

Términos de Referencia
Contratación del servicio de realización de diagnóstico sobre
el estado de la cultura de la innovación

1. ANTECEDENTES

El Programa Nacional de Innovación para la Competitividad y Productividad (Innovate Perú) del Ministerio de la Producción (PRODUCE) busca incrementar la competitividad y productividad empresarial, mediante el impulso y consolidación de la innovación entre los actores del ecosistema de innovación nacional –empresas, emprendedores y entidades de soporte-, facilitando la interrelación entre estos.

Para el logro de sus objetivos, el Programa Innovate Perú diseña e implementa concursos de adjudicación de fondos para el cofinanciamiento no reembolsable de proyectos de I+D+i+e en todos los sectores de la actividad productiva. A lo largo de diez años de trayectoria, Innovate Perú ha apoyado a más de tres mil proyectos y manejado hasta cuatro fondos para la innovación en simultáneo. A fin de darle continuidad al trabajo realizado, en el 2016 se firmó el Contrato Préstamo N° 3700/OC-PE entre la República del Perú y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) para contribuir a la financiación y ejecución del proyecto de inversión pública (PIP) “Mejoramiento de los Niveles de Innovación Productiva a Nivel Nacional”.

El principal objetivo de este PIP es contribuir al crecimiento de la productividad empresarial a través de un aumento de los niveles de innovación, mediante dos componentes de intervención: 1. mejora de las capacidades empresariales para la innovación; y 2. mejora del entorno para la innovación. Este último componente contempla además los subcomponentes 2.1 “Fortalecimiento de la Institucionalidad de Actores Públicos del Ecosistema”; 2.2. “Capital Humano”; y 2.3 “Cultura para la Innovación”. El objetivo del subcomponente 2.3 “Cultura para la Innovación” es lograr mejorar la percepción sobre la importancia de la innovación en el país, para lo cual se contempla la realización de estudios de diagnóstico del estado de la cultura de la innovación; la elaboración de estrategias para la promoción e incremento de la toma de conciencia sobre su importancia; y la medición de la efectividad de dichas estrategias.

En ese sentido, los presentes términos de referencia tienen por objeto la contratación de un servicio de consultoría para la formulación y aplicación de entrevistas y encuestas dirigidas al sector industria y servicios, a fin de levantar información sobre las percepciones, motivaciones, valoraciones, expectativas y comportamientos de las empresas en relación a la innovación. Para la realización del estudio, se propone utilizar el enfoque de la economía del comportamiento¹, ya que este pone especial atención en la identificación de sesgos o percepciones de los agentes económicos.

Aunque la innovación en el Perú ha cobrado importancia en los últimos años, diversos índices globales muestran que nuestro país sigue aún rezagado en las clasificaciones mundiales de innovación. De acuerdo con el *Índice Global de Innovación* (Cornell University, INSEAD & WIPO, p. 38), en el 2018 el Perú se ubicó en el puesto número 71 de un total de 128 países, descendiendo una posición con respecto al año anterior, aún por debajo de otros países de la

¹ Ver Anexo 1

región como Chile (47), Costa Rica (54) y México (56). En el caso del *Índice de Competitividad Global*, el Perú ocupó el puesto 72 de un total de 137 para el periodo 2017-2018, lo que revela una significativa pérdida de competitividad, si consideramos que en el periodo 2016-2017 se ubicaba en el puesto 67 (WEF, 2018, p.13).

Según la *Encuesta Nacional de Innovación de la Industria Manufacturera 2015* (en adelante, ENIIM), el 61,2% de las empresas manufactureras peruanas realizaron alguna actividad de innovación entre 2012 y 2014, siendo la adquisición de bienes de capital (72.3%) la más recurrente, y menos recurrentes las actividades de Investigación y Desarrollo (I+D) interna (31.8%) y de I+D externa (8,8%) (INEI, 2017, p. 11). La percepción de que la innovación supone un costo demasiado elevado y riesgos económicos “excesivos”, así como la falta de fondos en la empresa –o grupo de empresas- serían algunos de los principales obstáculos a la innovación (INEI, 2017, pp. 63-65).

No obstante, siendo la falta de fondos una de las principales dificultades que enfrentan las empresas al momento de innovar, sólo el 4% declaró haber recurrido a fondos públicos de apoyo a la innovación. Si bien el 50,8% de las empresas innovativas señalaron conocer los programas y servicios públicos de apoyo a la innovación, sólo el 24,9% manifestó haber postulado a los mismos. El 75,1% restante indicó que no postularon a dichos programas y servicios porque estos no se adaptan a las necesidades de su actividad y también debido a las dificultades burocráticas que deben enfrentar durante el proceso de postulación (INEI, pp. 35 y 40).

