevo modelo de gestión, *mediante el desarrollo o elaboración de servicios para para la evaluación/medición del desempeño alcanzado por las MIPYME asistidas por los CITE Públicos.*

Mediante la RESOLUCIÓN EJECUTIVA N° 153-2023-ITP-DE, de fecha 21 de setiembre del 2023, se aprobó la versión N.° 02 de la Directiva N° 002-2021-ITP/DE “Disposiciones sobre el diseño y aplicación de esquemas promocionales para el acceso a los servicios tecnológicos que brinda el Instituto Tecnológico de la Producción (ITP)”.

En dicha Directiva se señala que el Esquema Promocional “es un régimen de incentivos basado en el cofinanciamiento diferenciado con recursos ordinarios del valor de adquisición de los servicios tecnológicos que brinda el ITP consumidos por los usuarios, tomando en cuenta el principio de discriminación objetiva señalado en el numeral 7.2.6 de la Directiva “Metodología para la determinación de tarifas basada en costos del Instituto Tecnológico de la Producción – ITP” a partir de los aspectos siguientes: (i) la clasificación del servicio (clasificación funcional, por nivel de complejidad y por naturaleza de intervención), y/o (ii) atributos objetivos de la UP (UP vulnerable, historial de consumo y modalidad de consumo)”.

"El Esquema Promocional tiene por finalidad aumentar el acceso de la población objetivo del ITP a los servicios tecnológicos que brinda, así como la cobertura y efectividad de los OBS[1] dentro de su respectivo ámbito potencial de influencia, sobre la base de criterios objetivos contribuyendo a la reducción de la brecha de servicios tecnológicos, su articulación a las cadenas de valor formales, así como la mejora de la productividad y competitividad de las cadenas productivas" (Directiva DIR-002-2021-ITP/DE V-3) .

Como parte del desarrollo del sistema de evaluación, la Dirección de Seguimiento y Evaluación (DSE) ha diseñado una propuesta para evaluar los esquemas promocionales. Este esfuerzo está alineado con las funciones de la DSE, que tiene la responsabilidad de realizar evaluaciones rigurosas de los servicios brindados por los CITE públicos, asegurando el uso de metodologías científicas para la toma de decisiones basadas en evidencia. La propuesta se fundamenta en una revisión exhaustiva de las normativas vigentes y de informes técnicos relacionados con las estrategias promocionales y las MIPYMEs beneficiarias. Desde su rol estratégico, la DSE se compromete a garantizar que esta evaluación promueva la mejora continua y contribuya al desarrollo de políticas públicas orientadas a reducir las brechas tecnológicas y productivas en los sectores clave atendidos por la red CITE.

En este contexto, se tiene prevista la contratación de una firma consultora para realizar el "Estudio de resultados de los esquemas promocionales para el acceso a los servicios tecnológicos brindados a los clientes de los CITE Públicos". Este estudio, se financiará con los recursos del Convenio de Transferencia de Recursos para la "Implementación del Modelo de Gestión de la Red CITE Basado en Resultados" en el marco del Contrato de Préstamo N°5287/OC-PE, subactividad 3.3.2 ROP del Programa, busca evaluar de manera rigurosa los efectos de los esquemas promocionales sobre la población beneficiaria, así como, medir los impactos concretos en indicadores clave como el incremento en ventas, la creación de empleo, la mejora de la productividad, la competitividad y la innovación dentro de las unidades productivas atendidas. A través de este análisis, se busca no solo identificar las fortalezas y limitaciones de los esquemas actuales, sino también proponer mejoras, ajustes o cambios en los procedimientos de selección de beneficiarios, en los tipos de financiamiento ofrecidos, y en los sectores económicos priorizados por el ITP para futuras intervenciones.

De acuerdo con el Reglamento de Organización y Funciones (ROF) del ITP, la DSE tiene el mandato de realizar evaluaciones periódicas para medir los resultados e impactos de los CITE en las cadenas productivas y el tejido empresarial. Estas evaluaciones, basadas en metodologías científicas rigurosas, buscan generar evidencia sólida que sirva de base para la toma de decisiones, asegurando que los esquemas promocionales efectivamente impulsen la mejora continua y el desarrollo competitivo de las empresas beneficiarias.

