

TÉRMINOS DE REFERENCIA

“Consultoría: Asesoría para el diseño e implementación de una estrategia de identidad y comunicación para posicionar el Programa Transforma Turismo en Chile”

1. ANTECEDENTES GENERALES DEL ESTUDIO

Contexto Político Sectorial

A partir de la Ley de Turismo del año 2010, el turismo es considerado como una actividad estratégica del país y 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.

En este marco, se elabora la Estrategia Nacional de Turismo de Chile que tiene como visión al 2020, que “Chile sea reconocido como un destino turístico de clase mundial, siendo admirado y conocido por poseer una oferta atractiva, variada, sustentable y de alta calidad” y el Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable, este último con el objetivo de “Impulsar el desarrollo sustentable del sector, mediante acciones en destinos turísticos priorizados del país, que permitan su reconocimiento interno como sector relevante y mejoren la posición competitiva de Chile.

En línea con lo anterior y en consideración al alto potencial de crecimiento de la actividad turística, es particularmente importante para el sector, la aprobación en 2014 de la Agenda de Productividad, Innovación y Crecimiento, propuesta coordinada por el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo que involucra la participación de otros ministerios y servicios del Estado. Se trata de una política integral que tiene como objetivo la transformación productiva y la diversificación de la economía chilena. Representa el nuevo marco estratégico para la mejora de la competitividad chilena y la diversificación de las actividades económicas que reduzca la dependencia de la explotación de los recursos naturales.

En este marco, la Gerencia de Desarrollo Competitivo de la Corporación de Fomento de la Producción CORFO, ha impulsado una política de Programas Estratégicos de Especialización Inteligente para la Competitividad, como instrumento dirigido a afrontar el reto del estancamiento de la competitividad de los ámbitos clave de la estructura económica de Chile, a través de:

- Mejoramiento y desarrollo de bienes y servicios que contribuyan a impulsar una tendencia de crecimiento del nivel de productividad de las actividades empresariales.
- El desarrollo de nuevas industrias que contribuyan a promover la diversificación de las actividades empresariales.
- La generación de polos de innovación que contribuyan a favorecer la sofisticación de las concentraciones empresariales que se generan y desarrollan en el país.

El Programa prioriza las iniciativas en los sectores de minería, turismo sustentable, alimentos, construcción, economía creativa, pesca y acuicultura, con ámbitos de desarrollo a nivel nacional, mesoregional y regional.

En relación al Turismo, a nivel nacional se aprueba el Programa Estratégico Nacional de Turismo Sustentable (Transforma Turismo), que tiene como objetivo contribuir al desarrollo de Chile como un destino turístico sustentable, de manera de captar mercados de consumo turístico especializado que generen mayor valor por turista, incrementar así los ingresos del país, generar empleos duraderos, elevar los niveles de productividad de la actividad turística, generar sinergias con otros sectores productivos y en definitiva, aportar a través del turismo al desarrollo sustentable de Chile y sus regiones. Con ello se pretende mejorar los índices de competitividad del país en relación a otros destinos de similares características a las de Chile.

El Programa Transforma Turismo contribuye además a los objetivos establecidos por el Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable (PNDTS), respondiendo a tres de las líneas/componentes establecidos por este: Diversificación de experiencias y fortalecimiento de la calidad del sector y su capital humano, y al propio desarrollo del destino, a través de la especialización inteligente.

La visión de desarrollo del Programa Transforma Turismo, es que Chile será al 2025 un destino turístico internacional sustentable inteligente, con una oferta basada en sus recursos naturales y culturales; diversa, sofisticada, sustentable y de calidad, capaz de captar mercados de intereses especiales que generen mayor gasto por turista, incrementando así los ingresos del país e impactando positivamente en el desarrollo a nivel local.

El programa cuenta con una Hoja de Ruta en la que se especifican 15 iniciativas claves, especialmente diseñadas para lograr el objetivo trazado. A ello se agregan dos iniciativas complementarias, vinculadas a la atracción de inversiones y a la absorción de tecnologías en el sector.