Aunque la ENIIM ofrece información relevante sobre los procesos de innovación en el país, se hace necesario profundizar en las motivaciones, percepciones y/o actitudes de las empresas frente a la innovación. Esto último cobra mayor importancia si se considera que, a la fecha, no se han realizado estudios que permitan determinar el estado de la cultura de la innovación en las empresas peruanas, ni cuáles son las principales barreras mentales y/o conductuales que inhiben su desarrollo. También se requiere más información en relación a las expectativas de las empresas con respecto a los instrumentos públicos de apoyo a la innovación como los ofrecidos por el Programa Innóvate Perú, a fin de mejorarlos y adaptarlos a sus necesidades.

En el ámbito empresarial, la cultura de la innovación implica la inclusión de los valores de la flexibilidad, comunicación, colaboración, entre otros, como pilares de la cultura organizacional, incentivando y desarrollando las condiciones, habilidades y destrezas para su desarrollo. Si bien existen diversos índices mundiales que consideran distintos aspectos para medir el nivel de innovación en las empresas, la literatura coincide en que la cultura organizacional es un elemento clave para impulsar -o frenar- las actividades de innovación y la creatividad empresarial. Aquellas empresas que logran establecer una cultura de la innovación suelen ser más competitivas y efectivas al momento de alcanzar el éxito.

En este contexto, el estudio sobre el estado de la cultura de la innovación antes señalado permitirá elaborar una línea de base para medir los resultados e impacto de intervenciones orientadas a promover la cultura de la innovación, incidiendo favorablemente en la manera de pensar y conducta de las empresas peruanas frente a la innovación. La superación o reducción de potenciales barreras mentales y/o conductuales contribuirán al desarrollo de un entorno propicio para la consolidación de la innovación y la mejora de la productividad empresarial en el país.



2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL:

Realizar un diagnóstico del estado de la cultura de la innovación entre las empresas peruanas. En función a los resultados del diagnóstico y en coordinación con Innóvate Perú, diseñar, implementar y evaluar un conjunto de intervenciones piloto para mejorar la cultura de la innovación en el público objetivo.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- a) Identificar las percepciones, actitudes y comportamientos más recurrentes entre las empresas hacia la innovación;
- b) Identificar los principales factores, endógenos y/o exógenos, que potencian o inhiben el desarrollo y consolidación de una cultura de la innovación en las empresas;
- c) Estimar qué tan extendida e institucionalizada está la innovación en la cultura organizacional de las empresas peruanas.
- d) Determinar y evaluar el nivel de receptividad de los instrumentos de apoyo a la innovación empresarial de Innóvate Perú, así como el sistema de postulación en línea y acciones de difusión, identificando oportunidades de mejora.
- e) Diseñar intervenciones para promover la cultura de la innovación en las empresas e incrementar la toma de conciencia sobre su importancia en el público objetivo.
- f) Implementar pruebas piloto para evaluar la efectividad de las intervenciones priorizadas antes de ser escaladas.

3. METODOLOGÍA DE TRABAJO Y ACTIVIDADES A REALIZAR

Para alcanzar los objetivos antes señalados, se deberán realizar las siguientes actividades en cuatro fases: (3.1) planificación y preparación; (3.2) diagnóstico (estudio cualitativo y estudio cuantitativo); (3.3) diseño de intervenciones y experimentación con pruebas piloto; (3.4) evaluación de intervenciones y recomendaciones para su escalamiento e implementación.

A continuación, se describen las cuatro fases que se realizarán, así como sus productos, los cuales deberán ser presentados en idioma español:

3.1 Planificación y preparación:

- a) Diseño y presentación de un Plan de Trabajo que contenga como mínimo un marco conceptual sobre cultura de la innovación (definiciones e indicadores para medir su nivel en el ámbito empresarial); los objetivos generales y específicos del proyecto, su alcance, metodología y cronograma de actividades (Gantt); responsabilidades del equipo técnico a cargo del proyecto²; fechas y plazos de ejecución del servicio, incluyendo reuniones de coordinación, de presentación de informes y actividades, y de avances parciales.
- b) El Plan de Trabajo deberá ser presentado por el proveedor del servicio en una sesión de trabajo inicial con representantes de Innóvate Perú, a fin de discutirlo y ajustarlo a una versión final.

² En el caso de participar en consorcio, se deberá detallar la participación de cada empresa integrante.