2. OBJETIVO DE LA CONSULTORÍA

2.1 OBJETIVO GENERAL

Contar con los servicios de una firma consultora para llevar a cabo un estudio exhaustivo sobre los resultados de los esquemas promocionales implementados para facilitar el acceso a los servicios tecnológicos ofrecidos a los clientes de la Red CITE del ITP, utilizando un diseño

[1] Órgano del ITP a cargo de la ejecución de servicios tecnológicos

comparativo que permita medir en las unidades productivas beneficiarias, evaluando su efecto en variables clave como el incremento en ventas, la innovación, la generación de empleo, la productividad y la competitividad.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar la estructura, el diseño y la metodología aplicada en la implementación de los esquemas promocionales en la Red CITE, identificando su pertinencia y efectividad en promover el acceso a los servicios tecnológicos, así como las áreas de mejora en su aplicación.
- Evaluar los efectos de los esquemas promocionales en términos de resultados concretos en las unidades productivas beneficiarias, utilizando un diseño comparativo que permita medir su impacto en variables clave como el incremento en ventas, innovación, creación de empleo, productividad y competitividad, en comparación con unidades productivas que no recibieron dichos incentivos.
- Desarrollar recomendaciones y lineamientos de política para ajustar y optimizar los esquemas promocionales, de manera que se maximice su impacto en las unidades productivas, y se logre una mayor efectividad en el cierre de brechas tecnológicas y productivas, contribuyendo al desarrollo sostenible de las MIPYMEs atendidas por la Red CITE del ITP

- Contar con:

    - Un análisis detallado de cómo los esquemas promocionales han influido en el desempeño económico y tecnológico de las empresas beneficiadas, con énfasis en los efectos sobre ventas, empleo y productividad.

    - Estudios complementarios para caracterizar mejor a las empresas beneficiarias, y definir estrategias que optimicen la intervención y generen un mayor impacto en innovación y competitividad.

3. ACTIVIDADES A REALIZAR

A continuación, se presentan las actividades que, como mínimo, se deberán realizar para el logro de los objetivos del servicio.

	a) Plan de trabajo
a.1	El plan describirá las acciones y los hitos que la firma consultora establecerá para garantizar la correcta ejecución de las actividades objeto de la contratación. Dicho plan deberá ser aprobado por la DSE antes de su implementación y deberá incluir, como mínimo, lo siguiente: 1. **Descripción detallada de las actividades**: Especificar cada actividad que se llevará a cabo, desde la recolección de información hasta el análisis de resultados, de acuerdo con la metodología cuasi experimental 2. **Cronograma de ejecución**: Un calendario claro que establezca los plazos para cada actividad e hito, incluyendo fechas de entrega de productos intermedios y finales. 3. **Metodología**: El enfoque metodológico será de tipo cuasi experimental. Se realizará la descripción de los enfoques comparativos que se aplicarán para medir el impacto de los

