



**TERMINOS DE REFERENCIA (TDR)
LICITACIÓN**

**CONSULTORÍA ETAPA DE EJECUCIÓN
NODO “Posicionamiento de la oferta turística de intereses
especiales de la Región de Coquimbo en mercados de exportación”**

CÓDIGO: 18NODO-105202-2

PROGRAMA NODOS PARA LA COMPETITIVIDAD

REGIÓN DE COQUIMBO

10 de Diciembre de 2019



NODO “Posicionamiento de la oferta turística de intereses especiales de la Región de Coquimbo en mercados de exportación”

CÓDIGO: 18NODO-105202-2

DESCRIPCIÓN DE PROYECTO

La ejecución del proyecto corresponde a su segundo año de desarrollo, beneficiando a un total de 8 empresas del sector turístico. En su primera etapa las empresas lograron cerrar brechas en cuanto a uso canales de comercialización, uso de TIC para la administración del negocio y conocimiento y uso de marketing, especialmente en el área de promoción, lo que les ayudó a generar información comercial que permite plasmar en el plan de trabajo mayores acciones comerciales para posicionar el destino en mercados objetivos. Por lo tanto, en el segundo año se enfocarán los recursos para desarrollar segmentos del mercado argentino que declaran conocer parcialmente el destino, lo cual se constituye en una oportunidad para aumentar las visitas de este segmento (Mendoza y Córdoba). El objetivo de este trabajo es posicionar las visitas de estos turistas para los meses de noviembre, diciembre y marzo, dado que hay tarifas competitivas y el clima se mantiene agradable para disfrutar del principal motivador de viaje del argentino “playa”. Este desarrollo de mercado incorporará el astroturismo como motivador para adelantar las visitas y aumentar los días de permanencia en destino, dado que constituyen visitas al Valle de Elqui, Limarí y Choapa y no solo La Serena. Respecto al mercado brasileño se mantendrán las acciones para aumentar la posición competitiva en este mercado, que gracias a la articulación con la mesa comercial regional de CORFO el aumento de esta posición aumentará con mayor velocidad. Este segmento de turistas no conoce a cabalidad el destino, pero el territorio cuenta con motivadores de viajes, validados por expertos en el mercado brasileño, que se acomodan a las exigencias de los brasileños. Sus visitas concentradas en invierno se presentan como una oportunidad para aumentar la ocupación del destino, con capacidad ociosa en esta temporada, y de los beneficiarios en este periodo del año. Además, se sumará la estrategia de desarrollar rutas lógicas que conectan el destino Valle de Elqui con San Pedro de Atacama, destinos posicionados internacionalmente.

Se visualiza como elemento principal de esta etapa generar acuerdos que faciliten la comercialización asociativa del destino, actualmente esto no es una opción de compra para operadores mayoristas. Esto se traduce en pérdida de competitividad, dado que el destino no se ofrece de forma regular como un destino vacacional para todo el año.



OBJETIVO GENERAL

Generar capacidades y articulación de la oferta TIE exportable de la región de Coquimbo, para acceder a mercados internacionales priorizados y ofrecer productos de calidad según estándares requeridos por dichos mercados.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Coordinar la oferta de los beneficiarios con calidad exportable para mercados objetivos.
2. Transferir habilidades de gestión comercial y optimización de herramientas Tics para la administración.
3. Generar capacidades para acceder y posicionar la oferta Turística de la Región Estrella en mercados objetivos.

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Comunas de La Serena, Vicuña y Ovalle, Provincia del Elqui y Provincia del Limarí, R. de Coquimbo.

PROPONENTES

Los proponentes deberán contar con personal calificado y con experiencia en las distintas actividades del programa. Además, deberán contar con equipos e infraestructura necesaria para garantizar la calidad y certeza en los resultados y/o demostrar conocimiento en turismo y de los mercados.

Los proponentes podrán ser personas naturales, empresas de servicios de asesorías y/o instituciones que cuenten con profesionales con experiencia en trabajos de asesorías técnicas y comerciales, con al menos 5 años de experiencia en el rubro.