3.2 Diagnóstico (estudios cualitativo y cuantitativo)

- a) Realizar un estudio cualitativo para identificar las percepciones, conductas y expectativas más recurrentes de las empresas peruanas en torno a la innovación, y a los instrumentos de apoyo a la innovación empresarial de Innóvate Perú.
- b) La metodología del estudio cualitativo deberá al menos incluir entrevistas semi-estructuradas, que deberán ser aplicadas de manera presencial en cada una de las seis (06) regiones seleccionadas para este proyecto: Arequipa, Junín, La Libertad, Lima, Piura y San Martín. Cualquier otro método de recolección de información adicional deberá ser previamente acordado por ambas partes.
- c) Revisión de literatura sobre los principales factores que inhiben, tanto el desarrollo de sistemas de gestión de la innovación dentro de las empresas como la realización de actividades de innovación. Asimismo, revisión de las estrategias o intervenciones implementadas a nivel internacional por al menos seis (06) países (los cuales serán definidos en coordinación con Innóvate Perú), para promover y mejorar la cultura de la innovación.
- d) Sobre la base de los hallazgos del estudio cualitativo, realizar un estudio cuantitativo que consistirá en una línea de base para determinar el estado de la cultura de la innovación en las empresas peruanas.
- e) Ambos estudios deberán considerar los aspectos detallados en el Anexo 2 de estos TdR. Los objetivos, métodos y técnicas de investigación, guías de entrevista y encuestas incluidas en cada uno de los estudios antes señalados deberán ser previamente acordados en la sesión inicial de trabajo.
- f) El proveedor del servicio deberá contactar a las empresas seleccionadas para la muestra y gestionar las entrevistas y envío de encuestas, así como realizar las acciones de seguimiento necesarias para recolectar la información requerida. Innóvate Perú brindará una base de datos de empresas beneficiarias del Programa, y una carta de presentación para facilitar el contacto con las empresas que constituyan parte la muestra.
- g) El desarrollo de cada uno de los dos estudios incluirá al menos una (01) sesión de seguimiento con representantes de Innóvate Perú, cuya fecha y hora será acordada por ambas partes.
- h) En esa etapa, el proveedor del servicio también deberá analizar los instrumentos de apoyo a la innovación empresarial ofrecidos por Innóvate Perú, así como el sistema en línea de postulación y acciones de difusión, identificando oportunidades de mejora.
- i) Cada uno de los dos estudios deberá culminar con:
 - i) La entrega de un *Informe de Resultados* detallando los principales hallazgos, resultados y conclusiones, tanto de los estudios cualitativo y cuantitativo, como del análisis de los instrumentos de apoyo a la innovación y acciones de difusión de Innóvate Perú, incorporando la información recopilada;
 - ii) Una presentación final ante representantes de Innóvate Perú para explicar los hallazgos y resultados señalados, por lo menos cinco (05) días calendario previo a la presentación



de cada producto. Se entregará a Innóvate Perú la versión digital de la presentación final³ para ser utilizada para los fines que se consideren pertinentes.

- j) En caso hubiera observaciones con respecto a alguno de los dos estudios, el proveedor del servicio deberá subsanar las mismas dentro de un periodo acordado entre ambas partes, dentro de los plazos establecidos en el apartado 5 de estos TdR.

3.3 Diseño de intervenciones y experimentación con pruebas piloto.

- a) En base a los principales hallazgos de los estudios realizados en la fase 3.2 y a la revisión de literatura señalada en el punto anterior, diseñar al menos seis (06) intervenciones - evaluables como pruebas piloto- orientadas a mejorar la cultura de la innovación en las empresas peruanas a corto (02 intervenciones), mediano (02 intervenciones) y largo plazo (02 intervenciones). Las intervenciones señaladas deberán incluir las métricas para evaluar resultado e impacto.
- b) El proceso de diseño y priorización de las intervenciones con las que posteriormente se experimentará deberá realizarse de manera conjunta con representantes de Innóvate Perú, mediante sesiones de trabajo presenciales, y en concordancia con los objetivos y lineamientos del Programa. El conjunto de intervenciones planteadas deberá contemplar mejoras a los instrumentos de Innóvate Perú, en base a los hallazgos de los estudios realizados en la fase 3.2.
- c) El proveedor del servicio deberá desarrollar e implementar al menos tres (03) pruebas piloto de las intervenciones priorizadas por Innóvate Perú para determinar su efectividad en las regiones seleccionadas. Los recursos necesarios para el desarrollo e implementación de las pruebas piloto y/o prototipos de las intervenciones priorizadas deberán ser asumidos por el proveedor del servicio.
- d) El proveedor del servicio deberá registrar y documentar todo el proceso de implementación y puesta en marcha de las pruebas piloto de las intervenciones priorizadas.

3.4 Evaluación de pruebas piloto y recomendaciones para su escalamiento e implementación.

- a) Realizar una evaluación de resultados de las pruebas piloto implementadas en la fase 3.3, mediante pruebas de control aleatorio. Esta evaluación deberá además incluir un análisis costo-beneficio de cada una de las intervenciones puestas a prueba en caso de ser escaladas.
- b) Realizar un análisis normativo vigente y principales recomendaciones para lograr el escalamiento e implementación de los resultados de las intervenciones.
- c) A partir de los resultados de la evaluación de las pruebas piloto de las intervenciones priorizadas, identificar oportunidades de mejora y dar recomendaciones para su escalamiento e implementación a corto, mediano y largo plazo.
- d) Esta fase deberá culminar con:

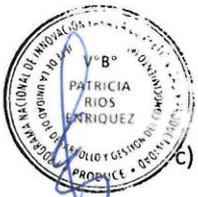
³ La presentación final deberá ser entregada en formato PowerPoint u otro programa de presentación previamente acordado por ambas partes. La presentación deberá incluir gráficos, infografías, entre otros elementos visuales que contribuyan a una fácil comprensión y/o edición de los contenidos.