	esquemas promocionales, así como las herramientas y técnicas de análisis que se emplearán para evaluar variables como ventas, productividad, innovación, empleo y competitividad. 4. **Identificación de la población beneficiaria**: Definir claramente las unidades productivas que serán parte del análisis, especificando sectores productivos, ubicación y características sociodemográficas. 5. **Indicadores de medición**: Presentar los indicadores clave que se utilizarán para medir los resultados en las unidades productivas, incluyendo la justificación de su selección y los parámetros para su evaluación. 6. **Recopilación de datos**: Plan detallado de cómo se recolectarán los datos primarios y secundarios, incluyendo encuestas, entrevistas y el uso de registros administrativos. 7. **Análisis comparativo**: Estrategias para comparar el desempeño de las unidades productivas beneficiarias antes y después de la implementación de los esquemas promocionales, o con respecto a un grupo de control. 8. **Recursos necesarios**: Descripción de los recursos humanos, materiales y tecnológicos que se requerirán para llevar a cabo el estudio. 9. **Riesgos y medidas de mitigación**: Identificación de los principales riesgos que podrían afectar el desarrollo del estudio y las estrategias previstas para mitigarlos. 10. **Resultados esperados**: Descripción de los productos y entregables que se generarán como resultado del estudio, incluyendo informes intermedios y el informe final. 11. **Plan de validación y revisión**: Mecanismos para asegurar la calidad de los datos, la consistencia del análisis y la validación de los resultados con la DSE y otras partes interesadas. El proveedor realizará una primera presentación del Plan de trabajo al equipo técnico de la DSE a los 7 días calendario contabilizados a partir del día hábil siguiente a la suscripción del contrato.
b)	**Diseño metodológico**
b.1	**Revisión Documental Preliminar** Esta etapa implicará un análisis exhaustivo de los antecedentes de los esquemas promocionales implementados en la Red CITE, con el objetivo de contextualizar la evaluación. Se revisarán los documentos clave relacionados con el diseño, implementación y resultados preliminares de los incentivos aplicados, tanto a nivel nacional como internacional. Este proceso incluirá, como mínimo, el análisis comparativo de dos estudios relevantes (1 nacional y 1 internacional) que aborden esquemas promocionales similares en el ámbito de servicios tecnológicos o de apoyo a unidades productivas, permitiendo establecer una base sólida para la evaluación propuesta.
b.2	**Definición de Métodos de Recolección Cuantitativos y Cualitativos** Se definirán métodos de recolección cuantitativos y cualitativos para evaluar los esquemas promocionales, utilizando un **enfoque metodológico mixto**. Se aplicarán **métodos cuantitativos** como encuestas para obtener datos numéricos sobre ventas y productividad, junto con **métodos cualitativos** como entrevistas para explorar las percepciones de los beneficiarios. Este **diseño comparativo** permitirá medir de manera efectiva el impacto de los esquemas en las unidades productivas beneficiarias. El proveedor realizará una segunda presentación de los avances realizados en la revisión documental, los métodos e instrumentos de recolección cualitativos y cuantitativos, a los 15 días calendario contabilizados a partir del día hábil siguiente a la suscripción del contrato.
c)	**Análisis Situacional de los Clientes de los CITE**

c.1	**Recolección y Análisis de Datos Administrativos** Uso de registros administrativos de los CITE para caracterizar a los clientes que participaron en los esquemas promocionales y aquellos que no lo hicieron. Se evaluarán variables como tamaño de la empresa, sector productivo, frecuencia de uso por tipo de servicios, y localización geográfica.
c.2	**Segmentación de Clientes** **Descripción**: A partir de la caracterización, se realizará una segmentación de los clientes en función de si recibieron o no los beneficios promocionales. Se identificarán los grupos según el tipo de unidad productiva (pymes, grandes empresas), por cada una de las 5 cadenas productivas y regiones que se muestran en el ítem e.2.
c.3	**Comparación entre Clientes que Recibieron y No Recibieron Beneficios** Análisis comparativo de las características entre ambos grupos para identificar patrones que expliquen la participación o no en los esquemas promocionales. Esto permitirá ajustar estrategias de promoción futura. El proveedor realizará una presentación de los avances realizados en los puntos a), b) y c) a los 21 días calendario contabilizados a partir del día hábil siguiente a la suscripción del contrato.
	d) Recolección de datos cuantitativos
d.1	**Diseño del Cuestionario Cuantitativo** Desarrollo del cuestionario enfocado en medir la aceptación de los clientes, la satisfacción, el alcance de la promoción y su impacto en las cadenas productivas.
d.2	**Piloto del Cuestionario Cuantitativo** Se aplicará el cuestionario a una muestra pequeña (10-15 clientes) para verificar la efectividad del cuestionario antes de la implementación completa. La muestra puede ser no aleatoria, y será propuesta por la firma consultora, y validada por la DSE.
d.3	**Recolección de Datos Cuantitativos** Aplicación del cuestionario a la muestra completa de clientes, establecida en el literal e) del presente Término de Referencia.
d.4	**Diseño de las Guías de Entrevistas y Grupos Focales** Desarrollo de guías para entrevistas en profundidad y grupos focales para recoger percepciones sobre la implementación de los esquemas promocionales, las cuales deberán ser puestas a consideración de la DSE para su aprobación antes de implementarlas.
d.5	**Recolección de Datos Cualitativos** Realización de entrevistas y grupos focales con clientes y gestores para comprender la experiencia con los esquemas promocionales. **Grupos focales:** 3 grupos en cada una de las cadenas productivas. La región o regiones serán propuestas por la firma consultora, y validadas por la DSE.
	e) Diseño Muestral
e.1	**Definición de la Población Objetivo** Identificación de la población de clientes de la RED CITE. Se segmenta la población objetivo en función de variables como el tamaño de la empresa, tipo de cadena productiva, región geográfica, y tipo de

