

## BASES TÉCNICAS

### “CONSULTORÍA PARA CONSTRUIR HOJA DE RUTA DE PROGRAMA ESTRATÉGICO- DISEÑO NACIONAL DE TURISMO SUSTENTABLE”

#### **ARTÍCULO 1º: ANTECEDENTES GENERALES**

La brecha de productividad entre Chile y el promedio de los países de OCDE se ha ampliado. Los sectores económicos, en general, son menos productivos en todos los componentes que definen la Productividad Total de Factores (PTF), lo que se refleja en que ésta no crece a las tasas que lo hace el Producto Interno Bruto, lo cual sumado a un bajo nivel de diversificación y sofisticación de la producción, influye en menores tasas de crecimiento económico y un cierto estancamiento relativo de la competitividad de nuestro país.<sup>1</sup>

En este contexto, la Agenda de Productividad, Innovación y Crecimiento, presentada por la Presidenta Michelle Bachelet en Mayo del 2014, tiene como objeto *sentar las bases para una nueva fase de desarrollo de nuestra economía. Una que no dependa tan solo de la explotación y exportación de recursos naturales, sino que abra espacio para que emerjan sectores capaces de producir nuevos bienes y servicios, desarrollar industrias y generar polos de innovación.*

Para lograr este objetivo, la agenda plantea como necesario que el Estado desarrolle una política sistémica, que promueva de manera selectiva (especialización inteligente) la innovación, el desarrollo de capacidades tecnológicas, el emprendimiento y la competitividad en sectores productivos estratégicos a nivel nacional, mesoregional y regional, con alto potencial de desarrollo, entre ellos, el turismo. En este aspecto, Chile cuenta con un número razonable de instrumentos públicos para fomentar la ciencia, la tecnología y la innovación, sin embargo, estos han estado más focalizados en resolver las fallas asociadas a las asimetrías de información y las externalidades de apropiabilidad que inhiben la demanda por innovación de las empresas y, en menor grado, a las fallas de coordinación o sistémicas, dificultando así, el crecimiento y la generación de ventajas competitivas en sectores y subsectores con alto potencial de desarrollo.

El éxito de esta tarea exige que el Estado asuma un rol activo en la provisión de infraestructura y bienes públicos que generen nuevas inversiones, promueva una mayor coordinación de los actores relevantes, e identifique y propenda a eliminar obstáculos de diversa naturaleza que dificultan la innovación y el emprendimiento.

Las fallas de coordinación representan un componente relevante en las barreras que muchos sectores encuentran a la hora de desplegar sus potencialidades de crecimiento. En muchos casos las empresas por si solas no pueden solucionar estas limitantes y requieren de niveles de asociatividad y participación del Estado para abordar desafíos normativos, regulatorios, tecnológicos, certificaciones, de acceso a mercados complejos, y de información, entre otras.

---

<sup>1</sup> Estudio Territorial OCDE”, capítulo Chile, 2009, pág. 12-16.

Como parte de la implementación de esta política, CORFO crea los Programas Estratégicos de Especialización Inteligente, en adelante Programas Estratégicos, que se orientan a proveer los bienes públicos necesarios para remover los obstáculos al crecimiento asociados al bajo nivel de desarrollo, diversificación y sofisticación de algunas industrias, y a invertir en el capital social y en una institucionalidad que garantice visión de largo plazo. Lo anterior, en una cultura de evaluación y transparencia que permita orientar los esfuerzos a aquellas iniciativas de mayor impacto.

Los presentes términos de referencia persiguen, para el programa estratégico Nacional de Turismo Sustentable, identificar y caracterizar:

- (i) El actual desempeño competitivo del sector en términos de su posición competitiva y evolución relativa de participación de mercados, vigor exportador, desempeño innovador y nivel de incorporación y cumplimiento de objetivos de sustentabilidad incorporados a la actividad turística (Puede responder a un FODA general).
- (ii) El actual mapa de actores y activos sectoriales relevantes, tales como empresas especialmente de pequeño y mediano tamaño, redes, asociaciones (destacando aquellas que son rurales, de género, jóvenes e indígenas), equipamiento y capacidades tecnológicas, de I+D, otras capacidades específicas, entidades de fomento, de promoción y regulatorias;
- (iii) Las principales brechas competitivas, así como también déficit en materia de factores productivos y bienes públicos habilitantes para impulsar procesos de innovación, inversión y crecimiento sostenible en el sector turismo y sus subsectores o áreas de negocios.
- (iv) De acuerdo a la visión compartida del sector, realizar un examen prospectivo de las principales tendencias de sustentabilidad y calidad turística, así como tecnológicas y desarrollos de frontera, por ejemplo el desarrollo de nuevos productos y/o innovación en procesos. Caracterización de factores relacionados clave en ámbitos tales como conocimiento científico y tecnológico, infraestructura tecnológica y capital humano avanzado.

