

ELABORACIÓN DEL PERFIL DEL BENEFICIARIO POTENCIAL DE INNÓVATE PERÚ EN REGIONES

I. Antecedentes

El Programa Nacional de Innovación para la Competitividad y Productividad (Innóvate Perú) del Ministerio de la Producción es una iniciativa del Gobierno Peruano que busca mejorar los niveles de competitividad y productividad del país a través del impulso y consolidación de la innovación entre los actores del ecosistema de la innovación y emprendimiento. Específicamente, tiene como objetivos incrementar la innovación en los procesos productivos empresariales, e impulsar el emprendimiento innovador y facilitar la absorción y adaptación de tecnologías para las empresas.

Para lograr sus objetivos, Innóvate Perú diseña concursos de adjudicación de fondos que cofinancian proyectos empresariales de innovación y proyectos de soporte al ecosistema, los que se seleccionan según su mérito técnico e innovador y que son monitoreados según ciertos hitos acordados.

Los beneficiarios del Programa son los actores del sistema nacional de innovación empresarial, en los que el foco principal son las empresas formales de todos los sectores económicos (el foco secundario son las entidades que apoyan a las empresas a realizar innovación) y de todos los tamaños, que cuenten con potencial de innovar en sus productos, procesos, organizaciones o métodos de comercialización. Para el presente estudio, en términos de tamaño de empresa, el foco será la mediana, pequeña y micro empresa, según los instrumentos que gestionará el Programa en los siguientes años.

El Programa cuenta con una trayectoria exitosa de diez años en los que ha apoyado a más de 2,000 proyectos dirigidos al ecosistema innovador y manejado hasta cuatro fondos de innovación en simultáneo. Sobre la base de estos antecedentes positivos, el Banco Interamericano decidió emprender una tercera operación de crédito para el financiamiento de nuevos proyectos con el Programa.

En este contexto de este lanzamiento, se busca aumentar el alcance del Programa a nivel nacional a empresas potencialmente innovadoras al cual éste aún no haya llegado, así como mejorar la propuesta de instrumentos y las plataformas de soporte comunicacional según los perfiles y requerimientos de cada tipo de beneficiario para reforzar el accionar de Innóvate Perú e incrementar su nivel de impacto. De esta forma, se requiere contar con el diagnóstico situacional de los perfiles de los beneficiarios potenciales para poder ofrecer un portafolio de concursos que responda mejor a sus necesidades, así como orientar la estrategia de canales y de comunicación del Programa.



II. Objetivos

1. General

Llevar a cabo un estudio cualitativo exploratorio y un estudio cuantitativo de base que proporcionen información relevante para determinar el perfil de los beneficiarios potenciales¹. La investigación se centrará en las regiones de Junín (Centro), La Libertad (Norte), San Martín (Selva), Loreto (Selva) y Cusco (Sur).

2. Específicos

- Determinar el nivel de conocimiento y de aplicación de conceptos y herramientas generales de innovación empresarial, así como de capacidades para la gestión de innovación en los beneficiarios potenciales del Programa.
- Determinar el nivel de conocimiento, la percepción del Programa y el nivel de adecuación de sus instrumentos entre los públicos objetivos designados entre beneficiarios potenciales del Programa.
- Contar con información actualizada de los segmentos objetivos sobre las necesidades, hábitos, nivel de capacidades, limitantes y preferencias de los beneficiarios potenciales (con énfasis en los encargados de tomar decisiones en proyectos de innovación) en relación con el desarrollo de proyectos de innovación productiva y emprendimiento innovador.
- Determinar perfiles de beneficiarios potenciales en regiones sobre la base de los criterios anteriores.
- Determinar los medios de información y los eventos/ferias preferidos de los públicos objetivos designados en temas de innovación empresarial, así como estilos de comunicación preferidos.