PLAN DE TRABAJO

N°	NOMBRE ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN ACTIVIDAD (*)	Presupuesto \$
1	Taller de análisis de alternativas para Comercialización Asociativa	<p>Objetivo: Acordar modalidad de comercialización asociativa de la oferta de beneficiarios.</p> <p>Se trabajará con los beneficiarios del proyecto en analizar alternativas que faciliten la comercialización del destino asociativamente. Las alternativas existentes son:</p> <p>1.- Hoteles integren dentro de sus tarifas excursiones.</p> <p>2.- Agencias de Viaje negocien tarifas especiales, que aseguren valores competitivos de los programas.</p> <p>3.- Necesidad de creación de una organización regional de comercialización.</p> <p>Se buscará llegar un acuerdo que cree las bases de comercialización del proyecto.</p> <p>Este taller lo guiará el director del proyecto. Quien analizará las posibilidades detalladamente para presentar pro y contras de cada modalidad.</p>	\$1.000.000
2	Ronda de Negocios Beneficiarios – Agencias de Viajes Regionales	<p>Objetivo: Acordar operativa del trabajo de comercialización asociativa.</p> <p>Se invitará a al menos 4 empresas que operen el destino a nivel regional para suscribir acuerdos que permitan operar asociativamente el destino, por parte de mayoristas nacionales en la modalidad de turismo vacacional. Esto para las temporadas de otoño, invierno y primavera.</p> <p>La metodología de seguimiento será lograr concretar el tarifario para mayoristas que incluyan habitaciones y excursiones, operadas por una sola empresa.</p>	\$1.000.000
3	Desarrollo de Habilidades de Negociación y cierre de negocios Turísticos	<p>Objetivo: Transferir conceptos claves para negociar y cerrar negocios turísticos.</p> <p>Esta actividad trabajará con un experto Negociador Turístico, quien traspasará su conocimiento al grupo de beneficiarios. Lo anterior, se desarrollará bajo el formato de taller. Por lo que, el expositor preparará una presentación que será expuesta al grupo de</p>	\$1.700.000

		<p>empresas. Esta considerará los datos claves para tener éxito en la negociación. La duración de la actividad será máxima de dos horas.</p> <p>Todas las empresas que no puedan participar de esta actividad, serán visitadas por el director del proyecto para nivelar conocimientos.</p>	
4	<p>Desarrollo de Alianzas estratégicas para comercialización en Córdoba</p>	<p>Objetivo: Generar acuerdos que posicionen la oferta turística de la Región de Coquimbo en Córdoba.</p> <p>La base de datos de operadores suscritos a la Asociación Cordobesa de Agencias de Viaje (ACAV), desarrollada durante el primer periodo del proyecto será insumo para esta actividad. La cual desarrollará estas tres acciones:</p> <p>1.- Reuniones de Negocios con Agencias de Viaje Minoristas. El objetivo es generar alianzas comerciales con empresas interesadas en comercializar el destino.</p> <p>2.- Lanzamiento oferta turística Región de Coquimbo. El objetivo de esta actividad es generar dentro de los medios de influencia de Córdoba espacios para la promoción del destino.</p> <p>3.- Workshop ACAV otoño. Se considera participar en el workshop de otoño que organiza ACAV, para así visibilizar el destino y generar acuerdos comerciales de mayoristas del destino. Se considera la participación de dos empresas en la actividad.</p>	<p>\$5.050.000</p>
5	<p>Desarrollo de Alianzas estratégicas para comercialización en Mendoza</p>	<p>Objetivo: Generar acuerdos que posicionen la oferta turística de la Región de Coquimbo en Mendoza</p> <p>La base de datos de operadores suscritos a la Asociación Mendocina de Agencias de Viajes y Turismo (AMAVYT), creada y desarrollada durante el primer periodo del proyecto será insumo para esta actividad. La cual desarrollará estas tres acciones:</p> <p>1.- Reuniones de Negocios con Agencias de Viaje Minoristas. El objetivo es generar alianzas comerciales con empresas interesadas en comercializar el destino.</p> <p>2.- Lanzamiento oferta turística Región de Coquimbo. El objetivo de esta actividad es</p>	<p>\$5.550.000</p>