servicios utilizados. Esta población objetivo incluye a todos los clientes del ITP del periodo 2023-2024 a nivel nacional.

e.2

Cálculo del Tamaño Muestral
Estimación del tamaño muestral con base en la población objetivo y el margen de error aceptable (5%). Se aplicará un **muestreo aleatorio estratificado** para asegurar la representatividad por sector y tamaño de la empresa.

Criterios del Diseño Muestral:

- **Muestra mínima**: Determinada por la población objetivo.
- **Margen de error**: 5%.
- **Nivel de confianza**: 95%.
- **Método de muestreo**: Estratificado por tipo de cliente y cadena productiva.
- **Número de estratos**: Determinado en función del tipo de cliente y el tipo de esquema promocional recibido.

Marco muestral: 29,029 clientes (2023-2024)

Tamaño de muestra: 384 clientes

Región	Cadena Productiva					TOTAL
	Acuícola – pesquera	Agroindustrial	Cuero y calzado	Madera-forestal	Textil-camélidos	
Arequipa		4	10		7	**21**
Cajamarca				7		**7**
Callao	6					**6**
Cusco		13			9	**22**
Huancavelica	7					**7**
Huánuco		43				**43**
Ica		35				**35**
La Libertad		29	6			**35**
Lima		13	23	13	19	**68**
Loreto	14			11		**25**
Madre de Dios		8				**8**
Moquegua	21	4				**25**

Pasco		27				**27**
Piura	11					**11**
Puno	3				11	**14**
San Martin	11					**11**
Ucayali	8			11		**19**
TOTAL	**81**	**176**	**39**	**42**	**46**	**384**

f) Análisis de Datos

f.1	**Análisis Cuantitativo** Análisis estadístico de los datos cuantitativos para evaluar la participación en los esquemas promocionales, la satisfacción, y el impacto en las cadenas productivas.
f.2	**Análisis Cualitativo** Análisis de las entrevistas y grupos focales para identificar barreras, percepciones y oportunidades de mejora.
f.3	**Triangulación de Datos Cuantitativos, Cualitativos y Registros Administrativos** Integración y comparación de los resultados de los estudios cuantitativos y cualitativos con los registros administrativos de los clientes.

g) Informe final

1. **Resumen Ejecutivo**

- **Objetivo general**: Breve descripción del objetivo del estudio.
- **Metodología**: Resumen de las técnicas empleadas para el análisis (cuantitativo, cualitativo, piloto, etc.).
- **Resultados clave**: Principales hallazgos del estudio.
- **Conclusiones**: Puntos más relevantes sobre el impacto de los esquemas promocionales.
- **Recomendaciones**: Propuestas para futuras mejoras o políticas.

2. **Introducción**

- **Contexto**: Descripción del contexto en el que se desarrolla el estudio (acceso a servicios tecnológicos, características de la RED CITE, etc.).
- **Objetivos del estudio**:
    - Objetivo general.
    - Objetivos específicos (aceptación del cliente, alcance de la promoción, impacto en cadenas productivas, etc.).

