

## **PROGRAMA ESTRATÉGICO NACIONAL TURISMO SUSTENTABLE**

### **TRANSFORMA TURISMO DE CORFO**

## **TÉRMINOS DE REFERENCIA**

### **Diseño e implementación de un programa de transferencia de herramientas de Transforma Turismo**

#### **I. ANTECEDENTES GENERALES DEL PROGRAMA TRANSFORMA TURISMO**

A partir de la Ley de Turismo del año 2010, el turismo es considerado como una actividad estratégica del país que el Estado debe impulsar bajo un marco sustentable. Asimismo, describe el turismo como medio para conservar el medio ambiente, el patrimonio histórico y la identidad cultural, como también un sector tractor de otras actividades.

Corfo, a través de la Gerencia de Redes y Territorios, tiene a cargo mejorar la productividad de las empresas y la competitividad del ecosistema productivo de los territorios, potenciando la calidad de su gestión y la adopción de tecnologías, fortaleciendo el capital humano, fomentando la generación de redes y favoreciendo la inversión.

Para cumplir con esta finalidad, Corfo desarrolla sus funciones en conexión con las regiones y sus empresas, impulsando el trabajo coordinado entre los actores públicos y los tejidos productivos, implementando instrumentos que faciliten la participación de las empresas a través de incentivos que los lleven a asumir, de forma exitosa, los desafíos que el crecimiento y desarrollo demandan en forma colaborativa.

Además, la Corporación ha definido como uno de sus ejes transversales impulsar el desarrollo sostenible, promoviendo proyectos que incorporen criterios y acciones de desarrollo sustentable, para, además de tener impactos en la economía, contribuyan en forma positiva a la sociedad y al medio ambiente.

Los programas "TRANSFORMA", iniciativa coordinada por Corfo, son concebidos como una instancia de articulación y acción público-privada para el mejoramiento competitivo de sectores y territorios específicos. Su objetivo es contribuir en la mejora de la competitividad de las empresas de un sector y/o plataforma habilitante, en ámbitos donde existe alto potencial de generación de valor o crecimiento, a través de la resolución de brechas de competitividad y/o fallas de coordinación entre agentes públicos y/o privados, generando con ello un mejor entorno para el aumento de la productividad, la innovación y el emprendimiento. Los programas Transforma buscan:

- Generar y consensuar una visión de largo plazo diferenciadora para alcanzar ventajas competitivas relevantes a nivel global.

- Promover la generación y fortalecimiento de gobernanzas y capital social que mejore el entorno para la coordinación y colaboración público-privada y público-pública.
- Diseñar y/o actualizar en forma periódica y, en conjunto con actores claves, una hoja de ruta que permita avanzar en el cierre de brechas y aprovechamiento de oportunidades.
- Movilizar esfuerzos y recursos públicos y privados para la implementación de las actividades de la hoja de ruta.
- Generar redes de colaboración entre los actores públicos y/o privados para promover la competitividad del sector y/o territorio en torno a remoción de las brechas detectadas en los procesos de elaboración de las hojas de ruta.
- Diseñar un modelo y una estrategia que permita la continuidad del programa una vez finalizada las etapas de implementación del proyecto.

Se entenderá como "sector" a toda agrupación económica de primer y segundo nivel, que clasifica las áreas de producción y/o servicios en que se dividen los factores de producción y que permiten contabilizar su incidencia e importancia en la Matriz de Insumo Producto del Sistema de Cuentas Nacionales, elaborada por el Banco Central de Chile.

Para el caso del sector del turismo, se cuenta con programas regionales, meso regionales y un programa de alcance nacional, que es Transforma Turismo. Algunas definiciones importantes de este último son:

- Visión compartida: Chile ofrece destinos y productos diferenciados y altamente atractivos para mercados exigentes y responsables.
- Misión: Crear valor en la industria turística de Chile desde la generación de conocimiento compartido y la co-creación de mecanismos que impulsen la innovación empresarial.
- Propuesta de valor: Un espacio de conocimiento e inteligencia colaborativa, concebido como una plataforma para la dinamización para la innovación empresarial, articulado con otros programas similares en el país.

## **GOBERNANZA Y HOJA DE RUTA DE TRANSFORMA TURISMO**

Transforma Turismo cuenta con una Gobernanza conformada por los principales actores públicos, privados, asociaciones gremiales y la academia de la industria del turismo en Chile. Se trata de un sistema colaborativo que cuenta con diversas instancias de participación, de diseño y de decisión, constituidas en un Directorio, un Comité Ejecutivo, una Secretaría Técnica y una serie de Comités Gestores Temáticos.

La Gobernanza del programa, a su vez, define una Hoja de Ruta en la que se especifican iniciativas claves, especialmente diseñadas para cerrar las brechas competitivas del sector y de esta forma lograr el objetivo trazado. Transforma Turismo hoy se encuentra iniciando su segundo ciclo de implementación y cuenta con una Hoja de Ruta actualizada, que se presenta a continuación:

