

TÉRMINOS DE REFERENCIA

CONTRATACIÓN DE FIRMA CONSULTORA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO Y PLAN ESTRATÉGICO DEL CENTRO DE EXTENSIÓN Y TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA (CET) BIOTECNOLOGÍA PUCP

PROYECTO:

“Fortalecimiento de los servicios de Extensión y Transferencia Tecnológica de Biotecnología de la PUCP aplicados en el Sector Agroforestal exportador del Perú.”

Fase 1: Diagnóstico de Brechas y Plan Estratégico

Antecedentes

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, el cambio climático afecta la producción agrícola y forestal en muchas regiones por lo que constituye una grave amenaza para la seguridad alimentaria debido a que se prevé que originaría un descenso de la productividad de los cultivos, el ganado, la silvicultura y la pesca. Desde el punto de vista social, se considera que los pequeños productores son los más vulnerables a los efectos adversos del cambio climático.

Ante esta situación, la aplicación de la biotecnología juega un papel crucial para desarrollar tecnologías que promuevan prácticas agrícolas sostenibles como la agricultura de precisión, gestión integrada de fertilidad del suelo y manejo de agua, depredación natural de plagas, uso estratégico de plaguicidas y fertilizantes, entre otros. Otro pilar importante para garantizar la seguridad alimentaria y mitigar los efectos adversos del cambio climático es minimizar las pérdidas y el desperdicio de alimentos u otros productos derivados de la biodiversidad agroforestal mediante la optimización de procesos post-cosecha e industriales, así como el aprovechamiento de desechos post-cosecha o industriales.

La Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), a través de investigadores e innovadores de diferentes departamentos como Ciencias, Ingeniería, Humanidades y Ciencias Sociales, tiene una significativa experiencia brindando servicios de asesoría técnica a MIPYMES y empresas con alta facturación del sector agroindustrial y forestal. De acuerdo a lo establecido dentro del eje de Relación con el Entorno del Plan Estratégico 2018-2022, la PUCP tiene como objetivo impulsar la vinculación activa y el aprendizaje mutuo entre la PUCP y el Estado, la sociedad civil, la empresa y la Iglesia.

En lo que concierne a empresas, se plantea la estrategia de fomentar la educación continua y los servicios a terceros. Iniciativas como OpenPUCP y la implementación de un Sistema de Aseguramiento de la Calidad Educativa buscan gestionar de manera articulada las

Página 1 de 15

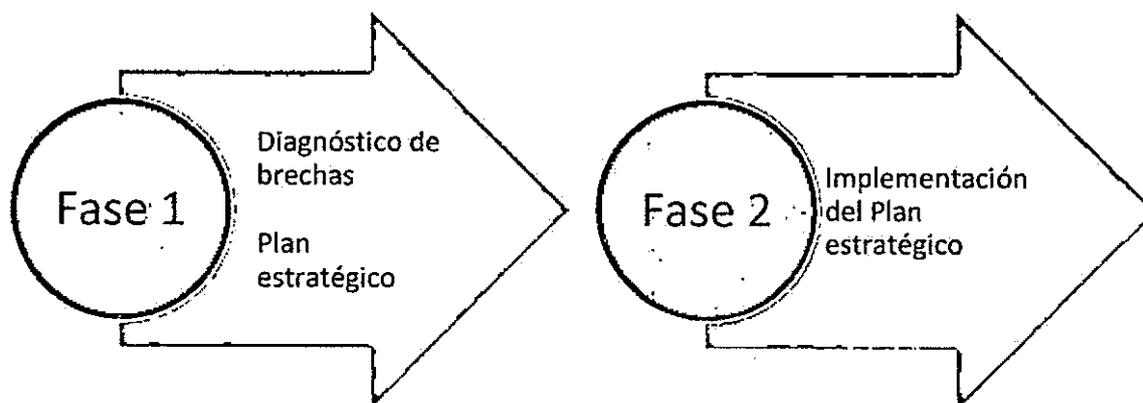
Fanny P. Pascual

actividades de Educación Continua ofrecidas desde distintas facultades. A través del Centro de Consultoría y Servicios Integrados (INNOVAPUCP), se busca fortalecer los servicios profesionales de alto nivel y con tecnología de última generación para ofrecerlos a organizaciones públicas y privadas.