III. Actividades

Para alcanzar los objetivos enunciados en la sección II y poder entregar los productos indicados en la sección V, la consultoría deberá realizar las siguientes actividades:

- Presentar un Plan de Trabajo detallado de las actividades que se deben desarrollar para el cumplimiento del servicio, incluyendo cronograma y designación de responsables de las diferentes actividades (en el caso de participar en consorcio, se deberá detallar la participación de cada integrante).
- Llevar a cabo la reunión de inicio con los funcionarios de Innóvate Perú que permita recolectar la información de la estrategia del Programa y profundizar en el entendimiento de los instrumentos. En esta reunión se presentará el Plan de Trabajo y se ajustará a una versión final.
- Llevar a cabo un estudio cualitativo (vía entrevistas en profundidad) con el objetivo de explorar los conceptos detallados en el Anexo 01 de los presentes Términos de Referencia. El estudio deberá culminar en un Informe de Trabajo que recoja sus principales conclusiones.
- Sobre la base del estudio del punto anterior, conducir un estudio cuantitativo de mercado que permita recoger la información necesaria para la creación de perfiles de beneficiarios, la delimitación de segmentos y la generación de mapas perceptuales; así como la medición general de imagen del Programa y de sus

¹ Ver criterios de filtro en el Anexo 1 de los presentes términos de referencia.

instrumentos, tanto como la percepción de los beneficiarios potenciales sobre la innovación en el ámbito empresarial y productivo. Las especificaciones del mismo se encuentran en el Anexo 02 de los presentes Términos de Referencia.

- Realizar una mesa de trabajo con los directores regionales de producción adscritos a los gobiernos regionales, la que se puede realizar de manera presencial o virtual.
- Este estudio deberá concluir en un Informe Final con las principales conclusiones y recomendaciones para Innóvate Perú.
- En caso hubiera observaciones en cualquiera de los estudios, subsanar las mismas dentro de un periodo acordado entre la empresa consultora e Innóvate Perú.
- Realizar una presentación final del estudio ante funcionarios de Innóvate Perú.

El trabajo será supervisado por la Unidad de Planeamiento y Evaluación de la Gestión de Innóvate Perú, quien será responsable de coordinar con las demás Unidades para el logro efectivo del trabajo.

IV. Calificaciones de la empresa consultora

- Persona jurídica con experiencia mínima de cinco (05) años realizando estudios de investigación de mercado cualitativos y cuantitativos de alcance nacional a público empresarial en todo tamaño de empresa (con énfasis en MYPEs). La experiencia será acreditada en la propuesta técnica mediante la presentación de copia simple de contratos con su respectiva conformidad o constancias o certificados o cualquier otro documento que, de manera fehaciente, acredite la experiencia requerida en dichos servicios.
- El proveedor deberá pertenecer a una asociación (nacional o internacional) de empresas de investigación de mercado sustentado en la propuesta técnica con copia simple del certificado que acredite que el postor pertenece a dicha asociación.
- Deberá sustentar que cuenta con la capacidad logística para conducir estudios en empresas en las regiones del ámbito señalado en estos Términos de Referencia mediante la descripción de las capacidades del equipo humano asignado a las regiones del estudio, así como las capacidades de reclutamiento de entrevistados y encuestados en las regiones mencionadas.
- Deberá asignar a la elaboración de los estudios a un Director de Proyectos o similar que cumpla con las siguientes condiciones:
 - Profesional en Administración de Empresas, Marketing, Economía, Ingeniería Industrial, Estadística o Psicología de preferencia con estudios de posgrado en Administración de Empresas, Marketing o Psicología del Consumidor.
 - Cinco (05) años de experiencia en investigación de mercados que incluyan la elaboración de estudios dirigidos a público empresarial (como mínimo 5 estudios cualitativos y 3 estudios cuantitativos). La participación en estos estudios se acreditará mediante copia simple de constancias o certificados ya sea directamente expedidos por los clientes de los estudios o por la firma consultora para la que laboró el profesional durante la elaboración de los mismos.



V. Productos esperados

El servicio comprenderá los siguientes productos:

Producto	Actividad
Producto 1	Plan de trabajo, que deberá contener como mínimo la metodología de trabajo, las actividades a realizar y el cronograma de su realización, señalando hitos de logros y asignación de responsabilidades.
Producto 2	Informe de Trabajo del Estudio Cualitativo que recoja las principales conclusiones sobre la base de lo solicitado en el Anexo 1 de los presentes Términos de Referencia.
Producto 3	Bases y Tablas del Estudio Cuantitativo. Las bases deberán ser proporcionadas en un formato que permita trabajar con software de procesamiento estadístico estándar (Minitab, SPSS), mientras que las tablas deberán ser entregadas en físico y en formato Excel.
Producto 4	Informe Final del Proyecto que incluya las principales conclusiones y recomendaciones de ambos estudios (cualitativo y cuantitativo) en términos de los objetivos de la consultoría. Debe incluir los perfiles de beneficiarios caracterizados según variables empresariales.