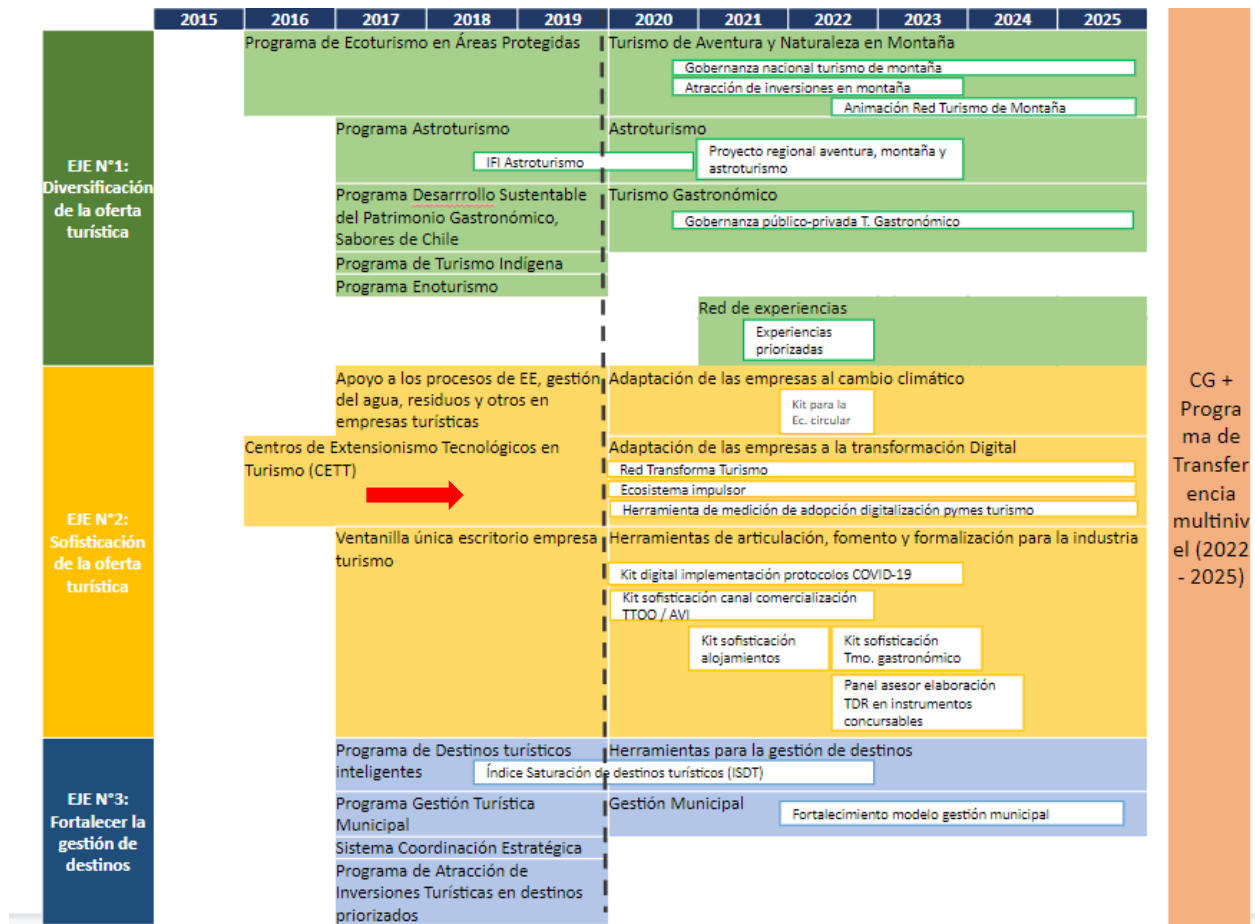


Figura 2: Hoja de Ruta Transforma Turismo

## HERRAMIENTAS Y MODELOS TRANSFORMA TURISMO

Durante los últimos cinco años, el Programa Transforma Turismo, ha implementado en forma exitosa iniciativas que han permitido a destinos y servicios turísticos del país, contar con modelos y herramientas de gestión para abordar brechas relacionadas con la gestión de los destinos turísticos y, la diversificación y sofisticación de la oferta turística. Entre estos modelos y herramientas se tiene:

### Para destinos:

- Modelo de destinos turísticos inteligentes, DTI. ([https://www.transformaturismo.cl/wp-content/uploads/2020/08/informe\\_final\\_dti.pdf](https://www.transformaturismo.cl/wp-content/uploads/2020/08/informe_final_dti.pdf)) Modelo de cooperación pública privada en áreas silvestres protegidas y sus entornos (CPP-AP) ([https://www.transformaturismo.cl/wp-content/uploads/2020/08/informe\\_final\\_modelo\\_de\\_cooperacion\\_esp.pdf](https://www.transformaturismo.cl/wp-content/uploads/2020/08/informe_final_modelo_de_cooperacion_esp.pdf))
- Modelo Operación Turística Cero Emisiones en ASP ([https://www.transformaturismo.cl/wp-content/uploads/2020/08/informe\\_final\\_parque\\_cero\\_emision.pdf](https://www.transformaturismo.cl/wp-content/uploads/2020/08/informe_final_parque_cero_emision.pdf))
- Modelo para el fortalecimiento de la gestión turística municipal - Distinción municipalidad Turística, DMT (<https://municipalidadturistica.sernatur.cl/>)

- Herramienta de gestión Índice de competitividad de destinos turísticos, ICDT (<http://icdtchile.unab.cl/>)
- Herramienta de gestión índice de saturación de destinos turísticos, ISDT (<https://drive.google.com/drive/folders/15BR0mBY-KStFIYX1VjfAbZayjSgzE6Z?usp=sharing> )
- Herramienta para la identificación de desafíos de innovación en destinos turísticos (<https://transformaturismo.cl/desafios/>)

**Para empresas:**

- Herramientas de eficiencia energética para empresas de turismo (<https://chilesustentable.sernatur.cl/eficienciaenergetica/>)
- Ruta de la formalización para empresas de alojamiento turístico (<https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2020/02/Ruta-de-La-Formalizacio%CC%81n-Alojamientos-Turi%CC%81sticos-2020.02-3.pdf>)
- Kit para servicios de TT.OO. y Agencias de Viajes
- (<https://www.transformaturismo.cl/toolkit/>)
- Kit digital para la auto implementación de protocolos COVID
- ([https://www.transformaturismo.cl/wp-content/uploads/2020/12/Soluciones\\_Tecnologicas\\_TT.pdf](https://www.transformaturismo.cl/wp-content/uploads/2020/12/Soluciones_Tecnologicas_TT.pdf);  
<https://www.transformaturismo.cl/productos/>)
- Herramienta para medir grado de adopción tecnológica (<https://www.transformaturismo.cl/productos/>)
- Herramientas para la sofisticación de servicios de alojamiento turístico (<https://www.transformaturismo.cl/producto/kit-de-herramientas-de-sofisticacion-de-alojamientos-turisticos/>)

**Todas estas herramientas o modelos tienen sus propios productos y el detalle de ellos, seleccionados para este servicio son los siguientes:**