Por otra parte, el 22 de septiembre de 2016 se firmó el Contrato de Préstamo N° 3700/OC-PE entre la República del Perú y el Banco Interamericano de Desarrollo para contribuir a la financiación y ejecución del Proyecto de Inversión Pública "Mejoramiento de los Niveles de Innovación Productiva a Nivel Nacional".

El Proyecto contempla una línea de fortalecimiento estratégico de centros de extensión y transferencia tecnológica u operadores de servicios tecnológicos, en adelante CET. Esta línea tiene como objetivo la ampliación de la oferta de servicios de asesoramiento y apoyo al desarrollo tecnológico y de innovación de las empresas peruanas mediante la expansión y consolidación de los CET, que se cofinanciará con recursos no reembolsables a otorgarse a través de concursos.

La implementación de la línea se realizará en dos fases, cada una concursable. En la primera, la Entidad Solicitante postulará para recibir cofinanciamiento para la elaboración de un plan estratégico del CET, basado en un diagnóstico en profundidad en el mercado objetivo propuesto. En una segunda fase, el CET postulará para recibir el cofinanciamiento para la implementación del plan. En esta segunda fase, podrán postular también entidades que no hayan participado de la primera fase.



En ese sentido, en octubre de 2018, Innóvate Perú lanzó el concurso de proyectos "Fortalecimiento estratégico de Centros de Extensión y Transferencia Tecnológica", correspondiente a la Fase 1 descrita previamente.

Como resultado del concurso, se seleccionó al Centro de Extensionismo Tecnológico (CET) BIOTECNOLOGÍA PUCP del subsector/cadena: Biotecnología aplicada al sector agroforestal exportador.

Según las bases del concurso, la elaboración del diagnóstico y plan estratégico estará a cargo de una firma consultora que trabajará estrechamente con el CET y que será seleccionada a partir de una lista corta, con base en la evaluación de las firmas que presenten sus expresiones de interés, y en aplicación de los procedimientos indicados en las Políticas para la Selección y Contratación de Consultores financiados por el Banco Interamericano de Desarrollo, GN-2350-9. El contrato de servicio será suscrito entre la firma consultora y el CET beneficiario.

La presente invitación para la presentación de expresiones de interés corresponde a biotecnología aplicada al sector agroforestal exportador.

II. Objetivo de la Consultoría

La consultoría tiene como objetivo la elaboración del Plan estratégico del Centro de Extensionismo Tecnológico (CET) en la línea de biotecnología aplicada al sector agroforestal peruano que tendrá como finalidad coadyuvar al cierre de brechas técnico-productivas de su mercado objetivo. Para la formulación del plan estratégico, la firma consultora deberá elaborar a partir de información primaria y secundaria, un diagnóstico de las carencias y brechas tecnológicas que se pueden reducir mediante servicios de asesoría y tecnológicos, así como otros aspectos relacionados con el desempeño productivo, en un número representativo de empresa en el sector del ámbito geográfico correspondiente al CET.

III. Coordinación y supervisión

La firma consultora deberá coordinar sus actividades con el equipo contraparte, el cual será dirigido por el coordinador general del proyecto y por su personal del CET. El equipo contraparte lo conformará personal designado por el CET.

Asimismo, ningún cambio o modificación a los alcances de la Consultoría podrá ser aprobado sin coordinación previa con el equipo contraparte, así como con Innóvate Perú, a través del Ejecutivo de la Unidad de Monitoreo asignado.

IV. Metodología y actividades a realizar

La firma consultora deberá proponer la metodología de trabajo a emplear como parte de su propuesta técnica, para la selección del consultor se evaluará la pertinencia de los métodos

Fernando P. Pareda

propuestos, su adecuación a las necesidades del CET, así como a la estrategia y solidez de la metodología.