- i) La entrega de un *Informe Final* que incluirá:
 - o La descripción de las acciones realizadas e información recopilada en la fase 3.3.
 - o Los resultados de la evaluación de las pruebas piloto.
 - o Análisis costo-beneficio.
 - o Recomendaciones para su escalamiento e implementación a corto, mediano y largo plazo.
 - o Propuesta de métricas para evaluar impacto.
- ii) Una presentación final ante representantes de Innóvate Perú para explicar los principales hallazgos y recomendaciones, por lo menos cinco (05) días calendario previo a la presentación formal del producto. Se entregará a Innóvate Perú la versión digital de la presentación final para ser utilizada para los fines que se consideren pertinentes.

4. CALIFICACIONES DEL PROVEEDOR DEL SERVICIO

4.1 Perfil del postor:

- a) Experiencia mínima comprobable de siete (07) años en la realización de estudios cualitativos, estudios cuantitativos, líneas de base y/o diagnósticos y en el diseño, implementación y evaluación de proyectos en el sector público o privado, de preferencia en temas de innovación, transformación digital, productividad, competitividad empresarial y/o cultura organizacional. En caso de consorcio, suman las experiencias de las organizaciones que lo conforman.
- b) Experiencia específica mínima comprobable en al menos seis (06) proyectos similares, que hayan implicado diseñar. Implementar, experimentar con y evaluar intervenciones (programas, servicios, productos, sistemas, entre otros) basadas en la economía del comportamiento y/o ciencias conductuales. En caso de consorcio, suman las experiencias de las organizaciones que lo conforman.
- c) La experiencia deberá ser 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.
- d) Se valorará la experiencia del proveedor desarrollado y/o gestionando proyectos similares en el país y/u otros países de la región de América Latina y el Caribe.
- e) El proveedor del servicio (ya sea una empresa individual o consorcio) deberá contar con la capacidad logística y con el personal necesario para desplazarse a las seis (06) regiones del país seleccionadas para este proyecto: Arequipa, Junín, La Libertad, Lima, Piura y San Martín. Asimismo, deberá contar con la capacidad logística necesaria para el reclutamiento de las empresas que conformarán la muestra de los estudios cualitativo y cuantitativo en las regiones antes mencionadas.



4.2 Perfil del equipo técnico:

Se deberá conformar a un equipo técnico con un mínimo de cuatro (04) personas con los siguientes perfiles:

Jefe de Proyecto:

- a) Profesional, bachiller o titulado en Economía, Administración, Ingeniería Industrial o carreras afines, de preferencia con estudios de posgrado en Administración de Empresas, Innovación, Políticas Públicas o Ciencias Conductuales.

- b) Experiencia comprobada de al menos siete (07) años en la dirección de proyectos en el sector público o privado, de preferencia en temas de innovación, transformación digital, productividad o competitividad empresarial y/o cultura organizacional.
- c) Experiencia específica comprobada en la gestión de al menos cinco (05) proyectos, en el ámbito público o privado, que hayan implicado diseñar, implementar, experimentar y evaluar intervenciones (programas, servicios, productos, sistemas, entre otros) basadas en la economía del comportamiento y/o ciencias conductuales. Se requiere que en la Hoja de Vida se incluyan los resultados de dichos proyectos.

Especialista en estudios cualitativos:

- a) Profesional, bachiller o titulado en Economía, Políticas Públicas, Administración Pública, Sociología, Psicología, Ciencias Conductuales o de carreras afines, de preferencia con estudios de posgrado en Economía, Políticas Públicas, Administración Pública, Sociología, Psicología o Ciencias Conductuales.
- b) Experiencia comprobada en el diseño y desarrollo de al menos cuatro (04) estudios cualitativos de alcance nacional y/o internacional, de preferencia vinculados al segmento empresarial.

Especialista en estudios cuantitativos:

- a) Profesional, bachiller o titulado en Economía, Políticas Públicas, Administración Pública, Estadística, Ingeniería Industrial, o de carreras afines, de preferencia con estudios de posgrado en Economía, Políticas Públicas, Administración Pública, Estadística o Ingeniería Industrial.
- b) Experiencia comprobada en el diseño y desarrollo de al menos cuatro (04) estudios cuantitativos de alcance nacional y/o internacional, de preferencia vinculados al segmento empresarial.
- c) Conocimiento comprobado en el diseño de estudios de línea base y en el diseño de pruebas de control aleatorio.

