

PARQUE CIENTÍFICO Y TECNOLÓGICO DE PANDO

TERMINOS DE REFERENCIA CONTRATACIÓN CONSULTOR INDIVIDUAL PARA:

RELEVAMIENTO de INFORMACION para la TOMA de DECISIONES ESTRATEGICAS

INDICE

I) ANTECEDENTES

II) OBJETIVOS DEL TRABAJO DE CONSULTORÍA

III) PROFUNDIDAD DE LOS SERVICIOS

IV) PRODUCTO ESPERADO DE LA CONSULTORÍA

V) LUGAR Y PLAZO DE LA CONSULTORÍA

VI) SUPERVISIÓN Y COORDINACIÓN

VII) MODALIDAD DE CONTRATACIÓN Y PRESUPUESTO ESTIMADO

VIII) FORMA DE PAGO

I) ANTECEDENTES

1.1) PARQUE CIENTIFICO Y TECNOLOGICO DE PANDO (en adelante PCTP)

1.1.1) Acerca del PCTP.

El Parque Científico y Tecnológico de Pando (PCTP), creado por el artículo 251 de la Ley 18.362 de 2008, es entidad pública de derecho privado que surge con el propósito de ser un espacio articulador entre el sector empresarial, que apuesta por la innovación en Uruguay, y el sector científico capaz de desarrollar productos y procesos para la mejora de la competitividad en los mercados nacionales e internacionales.

Un parque científico y tecnológico es una organización gestionada por profesionales especializados cuyo objetivo principal es aumentar la riqueza de su comunidad, promoviendo la cultura de la innovación y la competitividad de sus empresas e

instituciones generadoras de saber instaladas en el parque o asociadas a él, explica la Asociación Internacional de Parques Científicos.

Un parque científico estimula y gestiona el flujo de conocimiento y tecnología entre universidades, instituciones de investigación, empresas y mercados; impulsa la creación y el crecimiento de empresas innovadoras mediante incubación y de generación centrífuga (spin off), y proporciona otros servicios de valor añadido, espacio e instalaciones de calidad.

1.1.2) Servicios brindados por PCTP

El PCTP brinda a las empresas la posibilidad de llevar adelante sus proyectos de investigación e innovación de la mano de científicos profesionales ubicados en el mismo predio.

La cercanía y el contacto permanente facilitan la realización de ensayos y ajustes de cada uno de los proyectos de forma permanente, a la vez que permite reforzar el vínculo entre la academia y la industria.

A su vez, el parque brinda asesoramiento a las empresas, tanto las que están instaladas como las que no lo están, en temas vinculados a la gestión de la Propiedad Intelectual e Industrial, pruebas de concepto, investigación de mercado, búsqueda de socios estratégicos, apoyo para la obtención de financiamiento cursos y talleres, comercialización del conocimiento, evaluación de oportunidades de negocio, y vigilancia tecnológica.

1.1.3) Rol del PCTP en el presente trabajo de consultoría.

El PCTP tiene a cargo todo el proceso vinculado a la gestión de la presente consultoría, es decir la contratación legal, supervisión, administración y pago (entre otros), siendo el responsable y contacto vinculante ante el consultor.

1.2) POLO TECNOLÓGICO DE PANDO (en adelante PTP).

1.2.1) Acerca del PTP

El Instituto Polo Tecnológico de Pando es una Unidad Académica de la Facultad de Química dedicada a la investigación, desarrollo e innovación (I+D+i) en Química, Biotecnología, Ciencias de los Materiales y Medio Ambiente, que está orientada desde su origen por la demanda del sector productivo de bienes y servicios, tanto privado y público.

1.2.2) Misiones estratégicas del PTP

Las misiones estratégicas del Instituto Polo Tecnológico de Pando de la Facultad de Química son:

_ Contribuir al relacionamiento de la Universidad con el sector productivo, facilitando la incorporación de la Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i) en las empresas como parte integral de su actividad. La incorporación de conocimiento agrega valor a la producción nacional de bienes y servicios, promoviendo y mejorando la competitividad.

_ Incrementar la formación a través de la enseñanza para estudiantes de nivel terciario (universitario y no-universitario), y para egresados de esos niveles, a los efectos de promover su especialización y/o perfeccionamiento; así como para todos aquellos que, teniendo una formación razonablemente equivalente a esos niveles, tengan interés justificado y compartido en las actividades que se realizan en el Instituto.

_ Promover y contribuir al desarrollo de la actividad científico tecnológica en todos sus planos.

_ Desarrollar, producir y controlar productos generados usando tecnologías químicas y biotecnológicas por empresas u organismos relacionadas con los sectores farmacéuticos, alimentarios y afines, así como brindar a los mismos cualquier otro servicio tecnológico relacionado con sus competencias técnicas.

_ Realizar, en las materias de su competencia, las actividades que permitan volcar al medio social sus conocimientos, y recibir de él todo aquello que contribuya a orientar adecuadamente el cumplimiento de sus fines.

1.2.3) Rol del PTP en el presente trabajo.

Es el beneficiario de los resultados obtenidos por el presente trabajo de consultoría.

II) OBJETIVOS DEL TRABAJO DE CONSULTORÍA

2.1 Objetivo General

El objetivo del trabajo será contribuir al proceso de toma de decisiones del Polo Tecnológico de Pando a través del suministro de información relevante de las empresas clientes y del grado de satisfacción de las mismas con los servicios recibidos del PTP.