Para el cumplimiento de los objetivos señalados, se espera que el servicio de consultoría incluya metodologías participativas (entrevistas a expertos, talleres de validación, talleres de capacitación, benchmarking internacional, entre otros), y utilice al menos las siguientes metodologías de recopilación, procesamiento y análisis de información, sin perjuicio de incorporar instrumentos y métodos adicionales que contribuyan al mejor logro de los mismos.

Para el desarrollo de la consultoría se deberá realizar, como mínimo, las siguientes actividades:

1. Desarrollar un plan de actividades para la ejecución de la consultoría, que incluya los responsables y participantes de las actividades, y los plazos en un diagrama de Gantt.
2. Diseñar y presentar la metodología a utilizar para la elaboración del diagnóstico y la formulación del Plan Estratégico del CET, así como la metodología a utilizar para la transferencia metodológica a los funcionarios designados por el equipo contraparte.
3. Capacitar al personal designado por el equipo contraparte en la metodología a ser aplicada, a efectos que el personal pueda participar activamente en el proceso de formulación del plan estratégico y para el posterior seguimiento a su implementación.
4. Elaborar el diagnóstico técnico-productivo de las carencias y brechas tecnológicas que se pueden reducir mediante servicios de asesorías y tecnológicos (servicios provistos directamente en las empresas para estimular la modernización y mejorar tecnológica), así como otros aspectos relacionados con el desempeño productivo, en el mercado objetivo del CET.
5. Realizar un análisis interno del CET de su funcionamiento, capacidades, organización institucional, mapeo y conocimiento del mercado¹.
6. Diseñar y desarrollar un taller interno o reunión participativa en la que se presenten las principales conclusiones del diagnóstico, y se construyan de manera conjunta los elementos clave del planeamiento estratégico (misión, visión, objetivos y metas). A consideración de la firma consultora, en el taller o reunión participativa se podrán desarrollar también otros temas como la priorización de mercados a atender, priorización de servicios a ofrecer y/o identificación y priorización de áreas estratégicas del CET. En esta actividad participaran los funcionarios designado por el equipo contraparte.

¹ La firma consultora deberá proponer las metodologías a utilizar. El equipo del CET deberá aprobar la propuesta de entrevistados, diseño de muestra e instrumento de recojo de información; según corresponda.

Fernando P. Escobar

7. Elaborar el plan estratégico del CET con el acompañamiento de los funcionarios designados por el equipo contraparte. Debe ser basado en el diagnóstico en profundidad, y debe definir e incluir, entre otros aspectos, el plan de marketing, el plan operativo y el plan de financiamiento del CET, para cubrir brechas tecnológicas.
8. Realizar una presentación final del Plan estratégico, en la que participaran los funcionarios designados por el equipo contraparte.
9. Desarrollar la transferencia metodológica a los funcionarios designados por el equipo contraparte. Esta deberá darse a lo largo de la consultoría y debe finalizar con la entrega de un manual para formulación de planes estratégicos para los CET, con el fin de replicar el proceso en otros CET o para la actualización de los mismos. El proceso de capacitación deberá darse como mínimo en los siguientes momentos:
 - Al inicio de la consultoría: Para la presentación de la metodología
 - Al aplicar la metodología de formulación: Acompañamiento de los funcionarios designados por el equipo contraparte a la firma consultora.
 - Luego de la entrega del plan estratégico: Para la discusión, validación y ajustes.
10. Realizar una presentación sobre los hallazgos del diagnóstico y la metodología de elaboración del plan estratégico del CET para la difusión del proyecto. Dicha presentación formará parte de un taller a ser organizado por el CET en Lima. El público objetivo estará conformado por empresas del sector (clientes del CET), actores del sector, entre otros.

V. Productos a obtener

Los productos a obtener en la siguiente consultoría son los siguientes:

1. Producto 1. Plan de trabajo que contenga el cronograma de de actividades (levantamiento de información, análisis, planeamiento, capacitación y transferencia metodológica) con las responsabilidades de cada uno de los miembros del equipo consultor.
2. Producto 2. Metodología e instrumentos para la elaboración del diagnóstico y plan estratégico, que incluya los detalles para el recojo de información, análisis, capacitación y transferencia metodológica; el detalle sobre visitas y coordinaciones a realizar con el equipo contraparte para la capacitación y trabajo conjunto en el plan estratégico; el detalle sobre visitas y coordinaciones a realizar para la transferencia metodológica.