- **Importancia del estudio**: Relevancia para la política pública y mejora de servicios tecnológicos.
- **Estructura del informe**: Breve explicación de cómo está organizado el documento.

3. Marco Teórico

- **Esquemas promocionales**: Descripción de los esquemas estudiados (bono de S/ 250, descuentos, etc.).
- **Literatura relacionada**: Referencias a estudios previos o teorías relevantes.
- **Cadena productiva y servicios tecnológicos**: Relación entre la promoción de servicios y las cadenas productivas.

4. Metodología

- **Diseño del estudio**:
  - Estudios cuantitativos y cualitativos.
  - Piloto del estudio cuantitativo.
- **Diseño muestral**:
  - Descripción del tamaño de la muestra y criterios de selección.
- **Herramientas de recolección de datos**:
  - Encuestas, entrevistas, focus groups, etc.
- **Indicadores**:
  - Indicadores de aceptación del cliente, impacto en las cadenas productivas, etc.
- **Análisis de datos**:
  - Métodos utilizados para analizar la información recolectada.

5. Resultados

- **Alcance y aceptación de los esquemas promocionales**:
  - Resultados sobre el nivel de aceptación por parte de los usuarios.
  - Datos sobre la cobertura de la promoción.
- **Impacto en las cadenas productivas**:
  - Análisis del efecto de los esquemas en la competitividad y productividad.
- **Efectividad de los incentivos**:
  - Resultados del impacto de los bonos y descuentos en el uso de servicios tecnológicos.
- **Evaluación del marco de implementación**:
  - Eficacia del proceso de implementación de los esquemas.

6. Discusión

- **Interpretación de los resultados**:
  - Comparación de los resultados con los objetivos planteados.
- **Fortalezas y limitaciones del estudio**:
  - Aspectos positivos y limitantes del enfoque metodológico y los datos obtenidos.
- **Lecciones aprendidas**:
  - Reflexión sobre los desafíos y oportunidades identificados en el estudio.

7. Conclusiones

- **Conclusiones generales**: Recapitulación de los principales hallazgos del estudio.
- **Propuestas de mejoras**: Sugerencias para el futuro, basadas en los datos recolectados.

8. Recomendaciones

- **Mejoras en los esquemas promocionales**:
  - Propuestas específicas para optimizar los bonos, descuentos y demás incentivos.
- **Lineamientos para futuras promociones**:
  - Propuestas de políticas para futuras campañas de promoción.
- **Medidas para mejorar la competitividad de las cadenas productivas**:
  - Estrategias para mejorar el impacto de los esquemas en las cadenas productivas.
- **Implicaciones para políticas públicas**: Recomendaciones sobre cómo mejorar los esquemas promocionales, respecto a los objetivos del instrumento y según los hallazgos identificados

9. Referencias

- Lista de todas las fuentes citadas en el informe.

10. Anexos

- Cuestionarios, tablas adicionales, gráficos, u otros materiales complementarios.

4. PLAZO DE EJECUCIÓN Y PRODUCTOS A OBTENER

La firma consultora deberá presentar (04) entregables hasta 180 días calendario que se contabilizan a partir del día siguiente a la suscripción del contrato, según el siguiente detalle:

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN
Producto 1	*Informe que contenga el desarrollo de las actividades a), b) y c), detalladas en el numeral 3 del presente Término de referencia*

Producto 2	*Informe que contenga el desarrollo de las actividades del punto d) y e), detalladas en el numeral 3 del presente Término de referencia*
Producto 3	*Informe que contenga el desarrollo de las actividades del punto f) detalladas en el numeral 3 del presente Término de referencia*
Producto 4	*Informe que contenga el desarrollo de las actividades del punto g) detalladas en el numeral 3 del presente Término de referencia*

5. PERFIL DE LA FIRMA CONSULTORA

La firma consultora debe acreditar el cumplimiento de los siguientes requisitos :

5.1 Experiencia General:

- Experiencia mínima de cinco (05) años brindando servicios al sector público o privado, desde la fecha de inscripción en Registros Públicos o su equivalente a nivel internacional, incluidas aquéllas que pueden ser consideradas como parte de la experiencia específica.