Coordinador de Operaciones:

- a) Profesional, bachiller o titulado en Economía, Administración, Ingeniería Industrial o carreras afines, de preferencia con estudios de posgrado en Administración de Empresas, innovación, políticas públicas o ciencias conductuales.
- b) Experiencia comprobada en la coordinación de al menos cuatro (04) proyectos que involucren la articulación de diversas entidades públicas y/o privadas.
- c) Deberá estar disponible a lo largo de todas las fases del proyecto para la facilitación de comunicaciones, gestiones y coordinaciones que sean necesarias entre el proveedor del servicio y representantes de Innóvate Perú.
- d) En caso de que el Jefe de Proyecto no pueda viajar a alguna de las regiones seleccionadas para este proyecto, el Coordinador de Operaciones deberá suplirlo de manera obligatoria.



5. PLAZO DE EJECUCIÓN DEL SERVICIO

El presente servicio será ejecutado en un periodo máximo de trescientos cincuenta y cinco (355) días calendario, contados a partir del día siguiente de suscrito el contrato. Este plazo incluye el tiempo que demande las revisiones y conformidades de cada uno de los productos presentados.

Productos	Detalle a Presentar	Plazos de Entrega
Producto 01	Fase 3.1 Planificación y Preparación: Entregable: Plan de Trabajo detallado según el	

	<p>ítem 3.1.</p>	<p>A presentarse como máximo a los diez (10) días calendario de iniciado el servicio. Adicionalmente, se prevé un plazo máximo de diez (10) días calendario para las revisiones y conformidad al Producto 1.</p>
<p>Producto 02</p>	<p><u>Fase 3.2 Diagnóstico (Estudio Cualitativo):</u></p> <p>Entregable: Informe de Resultados del estudio cualitativo, incluyendo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Objetivos del estudio; estrategia de investigación; y metodología, previamente discutidos y aprobados con Innóvate Perú. ● Caracterización y lista de las empresas que conformaron la muestra. ● Principales hallazgos y conclusiones del estudio cualitativo. ● Principales dificultades y/o cuellos de botella durante el desarrollo del estudio. ● Adjuntar versión impresa y digital de la presentación final, tal y como se detalla en el ítem 3.2. 	<p>A presentarse como máximo a los sesenta (60) días calendario, desde la aprobación del producto 1. Adicionalmente, se prevé un plazo máximo de quince (15) días calendario para las revisiones y conformidad al Producto 2.</p>
<p>Producto 03</p>	<p><u>Fase 3.2 Diagnóstico (Estudio Cuantitativo):</u></p> <p>Entregable: Informe de Resultados del estudio cuantitativo (línea de base), incluyendo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Objetivos; estrategia de investigación; y metodología del estudio, previamente discutidos y aprobados con Innóvate Perú. ● Detalle sobre el marco muestral por ejemplar, método de muestreo y tamaño de la muestra en base a los segmentos planteados en el apartado "I)" del Anexo 1 de este documento. ● Relación de empresas que conformaron la muestra. ● Bases de datos y tablas del estudio cuantitativo. Las bases de datos deberán proporcionarse en un formato que permita trabajar con softwares de procesamiento de datos y análisis estadístico (Minitab o SPSS), mientras que las tablas deberán ser entregadas en físico y en formato Excel. ● Resultados y conclusiones del estudio cuantitativo. ● Principales dificultades y/o cuellos de botella durante el desarrollo del estudio. ● Adjuntar versión impresa y digital de la presentación final, tal y como se detalla en el ítem 3.2. 	<p>A presentarse como máximo a los ciento cinco (105) días calendario, desde la aprobación del producto 2. Adicionalmente, se prevé un plazo máximo de quince (15) días calendario para las revisiones y conformidad al Producto 3.</p>



<p>Producto 04</p>	<p>Fases 3.3 y 3.4. Diseño, experimentación y evaluación de intervenciones:</p> <p>Entregable: Informe Final de la consultoría, incluyendo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Síntesis del análisis comparativo de la literatura revisada con respecto a estrategias o intervenciones implementadas a nivel internacional para promover la cultura de la innovación. ● Descripción detallada de todas las intervenciones propuestas y priorizadas en sesiones de trabajo con Innóvate Perú. ● Descripción documentada de la implementación y experimentación de las pruebas piloto de las intervenciones priorizadas. ● Resultados de la evaluación de las intervenciones priorizadas, incluyendo análisis costo-beneficio, y recomendaciones para su escalamiento e implementación en el corto y mediano plazo. ● Adjuntar versión impresa y digital de la presentación final, tal y como se detalla en el ítem 3.4. 	<p>A presentarse como máximo a los ciento veinticinco (125) días calendario, desde la aprobación del producto 3. Adicionalmente, se prevé un plazo máximo de quince (15) días calendario para las revisiones y conformidad al Producto 4.</p>
---------------------------	---	---

6. FORMA DE PAGO

El monto total del servicio asciende a US\$ 270 000.00 (doscientos setenta mil y 00/100 dólares americanos), a todo costo, incluyendo viajes, viáticos y los impuestos de Ley.