La metodología para el diagnóstico debe incluir fuentes secundarias y primarias. Las fuentes primarias deben ser de naturaleza cuantitativa y cualitativa. Para dichos fines, la firma consultora deberá presentar la propuesta metodológica detallada para la identificación de las brechas tecnológico-productivas debiendo precisar como mínimo:

- a) Diseño del marco muestral
- b) Estructura de encuesta o guía de entrevista

Fanny E. Apurdo

- c) Ficha de la encuesta o entrevistas
 - d) Estrategia para la aplicación del instrumento
 - e) Instrumentos para la recolección de la información (manual de aplicación de la encuesta, que incluya metodología, herramientas – formatos – y procesos de levantamiento de información; y guía de principales conceptos y definiciones a tomarse en cuenta en la recolección de la información).
 - f) Prueba Piloto
 - g) Procedimiento y consideraciones para el procesamiento estadístico de los datos.
3. Producto 3. Diagnóstico situacional de los servicios de Extensionismo y Transferencia de Biotecnología del CET aplicados al sector agroforestal exportador del Perú. Donde el diagnóstico técnico-productivo comprenderá las carencias y brechas técnico-productivas del mercado objetivo del CET que se pueden reducir mediante servicios de asesoría y tecnológicos (servicios provistos directamente en las empresas para estimular la modernización y mejora tecnológica); así como otros aspectos relacionados con el desempeño productivo en el mercado objetivo del CET.

El contenido mínimo que deberá tener dicho diagnóstico es:

- a) La cuantificación del mercado objetivo y demanda potencial es en el ámbito de estudio (dimensionamiento del mercado objetivo, si es necesario segmentario).
- b) Caracterización del mercado objetivo:
 - o Características de los clientes actuales y potenciales (empresas, productores, asociaciones, etc.) que conforman el mercado objetivo para el CET; de acuerdo a su ubicación geográfica, tamaño, producto ofertado y destino de su producto. (nacional, internacional, mercado local). A la vez, indicar las dificultades con las que se enfrenta y sus soluciones actuales, dónde y cómo buscan dar soluciones a las brechas encontradas.
 - o Identificación de las carencias y brechas tecnológicas en las cadenas productivas del CET en el ámbito de estudio, que se pueden reducir mediante servicios de asesoría y tecnológicos (servicios provistos directamente en las empresas para estimular la modernización y mejora tecnológica); así como otros aspectos relacionados con el desempeño productivo. Se debe indicar las causas y consecuencias de las brechas, identificar referentes para la determinación de brechas donde se mencionen los líderes del mercado. Identificación de los servicios y/o prácticas probadas para atenderlas, así como la identificación de potenciales entidades. Para dicha identificación, se deberá tomar referentes que cumplan como mínimo alguna de las siguientes condiciones:
 - Pertenecer al top cinco a nivel nacional o referentes internacionales
 - Ser el principal mercado de competencia de las empresas del ámbito geográfico del CET.