En este contexto, el Programa Transforma Turismo se presenta como un espacio de coordinación, articulación y consenso sectorial que requiere ser reconocido por la industria. Por ello es necesario implementar una estrategia comunicacional que promueva su identidad y a su vez posicione el programa a nivel nacional. Para ello se requiere trabajar comunicacionalmente con los niveles de gobernanza y sus asociados: Consejo Directivo, Comité Ejecutivo, Directorio de los Gremios del Comité Ejecutivo y equipos Técnicos de Instituciones públicas, además de los Socios de los gremios y la Academia, a partir de una **Consultoría para el diseño e implementación de una estrategia de identidad y comunicación para posicionar el Programa Transforma Turismo en Chile.**

2. ALCANCE

El desarrollo de la consultoría debe contemplar en una primera etapa reuniones co-participativas con el Consejo Directivo y Comité Ejecutivo del Programa Transforma Turismo con el objetivo de elaborar en conjunto mensajes comunicacionales y una estrategia de identidad consensuada que rescate la esencia del programa y lo que se ha construido hasta ahora y a partir de ello generar una propuesta de identidad. El propósito

de la consultoría es preparar un colectivo de vocería que en una primera instancia impacte en la Dirección y Gerencia ejecutiva del programa y luego pueda ser transferida a los distintos niveles de gobernanza y a los asociados de Transforma Turismo (Consejo Directivo, Comité ejecutivo, Directorio de los Gremios, Equipos Técnicos de las instituciones públicas, socios y gremios de la academia).

Lo anterior contempla desarrollar y equipar al colectivo con una “caja de herramientas comunicacionales” que facilite la trasmisión del mensaje y fortalezca a la comunidad de Transforma Turismo a partir de la puesta en marcha de la estrategia de identidad.

Por último, la consultoría debe considerar el diseño e implementación de una plataforma comunicacional que acompañe la estrategia de identidad y posicionamiento.

3. OBJETIVO GENERAL

Instalar la estrategia de identidad, visión y desafíos consensuados del Programa Transforma Turismo en las instituciones que forman parte de la gobernanza, socios y equipos de las organizaciones participantes, a través de **dos ejes centrales**: la preparación de un colectivo representativo de vocerías que potencie el valor de la comunidad del programa y un segundo eje focalizado en el diseño e implementación de una plataforma comunicacional que integre a todos los actores involucrados y sea un canal de comunicación fluido entre los representantes de estas instituciones.

4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Se consideran los siguientes objetivos específicos a lograr en el desarrollo de la consultoría:

- Desarrollar y poner en marcha una estrategia de identidad consensuada del Programa Transforma Turismo que considere la articulación de todos los actores involucrados.
- Preparar un colectivo de vocería que represente la estrategia de identidad del Programa Transforma Turismo.
- Desarrollar una “caja de herramientas comunicacionales” que sea transferible a todos los actores involucrados
- Diseñar e implementar una plataforma de comunicación para la comunidad de Transforma Turismo.

5. ETAPAS y CONTENIDOS DE LA CONSULTORÍA:

Etapa I Ajuste metodológico

El objetivo de esta etapa es realizar –en base a los comentarios y propuestas del mandante¹- todos los ajustes metodológicos pertinentes a la oferta técnica del adjudicatario, en miras al interés superior del proyecto y sus resultados esperados.

El oferente deberá considerar dentro de su propuesta económica y técnica, la realización de reuniones de coordinación entre el adjudicatario y el mandante de la licitación. Esto con el fin de precisar aspectos relevantes de las actividades, el seguimiento del estado de avance y cumplimiento de los requerimientos establecidos en las presentes bases.

El oferente deberá considerar al menos:

- Una reunión de inicio de proyecto con el mandante, donde, entre otras cosas, la contraparte técnica podrá exponer un análisis crítico respecto de la idea de desarrollo de los productos solicitados en la licitación.
- Una reunión de coordinación y exposición de avances por cada etapa del proyecto, con el Grupo de Trabajo² constituido por el mandante especialmente para esta iniciativa.
- En esta etapa el Mandante hará entrega de insumos que permitan apoyar el desarrollo de la guía y sus contenidos.

Esta etapa tiene una duración de 5 días corridos a contar de la fecha de inicio del contrato entre las partes y tiene como producto asociado el Informe N°1, que consiste en la propuesta técnica ajustada, programación que contenga al menos planificación de las etapas de trabajo, cronograma de reuniones de trabajo intermedias a cada etapa para el acompañamiento del proceso, fecha de entrega de cada etapa, carta gantt, cronograma de entrevistas, reuniones y talleres, entre otros.