Iniciativa	Descripción	Productos actuales con los que se cuenta	Link
<b>Desafíos de Innovación</b>	Proyecto que ha generado desafíos de innovación en destinos y empresas de destinos priorizados por el programa en el marco del plan nacional de montaña. Se configura como un primer ejercicio de “pilotaje”.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Kit paso a paso de vinculación academia - empresa (Modelo de vinculación con el medio para la innovación en turismo) con presentaciones resumen</li> <li>● Micrositio en sitio web Transforma</li> </ul>	<a href="https://transformaturismo.cl/desafios/acercade/">https://transformaturismo.cl/desafios/acercade/</a>

		<p>Turismo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Información de todos los desafíos levantados</li> </ul>	
<p><b>Herramientas para sofisticar servicios de alojamiento turístico</b></p>	<p>Conjuntos de herramientas que buscan elevar el nivel de competitividad e innovación en servicios de alojamiento turístico</p>	<p>Autodiagnóstico, planilla para resultados del autodiagnóstico, catálogo de soluciones, planilla de costos y utilidades. Gráficas de apoyo, video de presentación del kit y video tutorial para utilizar planilla de costos.</p>	<p><a href="https://www.transformaturismo.cl/kit-de-alojamientos/">https://www.transformaturismo.cl/kit-de-alojamientos/</a></p>
<p><b>Herramientas para sofisticar servicios de Agencias de Viajes y TT.OO.</b></p>	<p>Conjunto de Herramientas que buscan la sofisticación para mejorar la competitividad de PYMES de AAVV y TTOO</p>	<p>Flujogramas, tarifario, planilla de costos, infografía tips venta online, infografía tendencias de viaje post covid, diagrama comparativo, informe benchmark internacional, informe benchmark nacional, infografía los ejes de la transformación, infografía transformación digital, estudio perfil cliente, catálogo de herramientas.</p>	<p><a href="https://www.transformaturismo.cl/toolkit/">https://www.transformaturismo.cl/toolkit/</a></p>
<p><b>Modelo de Parque Cero Emisión</b></p>	<p>Bien Público que busca la adaptación de Áreas Silvestres Protegidas y Parques Naturales a la reducción de las emisiones de gases y su compensación mediante una estrategia y diferentes</p>	<p>Presentaciones, informes, pilotaje en PN Conguillio</p>	<p><a href="https://www.transformaturismo.cl/producto/modelo-de-parque-cero-emision-2/">https://www.transformaturismo.cl/producto/modelo-de-parque-cero-emision-2/</a></p>

	acciones		
<b>Herramienta para medir saturación de destinos turísticos, ISDT</b>	El ISDT es una herramienta de gestión que mide el estado de un conjunto de variables que permiten comprender el impacto del Turismo en el Territorio.	Videos, folletos y presentaciones del instrumento	<a href="https://www.transformaturismo.cl/producto/indice-de-saturacion-de-destinos-turisticos-2/">https://www.transformaturismo.cl/producto/indice-de-saturacion-de-destinos-turisticos-2/</a>
<b>Herramientas para incorporar Economía Circular en servicios turísticos</b>	Conjunto de herramientas que buscan la incorporación de principios de economía circular en servicios turísticos para una adaptación al cambio climático.	Estrategia de Comunicación; Encuesta de economía circular para destinos turísticos; Encuesta de Economía Circular para servicios turísticos; Encuesta orientadas a líderes de Gobernanzas ZOIT, Oficinas Municipales de Turismo y Gestores de Programas Territoriales; Decálogo todos a circular; Infografía de economía circular; Check list de buenas prácticas para la economía circular; Herramienta de trazabilidad; Catálogo Financiamiento & Proveedores EC Turismo; Informe n°1 Kit de Herramientas para impulsar destinos y servicios turísticos circulares + resumen ejecutivo; Informe n°2 Kit de Herramientas para impulsar destinos y servicios turísticos circulares + resumen ejecutivo.	

<p><b>Modelo de gestión turística para municipios</b></p>	<p>Modelo que busca ordenar mediante un conjunto de procedimientos y servicios considerados esenciales para fomentar el desarrollo turístico local.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Micrositio transferido a Sernatur</li> <li>● Documento para la implementación del modelo</li> <li>● Anexos que apoyan el modelo</li> <li>● Capsulas “csos de éxito” en video</li> <li>● Infografía resumen</li> </ul>	<p><a href="https://municipalidadturistica.sernatur.cl/">https://municipalidadturistica.sernatur.cl/</a></p>
<p><b>Herramienta de monitoreo de adop. digitalización mipymes de turismo</b></p>	<p>Instrumento diseñado por Transforma Turismo contenido en encuesta con metodología aplicada en ámbitos de adopción, innovación, económico y de satisfacción para monitorear el estado de adopción tecnológica posterior a capacitación en materia de digitalización a mipymes de turismo</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Minuta técnica de Metodología de aplicación</li> </ul>	<p><a href="https://drive.google.com/drive/u/1/folders/164mTOamh9VaVetaEr8PG9_0EQAV5AKkN">https://drive.google.com/drive/u/1/folders/164mTOamh9VaVetaEr8PG9_0EQAV5AKkN</a></p>
<p><b>Ruta de la formalización - Alojamiento Turístico</b></p>	<p>Esta ruta propone un camino para que cada emprendedor pueda cumplir formalmente con el funcionamiento del alojamiento turístico, abordando dos aspectos clave, la entrega de información y el paso a paso de los trámites que se deben realizar</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Documento que detalla paso a paso la formalización de alojamientos</li> <li>● Resumen ejecutivo con diseño.</li> </ul>	<p><a href="https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2020/02/Ruta-de-La-Formalizacio%CC%81n-Alojamientos-Turi%CC%81sticos-2020.02-3.pdf">https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2020/02/Ruta-de-La-Formalizacio%CC%81n-Alojamientos-Turi%CC%81sticos-2020.02-3.pdf</a></p>