Fernando R. Rivas

- c) La identificación de prácticas para atender las brechas, probadas a nivel nacional y/o internacional.
- d) Características de la oferta de los servicios:
- o Identificar los competidores, así como los actores (de índoles público o privado) que intervienen con un servicio similar y en la misma cadena productiva y ámbito geográfico.
 - o Identificar las entidades especializadas, ubicadas dentro y fuera del ámbito de intervención del CET, que brinden servicios tecnológicos y/o de innovación, que resuelvan o aborden las brechas identificadas en el diagnóstico, para mapearlas como potenciales aliados.
- e) Características de la relación comercial entre las empresas y el CET y entre las empresas y los principales competidores.
- f) Identificación de actores involucrados (sector público y privado); ejecutores de proyectos en el subsector o cadena productiva, reguladores, investigadores, etc.
- g) Análisis situacional
- o Análisis externo: Evaluación y análisis de los problemas de la cadena productiva en el que trabaja el CET PUCP donde se mencione el macro y micro externo.
 - Macroentorno: Análisis PESTE (político, económico, social, tecnológico, medio ambiente y legal) que podría afectar de manera positiva y negativa a la PUCP, cadena y subcadena productiva. Este análisis debe de contar con información secundaria (literatura especializada, documentos de investigación, tesis, artículos, base de datos, etc.) y primaria (entrevista con expertos, investigadores y/o docentes que trabajen en dicha cadena o subcadena).
 - Microentorno: Análisis de la situación de las cadenas y subcadenas que atienden el CET, el cual incluye la cuantificación del mercado meta, demanda potencial en el ámbito de estudio, características del mercado meta e identificación de actores involucrados (reguladores, sector público, privado, investigadores, etc.). Este análisis debe contar con información secundaria (literatura especializada, documentos de investigación, tesis, artículos, base de datos, etc.) y primaria (entrevista con expertos, investigadores y/o docentes que trabajen en dicha cadena o subcadena, encuestas a clientes potenciales y actuales, entre otros).
 - o Análisis interno: Análisis de las áreas funcionales que integran el ciclo operativo de la organización. Para ese análisis, se emplearán las siete áreas funcionales, las cuales son administración y gerencia, marketing y ventas, operaciones y logística, finanzas y contabilidad, recursos humanos, sistemas de información y comunicaciones, y tecnología, investigación y desarrollo. (Análisis interno AMOFHIT). Tener en cuenta la información respecto al

Fanny R. Casado

ámbito de acción del CET de las cadenas productivas priorizadas. Para ello se debe tomar información secundaria y primaria.

- Evaluación y análisis del funcionamiento, las capacidades, la organización institucional del CET, mapeo y conocimiento del mercado y las empresas. Todo lo anterior según la estructura orgánica correspondiente y las áreas funcionales establecidas. Se debe resaltar la obtención de información respecto al ámbito de acción del CET, su intervención en las cadenas productivas, sus potencialidades, limitaciones, obstáculos, amenazas, entre otros.
 - Levantamiento de información secundaria:
 - Recajo de información de la estructura del CET
 - Documentación del CET
 - Levantamiento de información primaria:
 - Visita in situ al CET para analizar y realizar inspección ocular.
 - Entrevistas, talleres, etc.
- Matriz FODA del CET: Análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del CET.

h) Resumen diagnóstico. Presentación de las conclusiones del diagnóstico situacional, obtenidos del análisis.

4. Producto 4: El plan estratégico deberá estar basado en un diagnóstico en profundidad, y debe definir e incluir el plan de marketing, plan operativo y plan de financiamiento del CET para cubrir brechas tecnológicas. El plan debe estar consensuado con el CET y debe tener el siguiente contenido:

- Plan situacional
 - Principales hallazgos del diagnóstico
 - Características del mercado Meta
 - Brechas técnico-productivas del mercado meta
 - Matriz FODA del CET
- Plan estratégico
 - Marco legal (base legal de la conformación y operación del CET)
 - Misión y visión del CET, en un horizonte de 3 años.
 - Objetivos estratégicos y metas, de los próximos 3 años. Las metas deben ser específicas, cuantificables, evaluables y con periodos de tiempo definidos.
 - Alianzas estratégicas, identificar la oferta local, nacional e internacional de servicios en el que intervienen las entidades públicas/privadas, y que podrían facilitar o apoyar a la implementación del plan estratégico bajo el marco de

Jenny R. Rosado

un convenio con una propuesta de valor acorde con los intereses de ambas partes.

- Plan de marketing

- **Producto y/o servicios**, detallar la relación de servicios actuales y futuros que ofrecerá el CET en el horizonte del plan estratégico, así como la definición operación para brindarlos. Indicar la relación con las problemáticas/brechas y proyectar la cobertura o número de unidades productivas que se espera atender.

Especificar los objetivos que se tienen para la mejora /lanzamiento de los servicios y/o sus metodologías de provisión, las estrategias para conseguirlos, y las actividades por realizar.

- **Precio**, detallar la estructura de precios de los servicios según tarifario aprobado o con el que operan actualmente, así como los criterios para definirlos (competencia o sustitutos, estructura de costos, etc.)