Adicionalmente, la metodología de los programas estratégicos reconoce la importancia de la generación de *capital social*, como factor estructural en la convergencia de los intereses colaborativos de sector privado, público, científico, tecnológico y la comunidad, que promueven en el largo plazo el crecimiento inclusivo, por medio de la construcción de una gobernanza con recursos y competencias adecuadas para abordar sus fases de diseño e implementación.

La implementación de estos programas, deben estar en el marco de las hojas de ruta (o *roadmaps*) competitivas.

Se espera que esta hoja de ruta sea el soporte principal para la toma de decisiones durante la fase de implementación del programa. La metodología de elaboración de hojas de ruta privilegia un proceso de construcción de las mismas, realizado con altos niveles de participación y comunicación entre los actores relevantes. Así, se busca generar el compromiso suficiente para enfrentar los desafíos que se presenten, en función de la visión compartida de valor a ser validada y cuantificada durante el desarrollo de la presente consultoría.

## **ARTÍCULO 2º: OBJETIVO GENERAL**

El objetivo general de la consultoría es apoyar la fase de diseño del “Programa Estratégico de Especialización Inteligente de Turismo Sustentable”, a través del diagnóstico, mapeo, caracterización de brechas y déficits, con especial énfasis en la calidad y sustentabilidad de los productos y destinos turísticos y la construcción de una Hoja de Ruta competitiva que sirva de eje estructurante para la futura fase de implementación del programa.

La hipótesis de valor sobre la cual se orienta el programa, se fundamenta en que al no desarrollar una oferta turística país especializada, diversificada, de calidad y sustentable podría agudizar nuestra baja competitividad en relación a otros destinos de naturaleza y con ello una pérdida de cuota de mercado significativa en término de ingresos de divisa al país. Por lo anterior, se debe focalizar en la oferta turística de servicios y destinos orientada a mercados de alto gasto.

De esta manera, la visión del programa apunta a que los turistas de mercados más sofisticados incrementen en un 45% el gasto promedio total individual al 2020, lo que significaría pasar de cerca de US\$ MM 2.580 de ingresos en el 2013 a US\$ MM 3.700.

## **ARTÍCULO 3º: OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Consensuar y cuantificar la visión compartida de valor, sobre la cual se trabajará como programa, a partir de la(s) hipótesis de valor identificada(s) durante la fase previa de animación del programa.
- Elaborar un diagnóstico estratégico tipo FODA del desempeño competitivo y sustentable del sector turístico en general y en particular en el segmento de intereses especiales en Chile y un mapeo actualizado del ecosistema de actores y activos sectoriales.
- Identificar y caracterizar necesidades, déficits y brechas para alcanzar el desafío definido.
- Co-diseñar mediante un proceso amplio y participativo, una hoja de ruta que oriente las acciones para el cierre de brechas y déficits diagnosticados, y a la vez permita desplazar las actuales fronteras competitivas.
- Cuantificar la línea base de los programas estratégicos y disponer de indicadores relevantes para monitorear el avance de la hoja de ruta en forma sistematizada durante la fase de implementación.
- Establecer **mecanismos de relacionamiento entre el programa estratégico nacional y los programas estratégicos meso regionales y regionales de turismo en el país.**

## **ARTÍCULO 4º: ASPECTOS METODOLÓGICOS**

Para el cumplimiento de los objetivos planteados la consultoría distinguirá 2 fases de trabajo secuenciales y complementarias. Estas son el levantamiento de brechas e identificación de oportunidades y el diseño y formulación de Hoja de Ruta.

4.1 Identificación de Oportunidad y Levantamiento de Brechas: Diagnóstico, mapeo de actores y activos sectoriales, levantamiento de brechas e identificación de oportunidades.

- i) Diagnóstico económico productivo.

Los diagnósticos sectoriales se basan en la sistematización de la información nacional e internacional con el propósito de disponer de una caracterización y análisis económico de los sectores en estudio en cuanto a:

- Los principales subsectores y ramas así como los principales mercados relacionados. Su importancia económica y productiva a nivel regional, nacional e internacional. Su desempeño productivo y/o exportador (considerando variables tales como ventas, empleo, productividad, costos, inversión y exportaciones, entre otras).
- Aspectos relacionados con la estructura empresarial y la organización industrial en los subsectores y mercados más relevantes.
- El potencial de crecimiento y las proyecciones de los sectores.
- Las ventajas comparativas a nivel de sus principales subsectores y ramas así como de los principales mercados relacionados.

ii) Mapeo de actores y evaluación de los activos sectoriales.

La evaluación de los activos sectoriales recoge y analiza la información sobre el ecosistema productivo de un sector en cuanto a:

- La estructura empresarial (considerando la identificación de las empresas líderes, las empresas proveedoras y otras unidades productivas (Pymes Turísticas) que participan en las principales cadenas de valor del sector turismo y de intereses especiales. Así como también la organización de estas a través de asociaciones, especialmente aquellas que son rurales, de género, jóvenes e indígenas.
- Las capacidades técnicas y tecnológicas existentes (universidades, centros y entidades tecnológicas, centros de desarrollo empresarial, incubadoras, etc.)
- La fuerza de trabajo en cuanto a sus competencias y niveles de especialización.