5.2 Experiencia Específica:

- Experiencia mínima de dos (02) servicios y/o contrato de consultoría culminados. relacionadas con levantamiento de información, evaluaciones o levantamiento de información de campo para estudios de mercado o planes de negocios o evaluaciones de programas o proyectos de desarrollo o empresas privadas o a fines, desde la fecha de inscripción en Registros Públicos o su equivalente a nivel internacional durante los últimos 5 años.

5.3 Personal Clave:

La Firma consultora debe acreditar que cuenta con el personal clave necesario para ejecutar el servicio, para lo cual la consultora debe presentar profesionales con el siguiente perfil de requisitos mínimos:

Un (01) Jefe de Proyecto

- Formación académica:
  - Bachiller de las áreas de ciencias sociales o ciencias económicas, ingenierías o afines
  - Estudios culminados de maestría en las áreas de economía o ciencias sociales o gerencia pública o desarrollo social o gestión de la innovación o monitoreo y/o evaluación o afines.
- Experiencia requerida:
  - Experiencia laboral mínima de cinco (05) años en investigación aplicada relacionada con temas de economía, innovación, desarrollo productivo, desarrollo social, seguimiento y evaluación de programas o proyectos sociales.

Un (01) supervisor de campo

- Formación académica:
  - Bachiller en economía, ingeniería económica, administrador, ciencias sociales o afines.
  - Estudios culminados de especialización en supervisión y/o monitoreo de proyectos (Mínimo de 120 horas académicas)
- Experiencia requerida:
  - Experiencia laboral mínima de cuatro (04) años en el sector público o privado.
  - Experiencia laboral específica de dos (02) años, en actividades de evaluación y/o monitoreo y/o investigación.
  - Acreditar su participación en al menos dos (02) proyectos en investigación aplicada relacionada con temas de economía o innovación o desarrollo productivo o desarrollo social, en los últimos 4 años.

Especialista en investigación

- Formación académica:
  - Bachiller en ciencias sociales, ciencias humanas o afines.
  - Curso culminado en investigación
- Experiencia requerida:
  - Experiencia laboral mínima de cinco (5) años en el sector público o privado.
  - Experiencia laboral específica de dos (02) años, en actividades de evaluación y/o monitoreo y/o investigación.
  - Acreditar su participación en al menos un (01) proyecto en investigación aplicada relacionada con temas de economía o innovación o desarrollo productivo o desarrollo social

Personal de campo y/o soporte (personal no clave)

El número de integrantes del personal de campo lo definirá la empresa consultora según su evaluación de los requisitos del trabajo.

- Formación académica:
  - Egresado o estudiante de los últimos ciclos de universidad o instituto tecnológico en las carreras de economía, ciencias sociales, ingeniería, estadística o afines.
- Experiencia requerida:
  - Contar con al menos seis (06) meses de experiencia como empadronador o encuestador en censos o encuestas en temas productivos o socioeconómicos o promocionales.

Nota:

En caso de las firmas extranjeras y/o consorcios que incluyan firmas extranjeras deberán de considerar que al menos una de las personas del equipo clave deberá tener residencia o asegurar su permanencia en el Perú por lo menos durante el 50% del plazo del servicio, y realice los trabajos de campo / actividades de campo.

6. PLAZO DE EJECUCIÓN Y FORMA DE PAGO DE LA CONSULTORÍA

6.1 Plazo de Ejecución

El servicio será ejecutado en un periodo de hasta ciento ochenta (180) días calendario, contados a partir del día siguiente hábil de suscrito el contrato.