Especificar los objetivos que se tienen con respecto al precio y el costo de ventas, las estrategias para conseguirlos y las actividades necesarias por realizar.

- **Plaza**, detallar el proceso de distribución de los servicios ofertados por el CET. Dado que el CET utiliza un canal directo, se deberán describir los procedimientos y /o protocolos que se realizan para brindar los servicios desde que se concreta la venta (procesamiento de solicitudes de servicio, protocolos de atención, etc.) Asimismo, se deberá evaluar la localización del CET en aspectos como visibilidad, acceso, estructura, entre otros.

Especificar los objetivos que se tienen respecto a la plaza, las estrategias para conseguirlos, y las actividades necesarias por realizar.

- **Promoción**, detallar las herramientas de promoción para los servicios del CET y los canales para la generación y estimulación de la demanda (publicidad, relaciones públicas, promoción de ventas, servicios gratuitos como charlas de sensibilización, etc.)

Especificar los objetivos que se tienen con respecto a la promoción, las estrategias para conseguirlos y las actividades necesarias por realizar.

- **Atención del cliente**, detallar los procesos clave que debe realizar el CET en contacto con el cliente antes de concretar la venta (captación de clientes, por ejemplo) y después de brindado el servicio (seguimiento, por ejemplo). Indicar los procesos, tiempos, recursos y flujos organizacionales relacionados.

Especificar los objetivos que se tienen con respecto a los procesos de atención al cliente, las estrategias para conseguirlos, y las actividades necesarias por realizar.

- **Personas**, detallar los perfiles requeridos para las actividades de ventas y de implementación del servicio, las capacidades, experiencia y habilidades

Fanny R. Parado

necesarias. Evaluar los perfiles y capacidades que ya se posee el CET y las que aún no.

Especificar los objetivos que se tienen con respecto al personal, las estrategias para conseguirlos y las actividades necesarias por realizar.

- **Evidencia física**, describir el/los ambientes necesarios que debe de tener el CET para brindar los distintos servicios.

Especificar los objetivos que se tienen con respecto al espacio físico del CET, las estrategias para conseguirlos, y las actividades necesarias por realizar.

- **Planificación operativa**

- **Estructura organizacional, roles y responsabilidades**, mostrar la estructura organizacional del CET (organigrama) actual y que se desea alcanzar. Definir los roles y responsabilidades para lograr el cumplimiento del Plan Estratégico. Evaluar si los órganos de gobernanza están correctamente constituidos o en su defecto, proponer las acciones para enmendarlo.

- **Actividades a desarrollar**, listas los principales proyectos y actividades que deben ser desarrolladas, que responden a la puesta en marcha del plan estratégico. Relacionar las actividades a cada meta y objetivo estratégico del Plan.

- **Planificación de actividades**, desarrollar una matriz que indique las actividades por realizar para la implementación del Plan estratégico para su horizonte de tres (3) años, los objetivos y metas a los que responden, el responsable de su implementación, supervisión y el periodo en el que se implementará.

- **Monitoreo y evaluación**, diseño de mecanismos de monitoreo y evaluación para la oportuna implementación del Plan Estratégico. Incluir el diseño de indicadores de actividades, procesos, productos y resultados; para poder evaluar el desempeño del CET. Por cada indicador se deberá elaborar una ficha técnica que asegure su estandarización para la medición. Se deberá indicar la relación de causalidad entre los contenidos a monitorear y evaluar, y los problemas identificados en el diagnóstico. Debe comprender el control de las variables de gestión, monitoreo de las actividades y evaluación de los resultados. Asimismo, se deberá realizar la evaluación de riesgos y diseño de medidas de mitigación.

- **Planificación financiera**

- **Presupuesto**, calcular el presupuesto requerido para la implementación de las actividades del Plan Estratégico. Asimismo, desarrollar un plan de equipamiento si fuera el caso.

- **Flujo de caja**, proyectar el flujo de caja del CET a tres (3) años, incluyendo los gastos e inversiones necesarias para el cumplimiento del plan estratégico. Evaluar si los ingresos por venta de servicios del CET cubren

Antonio R. Casado

los gastos o si existe una brecha financiera. Evaluar si los cambios propuestos resultan rentables para el CET.