El pago se efectuará en cuatro (04) armadas. Los pagos se efectuarán sobre la base de la aprobación de los productos señalados en el apartado anterior, según se detalla a continuación:

Nro. de Pago	Concepto	Forma de Pago
1er. Pago	Producto 01	10 % del monto total contratado a la conformidad del Producto 01.
2do. Pago	Producto 02	20 % del monto total contratado a la conformidad del Producto 02.
3er. Pago	Producto 03	30 % del monto total contratado a la conformidad del Producto 03.
4to. Pago	Producto 04	40 % del monto total contratado a la conformidad del Producto 04.

Cada producto será dirigido al Innóvate Perú y presentado en sus oficinas, sito en Calle Manuel González Olaechea 435, San Isidro, en un (01) original en físico y un (01) CD o envío electrónico con dos copias, una en formato editable: Word, Excel, Power Point y bases de datos, de corresponder, y otra en formato PDF.

Para proceder al último pago, Innóvate Perú deberá contar con la No Objeción del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) al Informe Final de la consultoría (entregable del Producto 04)

7. COORDINACIÓN Y SUPERVISIÓN

La Unidad de Planeamiento y Evaluación de la Gestión de Innóvate Perú Innóvate Perú, será responsable de coordinar con el equipo de trabajo para el logro efectivo del trabajo.

El equipo de trabajo, se encargará de la revisión técnica de cada producto presentado por la consultora. El equipo de trabajo estará integrado por:

- Un (01) ejecutivo/especialista de la Unidad de Desarrollo y Gestión del Conocimiento.
- Un (01) ejecutivo/especialista de la Unidad de Planeamiento y Evaluación de la Gestión

Cualquier modificación del Plan de Trabajo aprobado deberá ser coordinado y aprobado por el equipo de coordinación y supervisión, y formalizadas mediante actas que deberán ser remitidas a Innóvate Perú.

8. CONFORMIDAD DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

La emisión de la conformidad del servicio estará a cargo de la Unidad de Planificación y Evaluación de la Gestión de Innóvate Perú, previa verificación del cumplimiento de lo estipulado en estos TdR y aprobación del equipo de trabajo mediante acta.

9. CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN Y PROPIEDAD INTELECTUAL

Los derechos patrimoniales de autor, derivados del desarrollo del servicio corresponden, en su totalidad, a Innóvate Perú, durante y después del desarrollo de la presente consultoría.

El proveedor protegerá la información del proyecto, incluyendo las bases de datos que le sean proporcionadas o que elabore en virtud de la presente consultoría, del uso, reproducción, publicación, disertación, difusión o divulgación no autorizada, para lo cual, extremará todos los cuidados y medidas de seguridad que normalmente emplea para proteger a la misma, obligándose así a:

- a) No divulgar información confidencial, salvo y hasta tanto sea autorizado expresamente, por escrito, del coordinador designado por Innóvate Perú.
- b) No utilizar, total o parcialmente, la información confidencial para otros fines distintos a los del presente servicio.
- c) No efectuará copias de la información confidencial, y sólo permitirá el acceso, a la misma, de los empleados que necesiten ese conocimiento.

La obligación de confidencialidad convenida, continuará luego del cumplimiento del servicio contratado.

El incumplimiento de lo estipulado en el presente numeral dará derecho a Innóvate Perú a iniciar las acciones legales que corresponden.



ANEXO 1: APLICACIÓN DE LA ECONOMÍA DEL COMPORTAMIENTO

La aversión al riesgo, la desconfianza, la inercia y la incapacidad de visualizar los beneficios futuros en el presente son algunas de las barreras mentales que influyen en la toma de decisiones de las empresas cuando se trata de emprender actividades de innovación. La economía del comportamiento (*behavioral economics*) busca comprender cómo estas barreras mentales afectan los patrones de comportamiento de las personas -y de los agentes económicos en general- a fin de implementar intervenciones que mejoren la toma de decisiones que maximicen su bienestar.

La economía del comportamiento (EC) surge del encuentro de la economía, la psicología y la evaluación de impacto. A diferencia de la teoría económica clásica, la EC parte de la premisa de que los seres humanos poseemos una racionalidad limitada (*bounded rationality*), por lo que no siempre actuamos guiados por la razón. Por el contrario, en la mayoría de casos, nuestras decisiones son afectadas por factores diversos como la información y el tiempo que tenemos disponible en un determinado contexto. Con el objetivo de superar estas limitaciones, utilizamos a diario una serie de sesgos cognitivos y heurísticos; es decir, “atajos mentales” que, aunque nos permiten tomar decisiones y resolver problemas rápidamente, muchas veces nos llevan a adoptar conductas que juegan en contra de nuestro propio interés en el largo plazo.