<b>Herramientas para eficiencia energética</b>	Plataforma web que entrega recomendaciones y acciones enfocadas en la eficiencia energética principalmente para servicios de alojamiento y gastronómicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Plataforma web</li> <li>● Video que explica la plataforma y diferentes casos de éxito</li> </ul>	<a href="https://chilesustentable.sernatur.cl/eficiencia-energetica/">https://chilesustentable.sernatur.cl/eficiencia-energetica/</a>
<b>Guía de herramientas para la transformación digital</b>	Guía recopilatoria de herramientas e iniciativas disponibles del estado para la digitalización de mipymes turísticas. Ordenadas en el: "Entender, Aprender, Adoptar"	Guía digital	<a href="https://www.transformaturismo.cl/producto/guia-herramientas-digitales-para-mipymes-de-turismo/">https://www.transformaturismo.cl/producto/guia-herramientas-digitales-para-mipymes-de-turismo/</a>
<b>Metodología Clubes de productos</b>	Metodología que entrega herramientas para la comercialización de experiencias y servicios turísticos	Informe de acciones y alcances de la iniciativa. Presentación sobre lo qué es la metodología de Clubes de productos Piezas Gráficas de convocatoria en editable.	
<b>Prepara tu pitch</b>	Consejos prácticos para enfrentarse a Ruedas de Negocios o situaciones que requieran la venta de productos/servicios turísticos con foco en audiencias como intermediarios, mayoristas, proyectos de fomento, etc...	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Videos con presentación</li> <li>● Presentaciones prácticas</li> </ul>	<a href="https://www.transformaturismo.cl/producto/prepara-tu-pitch-2021/">https://www.transformaturismo.cl/producto/prepara-tu-pitch-2021/</a>
<b>Modelo de Parque Cero Emision y Modelo de Cooperación Publica - Privada en Areas Silvestres "Protegidas</b>	Modelos que tiene por objetivo generar capacidades para el turismo en ASP	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Informes y presentaciones</li> <li>● Infografías</li> </ul>	<a href="https://www.transformaturismo.cl/producto/modelo-de-parque-cero-emision-2/#">https://www.transformaturismo.cl/producto/modelo-de-parque-cero-emision-2/#</a>



## II. REQUERIMIENTOS

### ANTECEDENTES GENERALES DEL LA ASESORÍA

El Programa Nacional Transforma Turismo a lo largo de su implementación ha desarrollado, junto a su gobernanza, diferentes iniciativas, proyectos enfocados en diferentes audiencias. Estas herramientas han sido desarrolladas alineadas a la hoja de ruta del programa y cada uno de ellos tiene recursos, productos, y elementos que hacen posible que puedan ser implementados por las audiencias pertinentes. Asimismo, en los últimos meses se ha realizado un trabajo de actualizar cada una de estas iniciativas, generando también contenido específico que permita un mejor desarrollo de esta asesoría.

Para continuar con la profundización de la adopción de estas herramientas se hace necesario un empaquetamiento de las iniciativas que profundice y transversalice el alcance e intervención del programa, mediante diversas acciones, instancias y productos. Esto con foco en diferentes audiencias priorizadas, tanto con los socios estratégicos como con el ecosistema de la industria.

*Con el fin de posicionar al programa como un referente en innovación en turismo, y principalmente profundizar la adopción de herramientas desarrolladas en el programa se considera la necesidad de tener una asesoría que permita lograr posicionar y difundir estas herramientas entre las diferentes audiencias priorizadas.*

### OBJETIVO GENERAL

El objetivo principal de la consultoría es empaquetar y enriquecer las herramientas e iniciativas que se han desarrollado durante el Transforma y que tienen foco en diferentes subsectores y audiencias. **Se solicitarán diversas gestiones y productos que buscan profundizar el alcance y adopción de las herramientas por parte de usuarios finales. Estas herramientas se encuentran actualmente disponibles y cuentan con diferentes productos y recursos actualizados.**

**Esta asesoría debe incluir el posicionamiento del Programa como una alianza público privado, referente a nivel nacional en materia de innovación turística frente a los actores y empresas del sector y audiencias priorizadas y relevar a su Gobernanza como un elemento diferenciador. Asimismo debe ser simple y clara. En cada una de las acciones y productos solicitados, existirá un apoyo integral del equipo técnico del programa.**

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Implementar una estrategia y plan de acción para difundir las herramientas a beneficiarios y stakeholders claves con fuerte énfasis en la adopción final. En este sentido, se espera tipo de comunicación y canales diferenciados para actores públicos, privados, academia, sociedad civil y empresas.

Las audiencias claves o stakeholders son:

- Actores pertenecientes a las gobernanzas de los territorios: Programas de turismo de Corfo a lo largo del país Programas Estratégicos Regionales (PER), Programas Estratégicos Mesorregionales (PEM), Programas Territoriales Integrados (PTI), entre otros). Gobernanzas de ZOIT y gobernanzas turísticas de otras naturalezas.
  - Direcciones regionales de Sernatur, Sercotec y Corfo.
  - Áreas de fomento de gobiernos regionales
  - Universidades, con foco en Centros de vinculación con el medio
  - Municipios (Turismo y Fomento)
  - Ejecutivos Centros Fortalece Pyme( Corfo) y Centros Desarrollo Negocios (Sercotec).
  - Beneficiarios Centros Fortalece Pyme( Corfo) y Centros Desarrollo Negocios (Sercotec).
  - Red Transforma Turismo
  - Gremios nacionales y regionales.
  - Actores claves internos miembros de la gobernanza de Transforma Turismo (Comité Ejecutivo, mesas gestoras, Directorio, Secretaría Técnica, entre otros)
2. Diseñar piezas complementarias para lograr una implementación y apropiación dentro de las audiencias priorizadas.
  3. Identificar nuevas audiencias susceptibles a recibir estas herramientas o bien ser intermediarios para difundirlas.
  4. Se requiere un relato que comunique en su conjunto las iniciativas, diferenciados por audiencias con foco a cómo las experiencias e iniciativas específicas aportan al turismo, que a su vez posicionan y diferencian al programa en el sector turismo. Este relato debe poner énfasis en la sustentabilidad, innovación, sofisticación, mejora continua como elementos claves y diferenciadores. Asimismo que diferencie al programa y su gobernanza como un actor que contribuye a la innovación en el sector.
  5. Diseñar y difundir una estrategia y productos que permitan a intermediarios ( miembros de las audiencias definidas) fácilmente difundir entre sus beneficiarios estas herramientas priorizadas.
  6. Diseñar y difundir manuales de transferencia de las herramientas que permitan una mejor adopción por parte del usuario final, así de cómo un seguimiento y monitoreo del número y nivel de adopción.