- **Estrategia de financiamiento**, diseñar una estrategia de financiamiento en la cual se detallen las fuentes de financiamiento que se utilizarán para juntar los recursos necesarios para la implementación del Plan estratégico. Indicar la estrategia de acercamiento y las actividades a desarrollar para conseguir fondos necesarios.
 - **Planificación financiera**, desarrollar una matriz que indique las actividades por realizar para la implementación del plan estratégico, los objetivos y metas a los que responden, el período en el que se implementará y el presupuesto que se asignará.
- Manual de transferencia metodológica para el diseño de planes estratégicos para los CET, el cual incluya el procedimiento para la elaboración, los criterios para el diseño, manejo de los principales indicadores, así como las herramientas de levantamiento de información y análisis. Adicionalmente, se deberá entregar un informe de las capacitaciones realizadas en el marco de la consultoría, el mismo que debe incluir el contenido, metodología, resultados y listas de asistencia.

VI. Conformidad de prestación del servicio

Los entregables serán entregados para su conformidad al equipo de contraparte vía correo electrónico y un (01) archivo físico debidamente firmado en cada hoja, acompañado de un (1) CD o USB que contenga el entregable en formato PDF. Se deberá adjuntar todos los archivos electrónicos de toda la información utilizada en la consultoría.

La firma consultora estará disponible para aclarar dudas y participación en las reuniones que se establezcan.

La conformidad del servicio será emitida por el coordinador general del proyecto previa comprobación de lo estipulado en el presente documento, con la No objeción de Innóvate Perú y con el acta de conformidad del equipo contraparte.

VII. Requisitos mínimos que debe cumplir la firma consultora

Perfil del postor:

- Persona jurídica o consorcio.

Firma Exp. Scada

- Experiencia de al menos cuatro (4) años en proyectos (consultorías, estudios, entre otros) de carácter estratégico vinculados a la formulación de planes estratégicos, planes de negocio y/o productos similares; para sectores productivos, clústeres, asociaciones empresariales y/o centros de innovación y/o tecnología.
- La firma debe haber realizado al menos tres (3) estudios de diagnóstico de sectores, cadenas productivas o cadenas de valor en los últimos tres (3) años.
- Se valorará positivamente la experiencia implementando metodologías ágiles, de trabajo colaborativo, innovación organizacional, diseño de servicios o similares en organizaciones públicas o privadas o cadenas productivas del sector.
- Se valorará positivamente la experiencia de proyectos para centros de innovación o de extensionismo tecnológico en Perú y/o en el extranjero.
- Se valorará positivamente la experiencia de la(s) firma(s) consultora(s) en países de América Latina.

Perfil del Equipo Técnico:

(1) Jefe de Proyecto:

- Doctorado o Maestría en Administración, Ingeniería o Economía.
- Con experiencia de al menos cinco (5) años en gestión de proyectos en el sector público o privado.
- Experiencia de al menos tres (3) proyectos en puestos de liderazgo que involucren planeamiento estratégico en los últimos tres (3) años.
- Experiencia de al menos un (1) proyecto de diseño, desarrollo o implementación de planes estratégicos o similares, de centros de innovación o transferencia tecnológica o extensionismo tecnológico o desarrollo empresarial o similares, en el sector público o privado.

(1) Especialista en gestión tecnológica:

- Formación en ingeniería, economía, ciencias o disciplinas relacionadas con el sector/subsector/cadena.
- Estudios de Maestría o Doctorado en Economía, Administración de Empresas, Ciencias agrarias, Ingeniería o afines.
- Experiencia de al menos tres (3) proyectos de formulación y/o gestión de estrategias de innovación o estrategias tecnológicas en empresas industriales o centros de extensionismo tecnológico, innovación y/o transferencia tecnológica o sectores, cadenas productivas o clústeres, o similares en los últimos tres (3) años.
- Deseable experiencia comprobable en los subsectores o cadenas en cuestión y su contexto. De preferencia, que conozca el entorno y el mapa de actores relevantes.