Etapa II Elaboración de la Estrategia de identidad y posicionamiento del Programa preparando a un colectivo de vocerías

El objetivo de esta etapa será elaborar la estrategia de identidad del Programa Transforma Turismo a partir de sesiones de trabajo con el Consejo Directivo y Comité Ejecutivo del Programa Transforma Turismo que concluya en una idea central, compartida y convocante preparando a un colectivo de vocería que represente el sentido de la comunidad del

¹ Mandante del Proyecto: Secretaría Técnica del programa Transforma Turismo
Constituido por las siguientes cargos e instituciones, Sectorialista de Turismo de CORFO,
Presidente del Programa Transforma Turismo, Gerente del Programa Transforma Turismo
y Jefe de proyecto de Codesser.

programa y que por lo tanto pueda extenderse a todos los demás actores que forman parte de Transforma Turismo.

Las sesiones de trabajo deben contemplar:

- a) Identificar los conceptos centrales para fortalecer la identidad del programa Transforma Turismo y transformarlos en mensajes comunicacionales claros, convocantes y que tengan un impacto positivo en las instituciones que integran la gobernanza, socios y organizaciones participantes.
- b) Desarrollar la estrategia de identidad considerando los lineamientos consensuados del Programa Transforma Turismo, a partir de un lenguaje común en materia de turismo orientados al público objetivo y establecer una estrategia de difusión conjunta empleando los canales comunicacionales de cada institución participante.
- c) Desarrollar una construcción conjunta y consensuada con los actores de la mesa de trabajo (Consejo Directivo y Comité Ejecutivo) generando y preparando un colectivo de vocería.
- d) Equipar al colectivo con una “caja de herramientas comunicacionales” que empodere al equipo y facilite la transmisión de lo alcanzado y se transfiera a los demás actores del proceso.

Etapa III Diseño e implementación de una plataforma comunicacional óptima para acompañar la estrategia de identidad y posicionamiento

Esta etapa considera generar un soporte comunicacional que fortalezca la principal función y fortalezca el Programa Transforma Turismo como lo es ser un espacio de coordinación, articulación y consenso con los distintos niveles de gobernanza y sus asociados.

Para ello se considera necesario que la Consultoría elabore:

- e) Encuesta a nivel nacional para identificación y segmentación del público (quiénes son, que redes usan, en qué momentos, identificar palabras claves, etc.), dirigida a Consejo Directivo, Comité Ejecutivo, Directores de Gremios del Comité Ejecutivo y Equipos Técnicos de las instituciones Públicas, Socios y Gremios de la Academia
- f) Generar un soporte comunicacional pertinente y atractivo para potenciar el vínculo y las redes entre los actores relacionados al Programa Transforma Turismo, a partir de los resultados obtenidos con el objetivo de articular la comunidad de Transforma a través de las redes sociales más usadas y crear otras dependiendo de los resultados.

Las etapas II y III tendrán una duración de **50 días corridos** a contar del término de la etapa de ajuste metodológico y tiene como producto asociado el **Informe N°2** a entregar en el plazo de **62 días corridos** desde la aprobación de la etapa I y considera los contenidos identificados en los puntos a), b), c), d), e) y f).

Al efectuarse la aprobación de las etapas I, II y III, se procederá a efectuar el pago correspondiente al 60% del total del valor de la licitación.

Etapas IV Poner en marcha la estrategia de identidad y el soporte comunicacional desarrollado

El objetivo de esta etapa será implementar la estrategia y soporte comunicacional para posicionar a Transforma Turismo entre los actores involucrados mencionados anteriormente, con énfasis en los mensajes creados y valorando el sentido de consenso y la visión compartida de los sectores Público-Privado, Asociaciones y la Academia.

El soporte comunicacional debe contener al menos:

- g)** Generación de contenidos y mensajes claves para nutrir la plataforma comunicacional y las redes sociales existentes y nuevas.
- h)** Diseñar un dossier que contenga la sistematización de las acciones comunicacionales para posicionamiento del programa.
- i)** Poner en marcha la estrategia de identidad de Transforma Turismo entre los principales voceros y representantes.
- j)** Sistematizar la estrategia de identidad y capacitación vocerías para ser transferida a todos los actores
- k)** Implementar los soportes comunicacionales (redes sociales) con los contenidos definidos.

Consideraciones:

- El mandante definirá, en conjunto con el adjudicatario, la selección de los soportes comunicacionales para su difusión.
- El adjudicatario deberá proponer una metodología para el desarrollo e implementación de la estrategia de identidad y posicionamiento del programa, considerando por ejemplo la realización de entrevista y/o talleres, entre otros.
- Para el diseño de la estrategia, se deberá considerar a todos los actores relevantes a nivel nacional del Programa Transforma Turismo, niveles de gobernanza y sus asociados.
- La estrategia de identidad y posicionamiento desarrolladas, las herramientas que las acompañen -soporte comunicacional y capacitación de vocerías-, deberán ser documentadas y transferidas al mandante para poder ser replicada.
- La estrategia deberá ser aplicable en una etapa posterior a la consultoría, y por tanto deberá contener al menos un plan de acción, carta Gantt y presupuesto, como asimismo deberá haber sido construido con los principales agentes involucrados.