2.2 Objetivos Particulares

2.2.1 Diseñar e implementar una metodología de relevamiento de Línea de Base de la performance del Polo Tecnológico de Pando entre sus clientes.

2.2.2 Identificar los atributos centrales de la propuesta de valor del PTP a los clientes (previos y actuales). Como llegan los cliente por primera vez. Grado de conocimiento de las capacidades disponibles. Generar y validar elementos para su fortalecimiento.

2.2.3 Contribuir al sistema gestión general, recomendando parámetros de monitoreo y evaluación de futuro.

2.3 Información a relevar con la consultoría

2.3.1 Caracterización de los clientes del IPTP (con servicios terminados y en ejecución a diciembre 2012) , para lo cual se diseñará una pauta de entrevistas previamente acordada con el IPTP para aplicar a empresas privadas, entidades del sector productivo (públicas y privadas), organizaciones sin fines de lucro y sector académico.

2.3.2 Caracterización de los servicios brindados en función de:

Contenido de I+D del servicio atendiendo a la clasificación interna del IPTP, Servicio brindado a la empresa por 1ª vez, o repetición de servicio anterior, repetición periódica, Duración del servicio o de los servicios repetidos, Plataforma principal que brinda el servicio, Administrador del servicio (Fundaquím y PCTP), origen del contacto (oferta o demanda)

2.3.3 Evaluación de la satisfacción

La encuesta de satisfacción debe relevar al menos los siguientes aspectos de conformidad con los servicios recibidos:

- a. TIPO de SERVICIO: Como identificaría el grado de sofisticación del servicio en una escala (a definir igual para todo) (lo que queremos saber si piensa que el Polo es el único capaz de brindarle ese servicio o si hay otros competidores y porque eligió al IPTP)
- b. RESULTADOS
 - i. Se solucionó el problema al cliente (ya sea el Polo o derivándolo a alguien pertinente). Si no porque?
 - ii. El contacto con el Polo le sirvió para definir mejor el problema o detectar oportunidades nuevas
 - iii. El servicio brindado contribuyó a mejorar la competitividad de la empresa.
 - iv. El servicio brindado facilita la innovación en su empresa

c. SERVICIO

- i. El servicio se realizó en tiempo acordado?
- ii. El tiempo acordado es adecuado?
- iii. Cuán satisfactoria es la relación costo beneficio?
- iv. Cómo calificaría su grado de satisfacción respecto al relacionamiento con el Polo. Para lo cual se diseñará en conjunto con el IPTP una matriz de ponderación de satisfactores.

d. FIDELIDAD

- i. En relación a la experiencia tenida con el IPTP volvería a contratar servicios al instituto? (Porque?)
- ii. Donde identifica que hay mayores oportunidades de mejora del IPTP: (comunicación de las capacidades de servicios, calidad de atención al cliente, actualización de la infraestructura tecnológica, otros explique)

2.4 Productos de la consultoría

2.4.1 Base de datos

Base de datos de las empresas, servicios y encuesta realizada factible de posterior análisis en formato acordado con el IPTP.

2.4.2 Resultados del análisis de la encuesta

El documento de línea de base debe dar información que permita responder objetivamente las siguientes interrogantes y establecer los parámetros de medición de la evolución de la percepción de los clientes en forma bianual:

- Quiénes son nuestros clientes?
- Qué servicios les damos?
- Para qué se los damos? Para que los usa? Que impacto tienen los servicios del IPTP para la empresa.
- Cómo se los damos?
- Cómo se puede mejorar?
- Como podemos ampliar número y calidad de clientes?

III) LUGAR Y PLAZO DE LA CONSULTORÍA

El trabajo se realizará en el territorio nacional. El consultor podrá contar con las infraestructura edilicia del Polo Tecnológico de Pando.

El plazo de trabajo será de aproximadamente 5 meses, desde el momento de la firma del contrato hasta su vencimiento previsto para el próximo 15 de Octubre del 2014.

IV) SUPERVISIÓN Y COORDINACIÓN

El consultor será responsable ante el Director del Polo Tecnológico de Pando o en su defecto la coordinadora de calidad, quien tendrá la supervisión de la tarea.

V) MODALIDAD DE CONTRATACIÓN Y PRESUPUESTO ESTIMADO

Los servicios de consultoría se contratarán por un importe total de USD 6.000 (dólares americanos seis mil) más IVA. Todos los gastos incurridos (comunicación, traslado, viáticos, etc.) están incluidos en el monto de los honorarios expresados anteriormente.

El consultor deberá facturar honorarios profesionales por sus servicios.

VI) FORMA DE PAGO Y PLAZOS PREVISTOS

6.1 Primera parte.

Contra la i) firma del contrato, ii) acuerdo de confidencialidad, iii) la aprobación de las variables de caracterización de los clientes y servicios de acuerdo al numeral 2.3.1 y 2.3.2 junto iv) al diseño de la encuesta a partir de la información brindada por el PTP: 30% de los honorarios pactados.

Fecha de vencimiento: 20 Junio.

6.2 Informe intermedio.

Contra la entrega y validación del informe intermedio: 20% de los honorarios pactados

El informe intermedio incluye:

- Base de datos con resultados del 50 % de las empresas a encuestar
- Caracterización de los clientes y servicios de acuerdo al numeral 2.3.1 y 2.3.2 relevados

Fecha de vencimiento: 20 de Agosto

6.3 Informe final.

Contra la entrega y aprobación del informe final: 50% de los honorarios pactados.

Informe final incluye la totalidad de los productos del numeral 2.4

Fecha de vencimiento: 10 Octubre.