(1) Especialista en investigación:

Fanny R. Rosado

- Maestría o doctorado en Economía, Estadísticas, Ingeniería, Matemáticas o afines.
- Experiencia de al menos tres (3) proyectos de investigación aplicada, fuera del ámbito académico en los últimos tres (3) años. Esto puede incluir investigación de la experiencia del usuario, investigación de mercados, ciencias sociales, etc.
- Se valorará positivamente la experiencia en temas relacionados a servicios empresariales.

VIII. Plazo de ejecución del servicio

El plazo de la consultoría es hasta de 150 días contados a partir de la firma del contrato. El ámbito de la ejecución del servicio de consultoría es la ciudad de Lima y como mínimo dos ciudades del interior del país.

Este plazo podrá extenderse en la cantidad de días adicionales que demande la revisión y la entrega de la respectiva conformidad de cada uno de los productos presentados por la firma consultora.

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

IX. Valor referencial y forma de pago

El presupuesto disponible para la contratación de la firma consultora asciende a S/ 190.000.00, incluye honorarios de los consultores, pasajes, viáticos y otros gastos de la firma consultora. El monto incluye el 18% del Impuesto General a las Ventas (IGV) y, en caso de persona jurídica no domiciliada, está sujeto a retención del Impuesto a la Renta².

Fanny P. Pareda

Pago	Producto	Desembolso %	Plazos (desde suscripción del contrato)	Plazos por productos en días calendario
1	Producto 1 Plan de trabajo para la ejecución del diagnóstico y plan estratégico	10%	A presentarse como máximo a los 05 días calendario de inicio de servicio de la firma consultora (al día siguiente de la suscripción del contrato)	05
2	Producto 2 Metodología e instrumentos detallados para la elaboración del diagnóstico y plan estratégico	30%	A presentarse como máximo a los veinte 20 días calendario de inicio de servicio de la firma consultora (al día siguiente de la suscripción del contrato)	15

² Dependiendo del país, la tasa del Impuesto a la Renta varía. En caso que no exista convenio, la tasa del IR es del 30%.

Pago	Producto	Desembolso %	Plazos (desde suscripción del contrato)	Plazos por productos en días calendario
3	Producto 3 Diagnóstico de carencias y brechas técnico-productivas del mercado objetivo	40%	A presentarse como máximo a los ochenta 80 días calendario de inicio de servicio de la firma consultora (al día siguiente de la suscripción del contrato)	60
4	Producto 4 <ul style="list-style-type: none"> Plan Estratégico del CET. Manual de transferencia metodológica; Manual de transferencia metodológica entregado Taller de difusión de resultados del proyecto Resumen ejecutivo del proyecto 	20%	A presentarse como máximo a los 150 días calendario de inicio de servicio de la firma consultora (al día siguiente de la suscripción del contrato)	70
		100%	Total	150

El equipo de la contraparte del CET tendrá un plazo máximo de cuatro (4) días hábiles para la revisión de los productos. De existir observaciones, la firma consultora deberá entregar el documento con las subsanaciones en un plazo máximo de cuatro (4) días hábiles. En caso de que, en una segunda ronda de observaciones la firma consultora no logre absolverlas en su totalidad, se dará por incumplido el contrato y se procederá a su terminación anticipada, eximiendo a la Entidad Ejecutora de cualquier responsabilidad de pago por el producto incumplido y por los posteriores productos del contrato.

X. Aspectos complementarios

Confidencialidad

Se deberá mantener en forma reservada toda la información suministrada por el CET. Asimismo, la firma consultora 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.

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 CET, con exclusividad y a

Fanny R. Prado

todos los efectos. Siendo responsable la firma consultora de mantener la confidencialidad de la información frente a sí y ante terceros.

Vicios ocultos

La conformidad del servicio por parte del CET no enerva su derecho a reclamar posteriormente por defectos o vicios ocultos. El plazo máximo de responsabilidad de la firma consultora es de un (1) año contado a partir de la conformidad otorgada por el CET.

Fanny C. Pasadoro

Handwritten marks and symbols in the top right corner, possibly including a small 'x' and some illegible characters.

A small handwritten mark or symbol on the right side of the page.

A small handwritten mark or symbol on the right side of the page.