7. Realizar hitos de lanzamiento o relanzamiento de alguna de las herramientas, previamente definidos con el equipo del programa.

### ACTIVIDADES Y PRODUCTOS A DESARROLLAR

La consultoría debe contemplar, a lo menos, la generación de lo siguiente durante el período enero -2023 y abril-2023:

- I. Estrategia comunicacional documentada y validada por el Equipo de Transforma Turismo de la difusión y empaquetamiento de las iniciativas priorizadas. La planificación debe considerar la identificación/determinación de las acciones a desarrollar; efectuar una bajada técnica y comunicacional de los productos a desarrollar y sus impactos en las respectivas audiencias. Esta debe ser clara, sencilla y comprensible. Asimismo esta estrategia debe considerar una fase piloto, con el objetivo de realizar ajustes pertinentes y así lograr mayor certeza del resultado final.
- II. Mapa de actores y audiencias, diferenciando los intermediarios del público final. Este debe incluir propuestas estratégicas del rol y la forma de intervenir a cada uno.
- III. Diseño y ejecución de manuales de transferencia, orientados al intermediario, de las herramientas que permitan una mejor adopción por parte del usuario final, así de una propuesta del nivel de adopción. Esto con el objetivo de alimentar también las futuras herramientas que Transforma Turismo desarrolle.
- IV. Acciones específicas propuestas por cada una de las herramientas priorizadas:

Iniciativa	Producto a solicitar
<b>Desafíos de Innovación</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Video que recopila la información del proyecto (u otro entregable según sugerencia de la consultora).</li> <li>2. Producción de taller con Universidades para transferir la metodología y apoyo en gestión de desarrollo de desafíos (en coordinación con el ejecutor de la Iniciativa).</li> </ol>
<b>Herramientas para sofisticar servicios de alojamiento turístico</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aplicar diseño a ficha síntesis de benchmarking para incorporar en herramientas (web)</li> <li>2. Rescatar del informe definición de los distintos conceptos (aplicar diseño)</li> <li>3. Preparación de elemento introductorio (respondiendo a objetivo, beneficiario)</li> </ol>

<b>Herramientas para sofisticar servicios de Agencias de Viajes y TT.OO.</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Aplicar diseño a ficha síntesis de benchmarking para incorporar en herramientas (web)</li> <li>5. Rescatar del informe definición de los distintos conceptos (aplicar diseño)</li> <li>6. Preparación de elemento introductorio (respondiendo a objetivo, beneficiario)</li> </ol>
<b>Herramientas para incorporar Economía Circular en servicios turísticos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aplicar diseño a ficha síntesis de benchmarking para incorporar en herramientas (web)</li> <li>2. Preparación de elemento introductorio (respondiendo a objetivo, beneficiario)</li> <li>3. Producción evento lanzamiento junto a eficiencia energética.</li> </ol>
<b>Ruta de la formalización</b>	Kit para transferir a sección herramientas en sitio web. (diseño gráfico, video o similar)
<b>Herramientas para eficiencia energética</b>	Acción de difusión: Re-lanzamiento plataforma Eficiencia energética y lanzamiento de Herramienta Economía Circular (conjunta)
<b>Metodología Clubes de productos</b>	Aplicar diseño flujograma y metodología nuevos pasos (traspaso de repositorio a Herramienta de destino en sitio web)
<b>Guía de Herramientas para la transformación digital</b>	Profundizar la difusión de esta herramienta para empresas. (Se encuentra lista para difundir)
<b>Prepara tu pitch</b>	Profundizar la difusión de esta herramienta para empresas.
<b>Modelo de gestión turística para municipios</b>	Profundizar la difusión de esta herramienta para municipios priorizados.
<b>Modelo de Cooperación Publica Privada en ASP y Modelo Parque Cero Emisión</b>	Diseño gráfico de elementos para su mejor entendimiento y difusión de estos en audiencias priorizadas

- V. Aplicación de diseño y estandarización de transferencias en términos gráficos alineados con manual de marca Transforma Turismo y con estrategia comunicacional actual (de acuerdo a lo solicitado).
- VI. Generar la bajada de contenidos para ser difundidos al público objetivo en las distintas plataformas (off y online), esto requiere coordinación con el equipo técnico y de comunicaciones del programa. Se debe incluir el diseño de contenido en material gráfico para sitio web, RRSS,

emailing, entre otros que considere infografías, producción de material audiovisual de rápida respuesta, entre otros. (según los requerimientos)

- VII. Considerar para publicaciones de los contenidos en las diferentes plataformas del programa:
- Instagram <https://www.instagram.com/transformaturismo>
  - Twitter [https://twitter.com/transforma\\_tur](https://twitter.com/transforma_tur)
  - LinkedIn [https://www.linkedin.com](https://www.linkedin.com/company/transformaturismo) /company/transformaturismo
  - Youtube <https://www.youtube.com/channel/UCuFfDjNjRQIlUj3-R4QETdg>
- VIII. Entrega de la totalidad de los elementos gráficos y técnicos originales que diseñe y produzca la empresa adjudicada, en archivos digitales editables, que se generen a través de esta consultoría. Esto incluye diseños gráficos digitales y para impresos, audiovisuales, documentos de texto, podcast, plantilla para presentaciones en powerpoint, entre otros.
- IX. Informe mensual de seguimiento e informe de todas las actividades realizadas en el periodo, así como reportería de los principales indicadores de seguimiento.
- X. Elaboración de informe final que indique todo lo ejecutado, en conjunto a un análisis de resultados, con análisis de evolución. Es importante una interpretación de los resultados, conclusiones y recomendaciones a futuro.
- XI. Otras actividades que ofrezca el oferente, que agreguen valor a su propuesta.