VI. Monto y plazo de ejecución

El monto total de la consultoría asciende a US\$ 100,000.00 (cien mil y 00/100 Dólares Americanos) a todo costo, incluido los impuestos de Ley, costos y gastos del consultor, pasajes y viáticos. Los pagos se efectuarán sobre la base de la aprobación de los productos.

La duración del servicio debe ser como máximo 180 días calendarios, según se detalla en el cuadro siguiente:

Pago	Producto	Porcentajes	Monto Total USD	Plazos (días calendario)
1	Producto 1	5%	5,000	Debe presentarse como máximo a los diez (10) días calendarios de iniciada la consultoría. Este tiempo incluye las revisiones, hasta la conformidad al Producto 1.
2	Producto 2	25%	25,000	Debe presentarse como máximo a cincuenta y cinco (55) días calendario, desde la conformidad

				al Producto 1. Este tiempo incluye las revisiones, hasta la conformidad al Producto 2.
3	Producto 3	40%	40,000	Debe presentarse como máximo a los sesenta (60) días calendario, desde la conformidad al Producto 2. Este tiempo incluye las revisiones, hasta conformidad al Producto 3.
3	Producto 4	30%	30,000	A presentarse como máximo a los cincuenta y cinco (55) días calendario, desde la conformidad al Producto 3. Este tiempo incluye las revisiones (veinte días calendarios), hasta conformidad al Producto 4.

VII. Conformidad

Para proceder al pago de la última armada, Innóvate Perú deberá contar con la No Objeción del BID al informe final (último entregable del Producto 4).

La conformidad al estudio será entregada por la Unidad de Desarrollo y Gestión del Conocimiento, previa comprobación del cumplimiento de lo estipulado en el numeral V.



ANEXO 1: FILTRO PARA DETERMINAR LA POBLACIÓN OBJETIVO PARA LOS ESTUDIOS (EMPRESAS POTENCIALMENTE INNOVADORAS, BENEFICIARIOS POTENCIALES DE INNOVATE PERÚ)

- Tamaños de empresas aplicables (por nivel de ventas registrado el año anterior):
 - Microempresas (con ventas hasta las 150 UIT)
 - Pequeñas Empresas (ventas que superan las 150 UIT pero son menores de 1,700 UIT)
 - Medianas Empresas (ventas que superan las 1,700 UIT pero son menores de 2,300 UIT).
- Formales.
- Que lleven funcionando como mínimo un año continuo.
- Sectores económicos aplicables:

Primera Prioridad:

Sector Económico	Especificación
Manufactura	Cualquier subactividad dentro del rubro
Servicios	Información y comunicaciones; servicios profesionales, técnicos y de apoyo empresarial; industrias creativas; servicios de salud
Comercio	Comercio mayorista (medianas empresas)

Segunda Prioridad:

- Agricultura, silvicultura, ganadería, pesca (en pequeñas y medianas empresas)
- Explotación de minas y canteras (en pequeñas y medianas empresas)
- Electricidad, gas y agua
- Comercio: Reparación de vehículos y motocicletas (medianas empresas)
- Servicios: Transporte y almacenamiento, actividades de enseñanza; actividades de agencias de viajes o de operadores turísticos (medianas empresas).

- Que hayan tenido interés² de realizar alguna innovación (de producto, proceso, organización o de comercialización) en su empresa en los últimos tres años³.

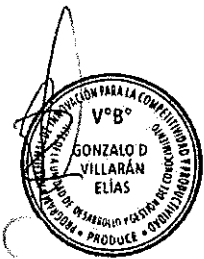
² Debe haber existido el interés. No necesariamente se debe haber llevado a cabo la innovación en la empresa.

³ En el caso la empresa a la que se aplique el filtro no haya tenido interés, la empresa encargada de la realización del estudio deberá registrar la razón. Estos registros formarán parte de una base de datos aparte que también deberá ser entregada como parte del estudio. Esta base de datos deberá contener adicionalmente como mínimo el RUC y la razón social de las empresas que no hayan manifestado interés en innovar.