6.2 Forma de pago:

El pago de la contraprestación, a favor de la Firma Consultora, es en pagos parciales de cuatro (04) armadas; cada pago se realizará de acuerdo a la presentación de los productos, conforme a lo establecido en el numeral 4), a la presentación del producto y del comprobante de pago correspondiente a cargo del consultor, previa conformidad emitida por parte del Director de Seguimiento y Evaluación, en su calidad de área usuaria, de acuerdo al siguiente detalle:

Nº Pago	***Producto***	***Porcentaje monto contrato*** ***%***	***Plazos***
1° pago	*Producto 1*	*10%*	*Hasta los 30 días calendario, contados a partir de la entrada en vigor del contrato.*
2° pago	*Producto 2*	30%	*Hasta los 70 días calendario, contados a partir de la entrada en vigor del contrato.*
3° pago	*Producto 3*	30%	*Hasta los 150 días calendario, contados a partir de la entrada en vigor del contrato.*
4° pago	*Producto 4*	30%	*Hasta los 180 días calendario, contados a partir de la entrada en vigor del contrato.*
Total		***100%***	

7. LUGAR Y FORMA DE ENTREGA DE LOS PRODUCTOS

Los entregables serán presentados para opinión técnica a la Dirección de Seguimiento y Evaluación (DSE), en un (01) original y en versión digital editable (formato DOCX o PPTX de acuerdo con la naturaleza del documento, y su respectiva versión en PDF, visado en todas sus hojas) al correo mesadepartesitp@itp.gob.pe. La DSE deberá comprobar el cumplimiento de lo estipulado en el presente documento para emitir su opinión técnica.

8. SUPERVISIÓN Y COORDINACIÓN

La supervisión y coordinación de la consultoría estará a cargo de la Dirección de Seguimiento y Evaluación (DSE) del ITP, la que deberá emitir opinión técnica de los entregables que la firma consultora presente.

9. CONFORMIDAD DE LOS PRODUCTOS DE LA CONSULTORÍA

La conformidad del servicio será emitida por el Director de Seguimiento y Evaluación, la cual deberá comprobar el cumplimiento de lo estipulado en el presente documento.

La Dirección de Seguimiento y Evaluación dispondrá de cinco (5) días calendario para brindar conformidad o efectuar observaciones a los productos, contados a partir del día siguiente hábil de recibido el producto por mesa de partes virtual del ITP.

La firma consultora dispondrá de cinco (5) días calendario para levantar dichas observaciones, contados a partir del día siguiente hábil de recibida la comunicación electrónica por parte del contratante. Sólo se podrá realizar dos observaciones a cada producto, si las observaciones persisten se aplicará una penalidad.

El cálculo de la aplicación de las penalidades se realizará según lo indicado en el numeral "Penalidades" del presente documento.

10. SEGUROS

La firma consultora será responsable de contratar como mínimo los siguientes seguros:

(a) Póliza de Responsabilidad Civil / Cobertura: Responsabilidad Civil, por el valor del contrato

(b) Seguros de Salud y Seguros de Vida del Personal Clave.

Dichos seguros deberán mantener vigencia desde el inicio hasta la finalización de la consultoría; estando eximido el Contratante de cualquier responsabilidad en caso de accidentes, daños, mutilaciones o muerte que pudieran ocurrir durante el desarrollo de la consultoría. Estos riesgos deberán ser cubiertos íntegramente por las pólizas de seguros pertinentes que el consultor deberá contratar.

Asimismo, la firma consultora está obligada a implementar a todo costo, durante toda la ejecución de la contratación, los protocolos sanitarios vigentes que le correspondan.

11. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

I. Confidencialidad

Se deberá mantener en forma reservada toda la información suministrada por el ITP o los CITE. Asimismo, el consultor se compromete a no divulgar las actividades materia de la presente consultoría. Esta obligación permanecerá vigente no obstante el vencimiento o la terminación del servicio prestado.

II. Propiedad intelectual

La firma consultora acepta expresamente que los derechos patrimoniales y conexos de propiedad intelectual sobre los productos y documentación generada que se entreguen al amparo de la presente consultoría corresponden únicamente al ITP, con exclusividad y a todos los efectos. Siendo responsable el consultor de mantener la confidencialidad de la información frente a sí y ante terceros.

III. Vicios ocultos

La conformidad del servicio por parte del ITP no enerva su derecho a reclamar posteriormente por defectos o vicios ocultos. El plazo máximo de responsabilidad de la firma consultora es de un (01) año contado a partir de la conformidad otorgada por el ITP.