## ASPECTOS METODOLÓGICOS

El proponente presentará su propia metodología de trabajo, por medio de la cual asegure alcanzar los objetivos de la asesoría y los productos entregables. La metodología propuesta debe contener al menos:

- a) Coordinación: Para conseguir los objetivos descritos, se designará una contraparte formal y de jerarquía para el proyecto y se realizará una reunión semanal con el equipo para realizar seguimiento y trabajo técnico.
- b) Calendarización de la difusión de los productos y herramientas según la audiencia priorizada, este debe indicar plazos y fechas más allá de la consultoría.
- c) Gestión permanente de base de datos y actualización de las contrapartes oficiales por cada una de las audiencias priorizadas.
- d) Elaboración y entrega de los informes solicitados, detallando el contenido de cada uno de ellos.

### III. PRESUPUESTO Y FORMA DE PAGO

El costo total de la asesoría no deberá exceder de los \$8.800.000.-, impuestos y retenciones incluidas

La forma de pago del presente servicio debe ser propuesta por la consultora, la cual debe coincidir con hitos relevantes de entrega de productos o informes claramente identificables. No se contempla pagos anticipados.

Los hitos de pago serán de acuerdo con la entrega de productos concretos comprometidos, que sean perfectamente identificables en un informe emitido por la empresa con su respectivo medio de verificación. Transforma Turismo revisará el informe y puede realizar observaciones, las cuales deben ser subsanadas por la empresa, para dar aprobación al respectivo informe y posterior tramitación del pago.

Transforma Turismo podrá realizar observaciones a la forma de pago propuesta por la empresa adjudicada, la cual debe ser incorporada y corregida antes de su contratación e inicio del servicio.

### IV. POSTULACIÓN

La propuesta debe contener al menos lo siguiente:

**a. Descripción y antecedentes legales de la empresa consultora (o persona natural) y su equipo de trabajo.**

- i. Nombre o Razón social de la empresa (o persona natural cuando corresponda): Fotocopia del RUT de la Empresa y de su Rep. Legal o de la persona natural que postula.
- ii. Personería del Representante Legal, descrito en la constitución en caso de empresas.

**b. Propuesta técnica:**

La propuesta técnica debe incluir, a lo menos:

- a) Metodología detallada para cumplir con los requerimientos.
- b) Equipo de trabajo propuesto, identificando organigrama, nombre de los profesionales, títulos/profesión, cargo y detalle de principales funciones a realizar en la asesoría y cantidad de horas al mes dedicadas a la asesoría, entre otros.
- c) Experiencia del equipo de trabajo: Currículum Vitae de cada uno de los profesionales comprometidos y documentos que acrediten su profesión, informando la experiencia específica que tienen en este tipo de proyectos (experiencia y conocimiento de comunicaciones para iniciativas, organismos, programas y/o empresas de turismo)  
Se evaluará positivamente aquellos profesionales con experiencia en el sector público, programas público-privados y turismo. Asimismo, es deseable la experiencia en proyectos relacionados, vinculados al marketing y comunicaciones.

Para la acreditación de experiencia del equipo de trabajo se pueden presentar certificados y cartas emitidas por las empresas contratantes/clientes, contratos u otro documento formal que pueda verificar el trabajo realizado.

- d) Experiencia del oferente (empresa/persona natural): Antecedentes generales de la empresa consultora (o persona natural si corresponde), informando experiencia específica y demostrable que tiene en el tema de la presente compra.

No se considerará dentro de la evaluación antecedentes recibidos que no sean experiencia demostrable y que no tengan relación con el tema licitado.

Para la acreditación de experiencia del oferente se pueden presentar certificados y cartas emitidas por los clientes, resoluciones de adjudicación, contratos u otro documento formal que pueda verificar el trabajo realizado.

- e) Plan de Trabajo detallado con carta Gantt y responsables, principales actividades, productos entregables, entre otros.
- f) Detallar los productos entregables que compromete la empresa, soportes comunicacionales, entre otros.
- g) Medios de verificación a utilizar para cada uno de los productos y actividades. Se incluye en este el contenido propuesto para los informes bimensuales con registro de actividades.
- h) Propuesta de mejora (15% de ponderación final)

#### **c. Oferta económica:**

Señalar su oferta económica, en pesos chilenos en monto total bruto, es decir, con todos los impuestos incluidos, no superando el monto total disponible indicado en “PRESUPUESTO Y FORMA DE PAGO” de los presente TDR. Cualquier oferta económica que supere este monto se declarará inadmisibles.

No enviar ofertas en montos netos, en UF u otra unidad reajutable o moneda extranjera.

Se debe especificar la forma de pago del presente servicio, la cual debe considerar lo establecido en el punto “PRESUPUESTO Y FORMA DE PAGO” de los presente TDR. No se contemplan pagos anticipados.

Transforma Turismo podrá realizar observaciones a la forma de pago propuesta por la empresa adjudicada, la cual debe ser incorporada y corregida antes de su contratación e inicio del servicio.

#### **V. PLAZO DE EJECUCIÓN DEL SERVICIO**

El Presente servicio tiene como plazo máximo de ejecución 3 meses a partir de la firma del contrato, o hasta el 28 de abril de 2023, lo que se cumpla primero, con la posibilidad de prórroga de un mes en el caso de tener disponibilidad presupuestaria y aprobación de pertinencia técnica de Corfo, lo cual se comunicaría y formalizaría previo a la fecha de finalización del contrato.

- Los informes parciales serán considerando la propuesta de la empresa en sus contenidos y lo que se acuerde en el “Ajuste Metodológico”, una vez adjudicada la Asesoría.

- El informe final corresponderá al resumen de los principales resultados y hallazgos de la realización de toda la asesoría. Este informe es adicional al informe parcial bimensual (o eventualmente mensual) que corresponda al último periodo de ejecución.

Para su aprobación por parte del equipo técnico del Transforma Turismo, los informes de avance deberán ser enviados al correo electrónico de la contraparte técnica y presentados en los siguientes formatos:

- a) Presentación Power Point o similar
- b) Documento de Word.

## **VI. RECEPCIÓN DE PROPUESTAS**

Las postulaciones deberán presentarse vía correo electrónico al encargado de la compra: [carolina.ibanez@fedetur.cl](mailto:carolina.ibanez@fedetur.cl). El plazo será de 10 días corridos desde de la fecha de publicación, es decir, el plazo máximo será hasta las 12:00 horas del día 20 de enero del 2023.