		<p>generar dentro de los medios de influencia de Córdoba espacios para la promoción del destino.</p> <p>3.- Workshop AMAVYT otoño. Se considera participar en el workshop de otoño que organiza AMAVYT, para así visibilizar el destino y generar acuerdos comerciales de mayoristas del destino.</p> <p>Se considera la participación de dos empresas en la actividad.</p>	
6	<p>Workshop Asociación Cordobesa de Agencias de Viaje (ACAV) Verano</p>	<p>Objetivo: Posicionar la oferta comercial de verano en Córdoba</p> <p>Considera la participación de dos empresas del proyecto en el Workshop de la Asociación Cordobesa de Agencias de Viaje (ACAV) Verano. Se buscará reforzar los acuerdos alcanzados en la visita de otoño, para así asegurar la visita de turistas de este mercado. Se considera de igual forma la creación de una agenda de reuniones para empresas operadoras de viaje y gestión de prensa para activar demanda de público final.</p>	<p>\$1.750.000</p>
7	<p>Workshop Asociación Mendocina de Agencias de Viajes y Turismo (AMAVYT) Verano</p>	<p>Objetivo: Posicionar la oferta comercial de verano en Mendoza</p> <p>Considera la participación de dos empresas del proyecto en el Workshop Asociación Mendocina de Agencias de Viajes y Turismo (AMAVYT) Verano. Se buscará reforzar los acuerdos alcanzados en la visita de otoño, para así asegurar la visita de turistas de este mercado. Se considera de igual forma la creación de una agenda de reuniones para empresas operadoras de viaje y gestión de prensa para activar demanda de público final.</p>	<p>\$1.800.000</p>
8	<p>Prospección optimización Channel Managers</p>	<p>Objetivo: Prospeccionar soluciones que permita administrar stock de habitaciones habilitadas en motores de reservas de mayoristas en los channel managers de los beneficiarios.</p> <p>El director del proyecto analizará alternativas para que los beneficiarios del proyecto puedan encontrar una solución tecnológica para administrar el stock de habitaciones cargados en</p>	<p>\$1.500.000</p>

		<p>los motores de reservas de agencias mayoristas. Estas son las únicas que no están automatizadas y generan dificultades en la administración de stock por la misma razón. Este análisis brindara información técnico económica para que cada empresa pueda tomar su mejor decisión. La entrega de esta información será personalizada, para apoyar gestiones requeridas por la empresa.</p>	
9	<p>Posicionamiento y Gestión Comercial en Ferias Internacionales</p>	<p>Objetivo: Posicionar la oferta comercial en Ferias Internacionales de Turismo.</p> <p>Se elegirá dos representantes del grupo de beneficiarios para que participen en ferias internacionales de turismo. Uno participará en la WTM de Sao Pablo y el otro en la FIT de Buenos Aires.</p> <p>La participación de cada uno de ellos será planificada por el director del proyecto, quien además dará a conocer el proceso de participación a cada beneficiario por medio de una visita técnica. Esto considera indicar como inscribirse en la feria, planificar reuniones de negocio y activaciones del destino en stand de Chile.</p>	<p>\$3.350.000</p>
10	<p>Tours de Familiarización del Destino para de operadores de la cadena de valor internacional</p>	<p>Objetivo: Dar a conocer a operadores de viajes insitu los servicios, atractivos y experiencias turísticas del destino.</p> <p>En función del resultado de negociaciones con las distintas empresas con las que se sostendrán reuniones. Se seleccionarán las que muestren mayor interés de incorporar la oferta de la región a su oferta comercial regular.</p> <p>Se elegirán 3 empresas para que visiten el destino y conozcan la calidad de los servicios de los beneficiarios, los tours de familiarización estarán planificados en función de las necesidades del mercado que representan las empresas invitadas y en acuerdo con los beneficiarios.</p>	<p>\$6.000.000</p>
11	<p>Creación Kit de Prensa</p>	<p>Objetivo: Entregar elementos básicos de promoción turística a los beneficiarios.</p> <p>Con el fin de facilitar la promoción del destino y empresas del proyecto, se creará un kit de prensa que cuente de videos, fotos y notas de</p>	<p>\$1.000.000</p>