La etapa IV tendrá una duración de 50 días corridos a contar del término de la etapas anteriores y tiene como producto asociado el Informe N°3 a entregar en el plazo de 62 días

corridos desde la aprobación de las etapa II y III y que considera los contenidos identificados en los puntos g), h), i), j) y k).

Etapa V Modelo de posicionamiento del Programa Transforma Turismo

El objetivo de esta etapa es proponer un modelo de posicionamiento comunicacional con una orientación clara y definida en términos de contenidos para su difusión futura.

- l)** Elaborar recomendaciones respecto de los mensajes comunicacionales, identidad y posicionamiento del Programa Transforma Turismo.
- m)** Elaborar recomendaciones respecto de las plataformas comunicacionales a utilizar.
- n)** Elaborar una propuesta de difusión comunicacional y plan de medios para la comunidad de Transforma Turismo.
- o)** Validar conclusiones, recomendaciones y propuestas mediante un seminario-taller final con actores claves.
- p)** Elaborar un documento final que contenga todo el material de diseño e implementación de la estrategia de identidad y posicionamiento comunicacional.

La etapa V tendrá una duración de **10 días corridos** a contar del término de las etapas anteriores y tiene como producto asociado el **Informe N°4** a entregar en el plazo de **22 días corridos** desde la aprobación de las etapa III y IV y que considera los contenidos identificados en los puntos l), m), n), o), p) y q).

Etapa VI Entrega Informe Final

Para la etapa final, la Consultora deberá entregar todos los productos terminados según lo establecen la presente licitación y los alcances u observaciones realizada por la contraparte técnica. Una vez que la contraparte técnica haya revisado los productos solicitados en plenitud y no habiendo observaciones, se procederá a la recepción final del servicio.

La etapa VI tendrá una duración de **10 días corridos** a contar del término de la etapas anteriores y tiene como producto asociado el **Informe Final** a entregar en el plazo de **22 días corridos** desde la aprobación de las etapa V.

Al efectuarse la recepción final del servicio, se procederá a efectuar el pago final correspondiente al saldo restante que correspondería al 40%.

Revisión válida para cada una de las etapas:

Será la Secretaría Técnica del Programa Transforma Turismo, quien será responsable de la revisión técnica de los productos solicitados, con el propósito de verificar que los productos y resultados se ajusten a las condiciones y requisitos definidos en el contrato.

La Secretaría Técnica podrá solicitar reuniones extraordinarias con el proveedor en el caso que se detecten incumplimientos, anomalías o atrasos que pongan en riesgo el correcto

desarrollo del servicio. Estas reuniones tendrán por finalidad exponer la situación observada y acordar alternativas de solución.

6. ASPECTOS METODOLÓGICOS

El proponente propondrá su propia metodología que asegure alcanzar los objetivos de la consultoría.

Para ello deberá tener las siguientes consideraciones:

- El desarrollo de un proceso de trabajo co-participativo con los integrantes del Consejo Directivo, Comité Ejecutivo, Directores de Gremios del Comité Ejecutivo y Equipos Técnicos de las instituciones Públicas, Socios y Gremios de la Academia lo que implica la organización de reuniones de trabajo, incluyendo aspectos metodológicos, de animación, registro y sistematización.
- La validación con el grupo de trabajo constituido para esta iniciativa y que estará conformado por la Secretaría Técnica del programa Transforma Turismo, representantes de las instituciones del Comité Ejecutivo del Programa y otras instituciones fundamentales, tales como: Subsecretaría de Turismo, Sernatur, Chilesertur A.G., Fedetur A.G., entre otros.

7. EQUIPO DE TRABAJO

El proponente debe entregar la organización del trabajo y los antecedentes curriculares del equipo de trabajo que desarrollará la consultoría, en particular la experiencia en este tipo de actividades y su competencia en esta materia.