ANEXO 2: INFORMACIÓN SOLICITADA – ESTUDIO CUALITATIVO EXPLORATORIO⁴

- Comprensión de conceptos de innovación empresarial y de emprendimiento.
- Percepciones generales sobre la innovación productiva y sobre el emprendimiento de oportunidad en el Perú.
- Motivaciones para innovar.
- Hábitos de innovación productiva en la empresa.
- Resultados de proyectos de innovación en la empresa.
- Conocimiento y uso de técnicas de gestión de innovación en la empresa.
- Capacidades de innovación productiva (de la empresa y del líder gerencial).
- Barreras percibidas al desarrollo de la innovación.
- Beneficios percibidos y efectivos de la innovación (en caso haya sido aplicada en su empresa).
- Conocimiento de apoyos a la innovación por parte del Estado.
- Recordación e imagen de Innóvate Perú (sondear por nombres previos de la institución) y de sus instrumentos.
- Expectativas de atributos en una institución que financie proyectos de innovación y emprendimiento.
- (Para los que saben de la existencia de fondos de financiamiento de proyectos de innovación) Barreras percibidas para acceder a concursos de fondos de financiamiento de proyectos de innovación y emprendimiento.



⁴ En el transcurso del desarrollo del estudio podrían agregarse otros aspectos de exploración.

ANEXO 2: CARACTERÍSTICAS DEL ESTUDIO CUANTITATIVO

TIPO DE ESTUDIO:	Cuantitativo																																				
TÍTULO:	Estudio de Caracterización de Beneficiarios Potenciales para Innóvate Perú																																				
ÁMBITO GEOGRÁFICO:	Nivel Nacional																																				
METODOLOGÍA:	Encuestas con cuestionario estructurado, el cual será elaborado sobre la base de las conclusiones del estudio cualitativo previo.																																				
MARGEN DE ERROR ESPERADO MÁXIMO	±7.0%, 95% de confianza.																																				
GRUPO OBJETIVO:	<p>Tomadores de decisión en relación con inversiones en proyectos de innovación, mejora de procesos o mejora de la calidad en empresas a nivel nacional en empresas potencialmente innovadoras⁵.</p> <p>Universo de investigación: Empresas Potencialmente Innovadoras</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Macrorregión</th> <th>Micro</th> <th>Pequeña</th> <th>Mediana</th> <th>Grande</th> <th>Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Lima</td> <td>80,088</td> <td>34,014</td> <td>1,759</td> <td>6,566</td> <td>122,427</td> </tr> <tr> <td>Centro</td> <td>17,323</td> <td>3,683</td> <td>115</td> <td>246</td> <td>21,367</td> </tr> <tr> <td>Selva</td> <td>12,028</td> <td>3,384</td> <td>135</td> <td>344</td> <td>15,891</td> </tr> <tr> <td>Sur</td> <td>34,695</td> <td>7,804</td> <td>258</td> <td>756</td> <td>43,513</td> </tr> <tr> <td>Norte</td> <td>23,789</td> <td>6,982</td> <td>234</td> <td>685</td> <td>31,690</td> </tr> </tbody> </table> <p>Fuente: Produce</p> <p>Se requiere representatividad en el nivel de macrorregión (Centro, Selva, Sur y Norte, según las cuatro regiones del país seleccionadas para el estudio). En el caso de Selva, se deberá incluir dentro de la muestra 30 casos de Loreto como mínimo (el restante estará compuesto por los casos de San Martín), los cuales deberán tener visibilidad en las tablas y bases entregadas como parte del estudio.</p>	Macrorregión	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total	Lima	80,088	34,014	1,759	6,566	122,427	Centro	17,323	3,683	115	246	21,367	Selva	12,028	3,384	135	344	15,891	Sur	34,695	7,804	258	756	43,513	Norte	23,789	6,982	234	685	31,690
Macrorregión	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total																																
Lima	80,088	34,014	1,759	6,566	122,427																																
Centro	17,323	3,683	115	246	21,367																																
Selva	12,028	3,384	135	344	15,891																																
Sur	34,695	7,804	258	756	43,513																																
Norte	23,789	6,982	234	685	31,690																																

La propuesta de la empresa que ejecute el servicio deberá incluir necesariamente el detalle sobre el marco muestral por emplear, el método de muestreo y el tamaño muestral sobre la base de los segmentos planteados en la sección de grupo objetivo.



⁵ Según la definición provista por la Dirección General de Políticas y Regulación del Ministerio de la Producción.