		interés que puedan ser utilizados libremente por los beneficiarios del proyecto. Esto para que dispongan de contenidos para difundir por sus redes como también para que puedan ser utilizada en instancias de gestión de prensa en instancias de promoción internacional.	
12	Publicaciones en Blog de viaje en Mercados Objetivos	Objetivo: Posicionar contenidos que determinan decisiones de viaje en mercados objetivos. Se seleccionarán dos blogs de viajes para Mendoza, Córdoba, San Juan y Brasil, en los cuales se escribirán mensualmente notas de viaje del destino. Estos brindaran información sobre como llegar, que actividades desarrollar, costos promedios, contactos de servicios, entre otros datos que faciliten la planificación de viajes a la región de Coquimbo.	\$1.200.000
13	Campañas en redes sociales	Objetivo: Posicionar contenidos que persuaden al público final visitar la región de Coquimbo. Se crearán 2 campañas por mercado, dos para Argentina y dos para Brasil. Las cuáles serán lanzadas previo al periodo al cual se espera recibir visitas de estos turistas. Para Argentina previo a noviembre y para Brasil previo al invierno. Se utilizarán 2 tipos de campañas, de posicionamiento orgánico y pagado. Cada una tendrá objetivos distintos, la de posicionamiento orgánico buscará aumentar la cantidad de personas que siguen páginas regionales y las pagas en llegar a un amplio segmento de potenciales clientes para visibilizar la oferta turística de la región.	\$1.500.000
14	Invitación a Medios de Comunicación Especializados	Objetivo: Difundir contenidos "bitácoras de viaje" en mercados objetivos Se invitará medios de comunicación que influyeran en decisiones de viajes de los potenciales visitantes en los mercados objetivos. Se considera la invitación de al menos dos medios de comunicación, tales como: programas radiales, TV Shows y/o Blog de viajes digitales (Youtubers). Para seleccionar a los medios que participaran de esta producción de contenidos se acordará con la Mesa	\$3.266.667

		Comercial Regional de CORFO y los Beneficiarios del proyecto.	
15	Articulación con iniciativas y proyectos estratégicos de posicionamiento internacional	<p>Objetivo: Generar sinergias de trabajo con iniciativas que maximicen los resultados del proyecto.</p> <p>El director del proyecto trabajará en coordinación con otros programas estratégicos de internacionalización de oferta turística, al menos se debe generaran sinergias con IFI Astroturismo, Corporación de Turismo de Vicuña y Paihuano, además programas nacionales como el Transforma Turismo.</p>	\$1.000.000
TOTAL \$			\$36.666.667

CUADRO N°12: CARTA GANTT ETAPA DESARROLLO (Marcar con X los meses ejecución de las actividades)

N°	ACTIVIDAD	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10
1	Taller de análisis de alternativas para Comercialización Asociativa	x	x	x	x						
2	Ronda de Negocios				x	x					
3	Desarrollo de Habilidades de Negociación Turística			x							
4	Desarrollo de Alianzas estratégicas para comercialización en Córdoba						x	x			
5	Desarrollo de Alianzas estratégicas para comercialización en Mendoza						x	x			
6	Workshop ACAV Verano									x	x
7	Workshop AMAVYT Verano									x	x
8	Prospección optimización Channel Managers			x	x	x					
9	Posicionamiento y gestión Comercial Ferias Internacionales					x				x	x
10	Tours de Familiarización del Destino para de operadores de la cadena de valor internacional								x	x	x
11	Creación Kit de Prensa	x	x								
12	Publicaciones en Blog de viaje en Mercados Objetivos	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

13	Campañas en redes sociales	x	x		x	x				x	x
14	Invitación a Medios de Comunicación Especializados			x	x	X	x	X	X	X	x
15	Articulación con iniciativas y proyectos estratégicos de posicionamiento internacional			x	x	x	x	x	x	x	x

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Ponderación
<p>CAPACIDADES TÉCNICAS Y EXPERIENCIA DEL EQUIPO DE TRABAJO</p> <p>La Consultora o institución que ejecute la Etapa de Desarrollo deberá contar con un equipo de trabajo con experiencia en ejecución de consultorías en el sector turístico, conocimiento en el sector y los mercados.</p>	25%
<p>EXPERIENCIA DE LA CONSULTORA EN EL APOYO A PROCESOS DE INTERNACIONALIZACIÓN DE PYMES Y DE SUS MERCADOS</p> <p>La Consultora o institución que ejecute la Etapa de Desarrollo deberá contar con al menos 5 años de experiencia en ejecución de consultorías con foco en turismo.</p>	20%
<p>PROPUESTA TÉCNICA</p> <p>Propuesta Metodológica del trabajo a realizar.</p>	30%
<p>EQUIPAMIENTO E INFRAESTRUCTURA PARA EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES</p> <p>Indicar salones a utilizar en las actividades que lo requieran, instalaciones u otros a realizar en las actividades.</p>	15%
<p>PROPUESTA ECONÓMICA:</p> <p>Dentro de los sub ítem a evalúa: Oferta económica. Tiempo de dedicación al proyecto de los profesionales.</p>	10%