9. ANTICORRUPCIÓN

Los participantes se obligan a conducirse en todo momento, durante la postulación al concurso, con honestidad, probidad, veracidad e integridad y de no cometer actos ilegales o de corrupción, directa o indirectamente o a través de sus socios, accionistas, participantes, integrantes de los órganos de administración, apoderados, representantes legales, funcionarios, asesores y personas vinculadas.

Además, los participantes se comprometen a i) comunicar a las autoridades competentes, de manera directa y oportuna, cualquier acto o conducta ilícita o corrupta de la que tuviera conocimiento; y ii) adoptar medidas técnicas, organizativas y/o de personal apropiadas para evitar los referidos actos o prácticas.

10. PENALIDADES

Supuestos de aplicación de penalidad	Forma de cálculo	Indicaciones
En caso de retraso injustificado en la ejecución de las prestaciones objeto del presente contrato, se aplicará al consultor una penalidad por cada día calendario de atraso.	Penalidad = penalidad diaria x cantidad de días de retraso Penalidad diaria = $\frac{0.10 \times \text{monto}}{F \times \text{plazo en días}}$ Donde: F = Factor de 0.40 para plazos menores o iguales a sesenta (60) días, para bienes, servicios en general, consultorías y ejecución de obras F = Factor de 0.25 para plazos mayores a sesenta (60) días, para bienes, servicios en general y consultorías:	La cantidad de días de retraso, se considerará desde el día siguiente de la fecha en que el consultor debió presentar el producto, hasta la fecha de presentación del producto. Si el día de entrega del producto establecido en el presente TdR, coincide con un día no laborable, se correrá la fecha de entrega hasta el siguiente primer día hábil, sin que sea sujeto de penalidad.
En caso el consultor no subsane las observaciones en el plazo establecido, el producto será considerado como no presentado y se aplicará penalidad por cada día calendario de atraso.		La cantidad de días de retraso, se considerará desde el día siguiente calendario de la fecha en que el consultor debió presentar el producto con las observaciones subsanadas, hasta la fecha de presentación de la subsanación.
En caso se presenten más de dos (2) observaciones por producto sin obtener conformidad.		La cantidad de días de retraso, se considerará desde el octavo día de presentado el levantamiento de la segunda observación hasta la fecha de presentación de la última subsanación de observaciones.

Tanto el monto como el plazo se refieren, según corresponda, al monto vigente del contrato o ítem que debió ejecutarse o, en caso de que estos involucraran obligaciones de ejecución periódica o entregas parciales, a la prestación individual que fuera materia de retraso.

Las penalidades en su conjunto serán aplicadas hasta por un monto máximo equivalente al diez por ciento (10%) del monto contractual. Cuando se alcance el monto máximo de penalidad, la entidad contratante podrá resolver el contrato por incumplimiento.

Las penalidades establecidas en la presente cláusula se aplicarán sin perjuicio de la obligación del consultor de responder por los daños y perjuicios que pudieran derivarse de su incumplimiento o de las demás sanciones que pudieran corresponder.

Las penalidades se aplicarán de los pagos pendientes previa comunicación.

ESTRUCTURA DE COSTOS PARA EL ESTUDIO DE RESULTADOS DE LOS ESQUEMAS PROMOCIONALES PARA EL ACCESO A LOS SERVICIOS TECNOLÓGICOS BRINDADOS A LOS CLIENTES DE LA RED CITE
(S/)

Concepto	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Jefe de Proyecto	Mes	6	7,000.00	42,000.00
Supervisor de campo	Mes	6	6,000.00	36,000.00
Especialista en investigación	Mes	6	5,500.00	33,000.00
Personal de campo	Global	1	15,000.00	15,000.00
Gastos de campo				-
- Recolección datos	Global	1	20,000.00	20,000.00
Gastos administrativos	Mes	6	1,300.00	7,800.00
Utilidad				15,380.00
Sub Total				**169,180.00**
IGV (18%)				30,452.40
Total				**199,632.40**