

TÉRMINOS DE REFERENCIA (TDR)

SERVICIO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA EL DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DE POSICIONAMIENTO Y CAPTACIÓN DEL COLEGIO ABRAHAM LINCOLN

JUSTIFICACIÓN

La Coop. Servicios Educativos Abraham Lincoln tiene como objetivo fortalecer su posicionamiento en el mercado de colegios privados premium de Lima Metropolitana, optimizando sus estrategias de captación, diferenciación y conversión de matrículas.

En un entorno altamente competitivo, las familias evalúan factores como calidad académica, Bachillerato Internacional (IB), bilingüismo, infraestructura, experiencia educativa, reputación institucional y propuesta de valor antes de tomar una decisión de matrícula.

Asimismo, el proceso de elección de colegio se ha vuelto más analítico y competitivo, generando la necesidad de comprender con mayor profundidad los factores de decisión, barreras de captación, percepción de marca y oportunidades de diferenciación frente a los principales competidores.

Por lo tanto, resulta necesario contratar una empresa especializada en investigación de mercados que permita desarrollar un diagnóstico estratégico integral orientado a fortalecer la propuesta de valor y acelerar la captación de nuevas matrículas.

NOTA

1. Los requisitos mínimos del postor, establecidos en las especificaciones técnicas, son condiciones mínimas requeridas por la Cooperativa; por lo tanto, todo proveedor que supere dichas condiciones podrá participar en el proceso de selección.
2. Se solicita que la propuesta económica presentada sea competitiva y acorde al alcance solicitado, ya que será considerada dentro de la evaluación integral para la contratación del servicio.

SERVICIO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA EL DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DE POSICIONAMIENTO Y CAPTACIÓN DEL COLEGIO ABRAHAM LINCOLN

1. DENOMINACIÓN DE LA CONTRATACIÓN

Contratación del servicio de investigación de mercados para el diagnóstico estratégico del posicionamiento, percepción y captación del Colegio Abraham Lincoln.

2. ÁREA SOLICITANTE

Departamento de Marketing, Imagen Institucional y Admisión de la Coop. Servicios Educativos Abraham Lincoln.

3. FINALIDAD DEL SERVICIO

Contar con información estratégica y accionable que permita fortalecer el posicionamiento del Colegio Abraham Lincoln y optimizar sus estrategias de captación, comunicación y conversión de matrículas.

4. ALCANCE Y DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

La empresa consultora deberá desarrollar una investigación integral considerando metodologías cualitativas y cuantitativas.

a) Reunión de inicio y alineamiento estratégico.

b) Benchmark competitivo y análisis del entorno:

La investigación deberá evaluar la percepción y valoración del continuo IB completo (PEP, PAI, PD y POP) como diferencial competitivo.

c) Investigación cualitativa:

La consultora deberá desarrollar técnicas cualitativas orientadas a comprender percepciones, motivaciones, barreras y drivers de elección vinculados al proceso de selección de colegios premium.

Considerar como mínimo:

- Desarrollo de Focus Groups y/o entrevistas a profundidad.
- Desarrollo de guías de indagación.

Públicos sugeridos:

- Padres potenciales.
- Padres interesados.
- Padres admitidos no matriculados.
- Padres actuales.
- Desertores.
- Socios.
- Exalumnos.
- Personal académico y administrativo.

Entregables:

- Informe cualitativo.
- Insights estratégicos.
- Hallazgos clave.

d) Investigación cuantitativa.

La consultora deberá realizar una validación cuantitativa de los principales hallazgos obtenidos durante la investigación.

Considerar como mínimo:

- Encuestas online y/o presenciales.
- Diseño muestral.
- Procesamiento estadístico.
- Segmentación de resultados.

Variables sugeridas:

- Posicionamiento.
- Brand Equity.
- Preferencia.
- Consideración.
- Recomendación.
- Intención de matrícula.

Entregables:

- Base de datos.
- Tabulados.

- Dashboard o visualizaciones.
- Informe cuantitativo.

e) Informe final y lineamientos estratégicos.

La investigación deberá contemplar análisis de posicionamiento, benchmark competitivo, percepción de marca, Brand Equity, funnel de captación, drivers y barreras de matrícula, así como lineamientos estratégicos accionables.

Aplicación esperada con los resultados:

- Estrategia de comunicación.
- Estrategia de captación.
- Campañas comerciales.
- Optimización de propuesta de valor.
- Estrategia de posicionamiento.

5. REQUISITOS MÍNIMOS DEL POSTOR Y DE SU PERSONAL

- Experiencia mínima de 5 años en investigación de mercados.
- Experiencia en el sector educación.
- Experiencia en estudios cualitativos y cuantitativos.
- Equipo multidisciplinario especializado.
- Casos de éxito o referencias.
- Experiencia en posicionamiento de marca y captación comercial.

6. LUGAR DE EJECUCIÓN DEL SERVICIO

Las reuniones de coordinación, workshops y presentaciones finales podrán realizarse de manera presencial en las instalaciones de la Coop. Servicios Educativos Abraham Lincoln o de manera virtual, previa coordinación con el área solicitante.

7. GARANTÍA DEL SERVICIO

La empresa consultora deberá garantizar:

- Calidad metodológica del estudio.
- Cumplimiento del cronograma aprobado.
- Confidencialidad de la información.
- Disponibilidad para revisiones y ajustes razonables.

- Sustento técnico de los resultados y recomendaciones.

8. CONFORMIDAD DEL SERVICIO

La conformidad del servicio será otorgada por Gerencia General y el Departamento de Marketing, Imagen Institucional y Admisión de la Coop. Servicios Educativos Abraham Lincoln, previa revisión y validación de los entregables.

9. PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS

Las propuestas técnicas y económicas deberán incluir:

- Metodología
- Cronograma.
- Equipo consultor.
- Casos de experiencia.
- Valor agregado.
- Entregables.
- Costo total y costos por etapa.
- Condiciones de pago.

10. PENALIDADES

En caso de incumplimiento injustificado de los plazos establecidos en el cronograma aprobado, la Cooperativa podrá aplicar penalidades conforme a las condiciones establecidas en el contrato.

Asimismo, la empresa consultora deberá garantizar el cumplimiento del cronograma, calidad metodológica y presentación oportuna de los entregables.

Severidad	Detalle	Tiempo máximo de atención	SLA	Penalidad
Crítico	Incumplimiento en la entrega del informe final, paralización injustificada del proyecto o retrasos que afecten el cronograma general del estudio	1 día hábil	8x5	Penalidad por incumplimiento de SLA = días totales de atraso × valor del contrato × 0.002

Alto	Retraso en entregables parciales, incumplimiento de reuniones clave o demora en presentación de resultados	2 días hábiles	8x5	Penalidad por incumplimiento de SLA = días totales de atraso × valor del contrato × 0.002
Medio	Observaciones metodológicas, ajustes pendientes o inconsistencias en la información entregada.	3 días hábiles	8x5	Penalidad por incumplimiento de SLA = días totales de atraso × valor del contrato × 0.002
Bajo	Demora en respuestas, coordinaciones operativas o absolución de consultas que no afecten el avance general del proyecto.	4 días hábiles	8x5	Penalidad por incumplimiento de SLA = días totales de atraso × valor del contrato × 0.002