- Puntajes: Escala: 1 a 7.

ASIGNACIÓN: Para la adjudicación, las proponentes deberán alcanzar un puntaje mínimo de 6 y ninguno de los criterios bajo 5. En caso de existir más de una empresa con la misma puntuación, la demandante seleccionará de acuerdo a nuevos criterios. Los resultados serán informados vía correo electrónico el día Viernes 03 de Enero de 2020.

PROPUESTA

La propuesta debe contener la siguiente información:

Datos Generales del Postulante

- Rut
- Dirección
- Teléfono
- Nombre Jefe de Proyecto
- Correo electrónico
- Teléfono

Antecedentes Legales del Postulante Empresa

- CV de la empresa ejecutora
- Copia del Rut de la empresa
- Escritura de la constitución de sociedad y sus modificaciones.
- Poder de los representantes legales
- Copia del Rut de sus representantes legales.
- Certificado de vigencia con no más de 30 días de antigüedad.

Antecedentes Técnicos

- Propuesta técnica
- Metodología de trabajo
- Esquema organizacional, nombre y CV de profesionales que empleará para la ejecución del programa o actividad, detallando descripción y función en el equipo de trabajo. Aquellos profesionales que figuren en esta nomina no podrán ser reemplazados, salvo casos justificados y previa solicitud a la demandante. El nuevo profesional debe poseer competencias técnicas y profesionales similares o superiores al sustituido.
- Esquema organizacional con que se llevará a efecto el programa, incluyendo la descripción de cargo y funciones en las unidades de trabajo e indicando los profesionales que serán responsables de cada una de las áreas.

Propuesta Económica

- Valor del servicio detallando costo y HH utilizadas en cada actividad.

PRODUCTOS ENTREGADOS

El ejecutor de la consultoría deberá entregar un informe detallado con las actividades y logros realizados, así como los respaldos técnicos de las acciones desarrolladas. Además, la empresa deberá



entregar antecedentes adicionales respecto a las actividades ejecutadas en caso de que CORFO o ASOEX los soliciten.

PAGOS Y GARANTIA: El Agente Operador Intermediario podrá pagar por adelantado el 50% del total del costo del programa contra entrega de una garantía equivalente, mientras que el 50% restante se pagará una vez que el AOI y CORFO aprueben los informes técnicos y financieros. El costo del programa será cofinanciado por Corfo (90%) y los beneficiarios (10%).

OTRAS OBLIGACIONES DEL ADJUDICATARIO

El adjudicatario deberá, además:

- Responder por todas las obligaciones que le impongan el contrato, su oferta y/o las Bases del Concurso (https://www.corfo.cl/sites/cpp/convocatorias/nodos_para_la_competitividad).
- Cumplir todas y cada una de las disposiciones contenidas en la normativa aplicable al Programa y ajustar sus procedimientos a las políticas e instrucciones que imparta la Gerencia de Desarrollo Empresarial en el marco del Instrumento.
- Responder ante el Agente Operador Intermediario del cabal y oportuno cumplimiento de los objetivos del programa, así como de la correcta utilización de los recursos.
- Dar todas las facilidades necesarias para que el Agente Operador Intermediario o CORFO, así como las entidades que ésta mandate o la Contraloría General de la República, accedan a revisar la documentación de respaldo de los proyectos, como también entregar de manera oportuna los antecedentes que éstos les soliciten.
- Emitir, al momento del pago, las facturas que correspondan.

RECEPCIÓN DE PROPUESTAS: Se recibirán propuestas hasta las 16:00 hrs. del día Miércoles 31 de diciembre del 2019, en el correo electrónico: egarcia@asoex.cl.