Los participantes deberán presentar por correo electrónico los archivos adjuntos o un enlace en la nube para descarga (cuando el conjunto de archivos supere los 15 MB) de la carpeta digital sus respectivos documentos solamente en formato Word, Excel o pdf. El rotulado de la información que se envíe debe decir: Diseño e implementación de un programa de transferencia de herramientas de Transforma Turismo “Programa Transforma Turismo en su año 6 de implementación Código 14PEDN-38438-5”.

Las postulaciones que no sean entregadas dentro del plazo y hora establecidos en las presentes bases serán declaradas inadmisibles.

Todos sus antecedentes serán solicitados en soporte físico, con sus firmas originales o digitales, al momento de la formalización de la consultoría si es adjudicada.

## **VII. INFORMACIÓN Y CONSULTAS**

Los postulantes podrán formular consultas hasta las 18:00 horas del día 17 de enero de 2023, a través de correo electrónico dirigido a [carolina.ibanez@fedetur.cl](mailto:carolina.ibanez@fedetur.cl). No se aceptarán ni responderán consultas planteadas por un conducto diferente al señalado o vencido el plazo dispuesto al efecto.



## VIII. REQUISITOS Y ANTECEDENTES DEL PROPONENTE

Podrán participar oferentes, que cuenten con experiencia en las materias de la presente llamado, dentro de las cuales las condiciones mínimas que debe cumplir son:

Los proponentes deberán contar con personal calificado y con experiencia acreditada en las distintas disciplinas inherentes a esta consultoría. Además, deberán contar con la organización, equipos e infraestructura adecuada para garantizar la calidad de los servicios ofrecidos.

FEDETUR se reserva el derecho de suspender o poner término a la presente compra en cualquier momento de su desarrollo, sin expresión de causa, derecho que los proponentes reconocen desde el momento que aceptan participar en el llamado, liberando a FEDETUR del pago de cualquier indemnización por gastos en los que hubieren incurrido con ocasión de la preparación y presentación de parte o del total de la propuesta, u otros motivos.

## IX. EVALUACIÓN DE LAS OFERTAS

La evaluación de las propuestas recibidas será efectuada por una comisión evaluadora. Esta comisión asignará puntajes a cada una de las propuestas considerando los criterios y sistema de notas definidas por estos términos de referencia.. Resultará adjudicada, la propuesta que obtenga la mayor puntuación.

Se dejará constancia al momento de la apertura, de la recepción u omisión de los antecedentes generales solicitados.

Se creará una Comisión de Evaluación, la cual hará una propuesta al Comité Ejecutivo del Programa Transforma Turismo, dentro de los 7 días desde el cierre del llamado el cual será finalmente quien decida la adjudicación de la compra. .

Los criterios objetivos de evaluación y sus ponderaciones se indican en el siguiente cuadro:

<b>FACTORES TÉCNICOS Y ECONÓMICOS</b>	<b>Ponderación</b>
Experiencia del oferente, comprobable en gestión de comunicaciones en el ámbito turístico y/o público-privado.	15%
Experiencia del equipo de trabajo. Comprobable en gestión de comunicaciones en el ámbito turístico y/o público-privado.	20%
Metodología	20%
Plan de Trabajo	25%
Propuesta Económica	5%

Propuesta de Mejora	15%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

La evaluación de cada uno de los factores será de 1 a 5 de acuerdo a la siguiente valoración:

- 5 = Muy bueno
- 4 = Bueno
- 3 = Más que regular
- 2 = Regular
- 1 = Insuficiente

No serán técnicamente aceptables las ofertas que:

- a) La Comisión de Evaluación califique con nota 1, en cualquiera de los factores.
- b) Hayan obtenido nota final promedio inferior a 3.
- c) No cumplan con cualquier otro requisito estimado como esencial por la Comisión de Evaluación.

**Presentación de ofertas del Comité Ejecutivo del Transforma Turismo:** Sólo si el Transforma Turismo lo estima pertinente, se citarán a las empresas para que realicen una presentación en 15 minutos de los principales aspectos de su oferta técnica. Esto se realizará mediante una plataforma telemática de video conferencias. Se comunicará a las empresas preseleccionadas por correo electrónico el día, hora y plataforma para su realización.

#### **Mecanismo de resolución de empates**

En caso de presentarse un empate entre 2 o más ofertas, ello se resolverá adjudicando al oferente que hubiese obtenido el mayor puntaje en el criterio "Plan de Trabajo". Si aplicando la fórmula anterior aún persiste el empate entre oferentes, dicha situación se resolverá adjudicando al oferente que hubiese obtenido el mayor puntaje en el criterio "Metodología". De persistir el empate, se adjudicará al oferente que hubiese obtenido el mayor puntaje en el criterio "Experiencia del Equipo de Trabajo" y, finalmente, de continuar aun así empatados los oferentes, se adjudicará al oferente que hubiese obtenido el mayor puntaje en el criterio "Experiencia del Oferente".

#### **Acta de Evaluación**

De la evaluación resultante se elaborará un acta que será suscrita por los integrantes de la Comisión Evaluadora, indicando el detalle de las ofertas evaluadas y sus puntajes por criterio y total, las ofertas no admitidas y que no fueron evaluadas, la oferta adjudicada o si el llamado a compra es declarada desierta.

## **X. ADJUDICACIÓN**

La compra será adjudicada al oferente que obtenga mayor puntaje ponderado, de acuerdo con los criterios de evaluación indicados precedentemente.

La adjudicación se resolverá dentro del plazo estimado, establecido en el calendario de este documento, que se estima en 15 días corridos. Si la adjudicación no se realizase dentro del término señalado, se informará a través de correo electrónico o en el sitio web de FEDETUR si corresponde, las razones que justifican, debiendo indicar el nuevo plazo para cumplir dicho trámite, no pudiendo este nuevo plazo exceder en total los 30 días hábiles desde la fecha inicialmente fijada para la adjudicación.

La adjudicación de la propuesta se hará por el Acta de Evaluación evacuada por la Comisión Evaluadora, que ponderará las ofertas de acuerdo a los criterios de evaluación previamente establecidos en los términos de referencia, que permitan definir al adjudicatario que haya presentado la oferta más conveniente.