Diversos estudios han demostrado, por ejemplo, que nuestra necesidad de obtener gratificaciones inmediatas nos conduce a valorar más las ganancias presentes que las futuras, aun cuando estas últimas son significativamente mayores (“sesgo del presente”). Asimismo, investigaciones conductuales evidencian que el placer que nos generan las ganancias es psicológicamente menos poderoso que el dolor que nos generan las pérdidas, por lo que haremos todo lo que esté a nuestro alcance para evitar estas últimas (“aversión a las pérdidas”). Presentar una opción en términos de sus correspondientes pérdidas, por lo tanto, puede influir en mayor medida en nuestras decisiones, que si es presentada en términos de sus correspondientes ganancias (IMEC, 2016, p.21).

La identificación y estudio de sesgos cognitivos y heurísticos ha sido fundamental para alcanzar una mayor efectividad en el diseño e implementación de intervenciones públicas en ámbitos como la educación, salud, inclusión financiera y productividad empresarial. En los últimos años se ha incrementado el número de entidades gubernamentales a nivel mundial que desarrollan iniciativas basadas en la EC (denominadas “empujoncitos”, o *nudges* en inglés) bajo la premisa de que la política pública debe comprender mejor la manera en la que los ciudadanos toman decisiones, y promover un cambio conductual a través de un enfoque más científico (OCDE, 2017, p.13).

En colaboración con diversos organismos internacionales, los gobiernos de países como el Reino Unido, Australia, Estados Unidos, Canadá, Argentina, Chile y Colombia han desarrollado con éxito intervenciones conductuales para mejorar el acceso a la información de servicios educativos de calidad; incentivar a la ciudadanía a ahorrar para la jubilación; promover un uso más responsable de la energía entre los consumidores; e incrementar la adhesión de empresas a programas de crecimiento empresarial.⁴

⁴ Algunos de los casos de intervenciones del comportamiento orientadas al sector empresarial se detallan en el reporte de la OCDE (2017), pp. 294, 297, 299 y 301.

Un reciente reporte de la OCDE (2017) concluye que la incorporación de los principios de la EC –y de las ciencias conductuales en general- ha dejado de ser una tendencia en la política pública para devenir en una práctica cada vez más frecuente. A partir del análisis de 129 casos de intervenciones del comportamiento emprendidas por 60 organismos públicos en 23 países, el reporte señala que las posturas contrarias a su aplicación se deben más a una resistencia generalizada al cambio organizacional, que a la aplicación de este enfoque en el campo de las políticas públicas *per se* (OCDE, 2017, p. 3).

En América Latina y el Caribe, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) es una de las instituciones líderes en la expansión de este campo. A través de su Grupo de Economía del Comportamiento, el banco trabaja en la diseminación de los conceptos básicos de la EC en la región, enfatizando la importancia de incorporar componentes conductuales en el diseño de políticas y proyectos públicos (Rojas, 2018). Especialistas del banco en la materia han destacado, además, que las iniciativas basadas en el comportamiento son particularmente atractivas para América Latina y otras regiones en desarrollo porque suelen ser menos costosas y más efectivas que algunas de las intervenciones públicas más tradicionales (Scartascini, 2016).

Por casi una década, y en alianza con gobiernos locales y nacionales, el BID viene impulsando e investigando la aplicación de las herramientas de la EC en distintas áreas de desarrollo como la educación financiera, agua y saneamiento, salud materna, transparencia y cumplimiento tributario (Scartascini, 2018). Los resultados alcanzados en países como Chile, Argentina y Colombia demuestran que la EC es una potente herramienta para el diseño de políticas públicas innovadoras y costo-efectivas capaces de mejorar la toma de decisiones de los ciudadanos e instituciones de la región.

En el Perú, aunque el uso de la EC es aún incipiente, algunas instituciones de gobierno ya han empezado a generar intervenciones inspiradas en sus principios. Tal es el caso del MineduLab, primer laboratorio de innovación costo-efectiva de política educativa impulsado por el Ministerio de Educación, a través de su Secretaría de Planificación Estratégica (SPE). Con financiamiento de la cooperación del gobierno canadiense y la asistencia técnica de organismos internacionales como el Banco Mundial, el laboratorio busca generar evidencia que informe la toma de decisiones en materia de política educativa del país. Desde su creación en 2014, el MineduLab diseña y pilotea intervenciones del comportamiento innovadoras y de muy bajo costo, con el objetivo de determinar su efectividad antes de su escalamiento a nivel nacional.