El equipo de trabajo al menos deberá considerar los siguientes profesionales:

- Especialista en Comunicación Estratégica y Marketing: profesional del área de las comunicaciones con experiencia en el diseño e implementación de estrategias de comunicación en el sector público, de preferencia vinculadas a la construcción de identidad y posicionamiento de marca.
- Profesional del área de las comunicaciones con experiencia en formación de vocerías de alto nivel.
- Diseñador gráfico

8. INFORMES

La entrega de informes y sus plazos (días corridos), se contempla de la siguiente manera:

Etapa	Informe	Plazo ejecutor	Plazo revisión contraparte técnica	Plazo respuesta ejecutor	Total acumulado
Etapa I	1	5	5	2	12
Etapa II	2	50	7	5	62
Etapa III	3				
Etapa IV	4	50	7	5	62
Etapa V	5	10	7	5	22
Etapa VI	Final	10	7	5	22
	Total				180

9. PLAZO DE EJECUCIÓN

La consultoría se desarrollará durante un período de seis meses calendario a partir de la suscripción del contrato.

10. CONTENIDO MÍNIMO DE LA OFERTA TÉCNICA

a) Metodología y plan de trabajo

- Metodología: El oferente deberá entregar una identificación del marco metodológico a utilizar, de manera de conocer el alcance y nivel de profundidad con el que se abordará esta consultoría.
- Plan de Trabajo para el desarrollo de la consultoría el cual debe ser consistente con la metodología presentada. Se espera que al menos contenga: Carta Gantt con el uso de los recursos (ítem, responsable y plazos), Uso de hora por profesional.
- Productos comprometidos por etapa, los que deberán ser acordes a lo estipulado a las bases técnicas.

b) Equipo

- Nombre de los profesionales que constituyen el equipo de trabajo del estudio, señalando el nivel académico, experiencia profesional en proyectos similares, experiencia y conocimiento de la industria y la temática en particular, las competencias de cada uno y la cantidad de horas dedicadas al proyecto
- Currículos actualizados de cada uno de los profesionales comprometidos, informando la experiencia que tienen en este tipo de consultorías.

C) Propuesta Económica

Se asignará el máximo de puntaje en este punto al proveedor que ofrezca el menor precio.

11. FORMA DE PAGO

La forma de pago se realizará en 2 pagos, en concordancia con los informes entregables: el primer pago es del 60% del total del estudio que corresponde a la aprobación del detalle de la metodología, plan de trabajo y Carta Gantt (Informe 1) y a la entrega de los contenidos solicitados, validados y aprobados por la secretaría técnica de las etapas II y III (Informe 2), el segundo pago es del 40 % contra la aprobación de los contenidos solicitados, validados y aprobados por la secretaría técnica de las etapas IV y V (Informe 3), que incluye el diseño e implementación de la Estrategia de Identidad y Posicionamiento del Programa Transforma Turismo.

12. EVALUACIÓN DE LA OFERTA

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

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN
CRITERIO TÉCNICO	90%
Factor N° 1: Calidad de la propuesta técnica	45%
Subfactor N° 1.1: Metodología propuesta.	15%
Subfactor N°1.2: Plan de trabajo para la ejecución del estudio	20%
Subfactor N°1.3: Productos comprometidos	10%
Factor N° 2: Competencias y experiencia del equipo de profesionales	45 %

Subfactor N° 2.1: Conocimiento y/o experiencia del equipo de trabajo en la temática de esta Consultoría	20%
Subfactor N° 2.2: Pertinencia del equipo de trabajo.	25%
CRITERIO ECONÓMICO	5%
Factor N°3: Precio	
CRITERIO FORMAL	5%
Factor N°4: Presentación Formal de la Propuesta	

Cada criterio, factor y subfactor, será calificado en una escala de notas de 1 a 10, conforme las ponderaciones recién señaladas, informando las razones o fundamentos tenidos en consideración para el otorgamiento del puntaje asignado. El programa estratégico Transforma Turismo se reserva el derecho de verificar los antecedentes presentados por los oferentes. Se deja constancia que el puntaje mínimo para cada factor o subfactor que puede obtener un oferente es de 1 punto, de manera que si por aplicación de una determinada fórmula matemática, rebaja u otro, un oferente obtiene una nota inferior a 1, ésta se aproximará a 1.

En caso de empate entre dos o más propuestas técnicas, se resolverá adjudicar a aquella que haya ofertado un precio menor.

13. COSTOS DE LA CONSULTORÍA

El proponente debe entregar los costos totales por categorías de especialistas y consultores para la realización de la consultoría, indicando las tarifas de dichos profesionales, y el costo total de la consultoría no deberá exceder los \$20 millones.