El acto administrativo que adjudica la compra se informará a través del correo electrónico de contacto que indicó el oferente adjudicatario en su propuesta. De la misma forma se comunicará, en caso de ocurrir, el hecho de haberse declarado desierto el llamado a compra. .

El adjudicatario deberá comprometerse a implementar el servicio en los plazos acordados con FEDETUR.

En el caso que el adjudicatario no entregue la garantía de fiel, íntegro y oportuno cumplimiento (si correspondiese), no concurriera a suscribir el contrato, o no presente los documentos solicitados en el plazo señalado por FEDETUR, se entenderá que ésta no acepta la adjudicación, pudiendo FEDETUR re-adjudicar la compra al oferente que hubiere ocupado el segundo lugar o siguiente en su caso, o en su defecto, declarar desierto el llamado. El oferente ubicado en el segundo lugar, en su caso, deberá cumplir con la entrega de la garantía de fiel, íntegro y oportuno cumplimiento del contrato (si correspondiese) y la documentación legal correspondiente dentro de los mismos plazos, en la forma y condiciones establecidas en los presentes términos de referencia.

Sólo cuando corresponda e informe debidamente en las bases, FEDETUR podrá adjudicar a una o más empresas para contratar dicho servicio.

FEDETUR no estará obligado a comunicar las causas por las cuales no se adjudicó el servicio a los proponentes no favorecidos. Asimismo, tampoco estará obligado a comunicar a los oferentes no favorecidos el nombre ni las condiciones técnicas o precios en que fue adjudicado el servicio objeto de estas bases.

## **XI. CONTRATACIÓN**

El adjudicatario deberá presentar los siguientes documentos para tramitar la contratación e inicio de los servicios:

- Carta declaración jurada de ausencia de conflicto de interés (Anexo 1)
- Certificado de Vigencia actualizado (30 días de vigencia) de la empresa, si corresponde.
- Certificado de antecedentes laborales, pago de Leyes Previsionales y Seguro de Desempleo (F30 vigente al momento de la postulación).

## **XII. TÉRMINO ANTICIPADO DEL CONTRATO**

FEDETUR podrá poner término anticipado al contrato, en forma administrativa, sin necesidad de demanda ni requerimiento judicial, en los siguientes casos:

1. Si el adjudicatario incurre en incumplimiento grave del contrato especialmente cuando no se realicen los servicios o trabajos contratados.
2. Disolución de la entidad adjudicataria.
3. Atraso injustificado en el cumplimiento de plazos estipulados para la ejecución del servicio o trabajos por el mismo oferente en su Plan de Trabajo y /o Carta Gantt.

## **XIII. PROPIEDAD INTELECTUAL**

La propiedad intelectual de los trabajos y servicios contratados por la presente asesoría serán de propiedad de Corporación de Fomento para la Producción (CORFO) y de FEDETUR, como titular secundario. La persona o empresa no podrá ceder derechos o compartir los trabajos que sean parte de esta asesoría a terceros, ni publicar ni compartir información parcial o total generadas por esta asesoría y del programa Transforma Turismo con otros medios de comunicación sin la autorización expresa.

## **XIV. ACEPTACIÓN DE LAS CONDICIONES**

La presentación de la oferta implica la aceptación por parte del proponente de todas y cada una de las disposiciones contenidas en los presentes términos de referencia, las normas y condiciones que regulan tanto el mecanismo de llamado, selección y adjudicación, así como la ejecución del contrato, sin necesidad de declaración expresa. Con el objeto de proteger la propiedad intelectual de las ofertas técnicas, éstas no serán visibles una vez adjudicada la compra.

#### **XV. COSTOS DE PREPARACIÓN DE LA OFERTA**

Los costos relacionados con la elaboración y presentación de la oferta serán de cargo exclusivo de cada oferente, no asistiéndole a FEDETUR responsabilidad alguna en tal materia, cualquiera sea el resultado de la elección de proveedor de la presente compra.

#### **XVI. SUBCONTRATACIÓN**

El contratado deberá ejecutar el contrato con personal propio. No obstante, respecto de aquellos servicios que por naturaleza de las prestaciones requeridas deban ser subcontratados, y siempre que dicha situación se encuentre señalada en la Oferta Técnica y/o en los términos de referencia, se podrá subcontratar la prestación del servicio, en los términos previstos en la Oferta o en los términos de referencia. No obstante, cualquier cambio en los proveedores, como asimismo las subcontrataciones adicionales, deberán contar en forma previa con autorización expresa y por escrito de la Contraparte Técnica de FEDETUR.

En todo caso, será el contratado o su continuador legal, el único responsable ante FEDETUR del cabal y oportuno cumplimiento de los servicios contratados. La empresa contratada asume íntegramente la total responsabilidad de los contratos y subcontratos que este adquiera para la ejecución del servicio encomendado, liberando totalmente a FEDETUR de cualquier responsabilidad a este respecto.

#### **XVII. CESIÓN DEL CONTRATO**

El contratado no podrá ceder ni transferir en forma alguna, sea total o parcialmente, los derechos y obligaciones que nacen con ocasión del presente llamado y del contrato que en definitiva se suscriba, salvo que norma legal especial permita las referidas cesiones.

**Santiago, enero de 2023**

## ANEXO 1

### Declaración Jurada Ausencia de Conflicto de Interés

Por medio de la presente, el/la suscrito/a en representación de la empresa (Razón Social Empresa) RUT N° (RUT Empresa) declara que no existe conflicto de interés respecto a que alguno de los gerentes, administradores, representantes, directores o socios dueños de más del 50% del capital de la empresa, como persona natural y sus cónyuges o sus parientes hasta el segundo grado de consanguinidad o afinidad, sea a la vez gerente, administrador, representante, director o socio dueño de más del 50% del capital del beneficiario / entidad ejecutora / coejecutor / asociado / agente operador intermediario del programa Transforma Turismo; así como la existencia de cualquier otra circunstancia que le reste imparcialidad en la ejecución, desarrollo o supervisión de los programa y/o proyectos.

---

Firma Representante Legal Empresa  
Nombre Representante Legal Empresa  
RUT Representante Legal Empresa  
Ciudad y fecha