ANEXO 2: ESPECIFICACIONES PARA ESTUDIOS CUALITATIVO Y CUANTITATIVO

I. Consideraciones para la delimitación de la muestra:

- a) Los estudios deberán estar dirigidos a pequeñas, medianas y grandes empresas (tamaños en función al nivel de ventas registrado el año anterior):
- 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)
 - Grandes Empresas (ventas que superan las 2,300 UIT)
- b) Estas empresas deberán ser formales, con al menos 2 años de funcionamiento continuo.
- c) La muestra deberá incluir:
- Empresas no innovativas y empresas innovativas⁵.
 - Entre las empresas innovativas se deberá incluir, tanto a empresas que hayan postulado a los concursos de *Innovate Perú*, como a empresas que no hayan postulado a dichos concursos.
 - Empresas industriales y de servicios.
 - Las actividades económicas a priorizar en la muestra serán acordadas por ambas partes durante la fase 3.1 (planificación y preparación) de estos TdR.
- d) **Ámbito geográfico:** Regiones de Arequipa, Junín, La Libertad, Lima, Piura y San Martín.
- e) Los métodos de recolección de la información deberán estar dirigidos, tanto a los propietarios, representantes legales, gerentes, jefes de las empresas, como a representantes de las áreas de innovación, de ser el caso, o dedicadas a la mejora y/o desarrollo de procesos, productos y/o servicios.
- f) La muestra deberá incluir empresas lideradas por mujeres, es decir, que son de propiedad de una mujer⁶ y/o empresas en las que una mujer ocupe el cargo de Gerente General. El informe de resultados, tanto de estudio cualitativo como del estudio cuantitativo, deberá incluir una sección de análisis de los principales hallazgos y resultados en función de la variable "género".
- g) El tamaño de muestra para el estudio cualitativo es de 20 empresas por región. El tamaño de muestra para el estudio cuantitativo debe ser calculado en base a lo indicado en el acápite III del presente Anexo.



⁵ Las empresas no innovativas son aquellas que no realizaron actividades de innovación durante el periodo de estudio; mientras que las innovativas son aquellas que han realizado alguna actividad de innovación durante el período de estudio, independientemente de si la actividad ha logrado o no introducir una innovación en el mercado.

⁶ Empresas en las que una o más mujeres posean al menos el 50% de la empresa (capital o derechos societarios), o en las que una o más mujeres posean entre el 30% y el 50% de la empresa (capital o derechos societarios) y que además tenga la representación legal de la empresa, individual o conjunta.

II. Consideraciones generales para el Estudio Cualitativo:

- h) El estudio deberá explorar como mínimo los siguientes aspectos⁷:
- Definición de innovación por parte de la empresa.
 - Percepciones y conductas hacia a la innovación.
 - Valoración e institucionalización de la innovación dentro de la empresa
 - Estilo organizacional de la empresa.
 - Capacidades de innovación productiva dentro de la empresa.
 - Motivaciones para la innovación.
 - Principales fuentes de innovación (internas y/o externas)
 - Inclínación al riesgo y tolerancia al fracaso.
 - Resultados de proyectos de innovación, de ser el caso.
 - Obstáculos o cuellos de botella en el proceso de innovación, de ser el caso.
 - Principales fuentes de financiamiento de la innovación, de ser el caso.
 - Relación con el exterior y redes de cooperación con otros actores del ecosistema de la innovación.
 - Conocimiento y uso de programas e instrumentos públicos de apoyo a la innovación.
 - Conocimiento de referentes líderes, influenciadores, inspiradores de innovación nacional.
 - Expectativa de atributos de una institución pública que apoye proyectos de innovación.

En el caso de aquellas empresas que manifiesten conocer el Programa Innóvate Perú, se deberá indagar de manera adicional los siguientes aspectos:

- Posicionamiento de Innóvate Perú y de sus instrumentos de apoyo a la innovación.
 - Conocimiento y uso de los instrumentos de Innóvate Perú.
 - De ser el caso, experiencia de los usuarios con el Programa Innóvate Perú a lo largo de todo el proceso de postulación, identificando cuellos de botella y oportunidades de mejora.
- i) El estudio cualitativo deberá identificar claramente potenciales barreras mentales y/o conductuales de las empresas frente a la innovación, así como aquellos factores externos a la misma que inhiben el desarrollo de una cultura de la innovación
- j) La muestra del estudio cualitativo deberá considerar no menos de 20 empresas por región.

⁷ La lista de aspectos a explorar no es limitativa. En el transcurso del desarrollo del estudio podrían agregarse otros aspectos de exploración.

III. Consideraciones Generales para el Estudio Cuantitativo (Línea de Base):

- k) **Método de recolección de la información:** Encuestas elaboradas sobre la base de las conclusiones del estudio cualitativo.
- l) **Margen de error esperado:** $\pm 7.0\%$, 95% de confianza.
- m) **Universo referencial para cálculo de tamaño de la muestra:**

Región	Tamaño empresarial			
	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Arequipa	3,408	100	302	3,810
Junín	1,537	43	103	1,683
La Libertad	2,999	91	251	3,341
Lima	42,827	1,714	6,024	50,565
Piura	2,193	84	178	2,455
San Martín	1,103	36	77	1,216
Total	54,067	2,068	6,935	63,070

Fuente: Produce, 2012-2014

La muestra deberá estar distribuida proporcionalmente según el universo de empresas por región.