La evaluación de los activos sectoriales debe aportar antecedentes sobre la capacidad del sector para llevar adelante transformaciones basadas en la creación de productos y servicios turísticos y/o gestión de destinos, en procesos innovadores, en las posibilidades de descubrimiento de nuevas oportunidades productivas y en las potenciales ventajas para el sector de trabajar articuladamente.

iii) Levantamiento de brechas competitivas.

El levantamiento de las brechas competitivas de un sector corresponde al análisis de los principales factores que afectan su desempeño productivo, las posibilidades de su crecimiento y la incorporación de prácticas sustentables que influyen en la competitividad.

El análisis de brechas se realiza en ámbitos específicos tales como calidad, capital humano, regulación, medio ambiente y tecnología. Este análisis permite conocer restricciones específicas, facilita la identificación de diferencias entre el desempeño de los sectores a nivel regional y nacional comparados con sectores considerados como referentes a nivel internacional y aporta antecedentes sobre los requerimientos futuros que debe enfrentar los sectores.

Para el programa estratégico nacional de Turismo Sustentable el análisis de brechas tecnológicas debe identificar las principales tecnologías habilitantes para el sector, analizar su importancia relativa y determinar qué tecnologías son relevantes para el desempeño competitivo sectorial.

iv) Identificación de oportunidades.

La identificación de oportunidades surge del análisis de las tendencias de los principales mercados en los que participan los sectores en estudio. Este análisis debe considerar los factores económicos que influyen en su expansión y describir los principales cambios que se esperan a nivel de los procesos productivos, de los servicios propios de la actividad turística, de las certificaciones en calidad y sustentabilidad, junto con la emergencia e incorporación de nuevas tecnologías y la introducción de nuevos bienes y servicios.

La identificación de oportunidades de un sector corresponderá a un cruce entre las tendencias de mercado identificadas y las ventajas comparativas definidas previamente en el estudio.

Para el desarrollo de esta etapa se deberá considerar información estadística secundaria, estudios disponibles, y la información especialmente recabada a través de diversos mecanismos de consulta a agentes y expertos sectoriales, en particular, se deben considerar los resultados del Programa de Innovación en Turismo Sustentable (PITS). También se requiere benchmarking nacional e internacional. Para tal efecto, será necesario revisar información estadística actualizada, estudios y otros antecedentes disponibles en SERNATUR y otros organismos públicos y privados.

#### 4.2 Diseño y Formulación de Hojas de Ruta

Para el cumplimiento de los objetivos planteados, la consultoría deberá construir una Hoja de Ruta competitiva. La propuesta metodológica debe considerar los siguientes principios rectores:

- El proceso de diseño de la Hoja de Ruta del Programa, debe contar con la participación activa de los actores clave del mundo público, privado y de la academia que participan en la toma de decisiones. Para esto, es fundamental contar con el respaldo y compromiso permanente del Consejo Directivo y Comité Ejecutivo del programa.
- La Hoja de Ruta debe adaptarse a las particularidades del sector turístico y de sus subsectores. Si bien se propone un marco general de acción, la metodología a utilizar debe ser flexible a los desafíos, oportunidades, brechas y déficits propios de cada sector.
- La Hoja de Ruta debe visualizar iniciativas a ser implementadas en el corto (1 a 2 años), mediano (3 a 5 años) y largo plazo (6 a 10 años), identificando claramente a los actores involucrados y las acciones necesarias para llevarlas a cabo.
- La Hoja de Ruta debe expresarse en forma gráfica. Debe ser un “documento” que grafique claramente el proceso realizado y que sea comprensible para cualquier lector. Debe venir apoyada, además, con el respaldo documental necesario.

- Es importante que la Hoja de Ruta considere un análisis de variedad relacionada, es decir de qué manera plataformas o tecnologías transversales<sup>2</sup> pueden contribuir a impulsar el desempeño competitivo del sector.

Se recomienda revisar experiencias internacionales en el desarrollo de hojas de ruta, tales como las desarrolladas en Modelo IFM Cambridge, Modelo Industry Canadá, Modelo “Technology Roadmapping” Handbook (Universidad de Leipzig) , entre otros.

## **ARTÍCULO 5º: PRODUCTOS ESPERADOS**

Etapas “Identificación de Oportunidad y Levantamiento de Brechas”.

1. Propuesta con el plan de trabajo donde se detallen las actividades que desarrollará para la obtención de la línea base y el análisis y cuantificación de las brechas según ámbito. Se espera que al menos contenga:
  - Descripción de actividades a desarrollar para el logro de los objetivos propuestos.
  - Carta Gantt con el uso de los recursos. (Actividad, responsable, plazo, recursos).
  - Equipo de trabajo.
  - Detalle de dedicación (horas) por profesional.
2. Desarrollar un diagnóstico estratégico y mapeo de actores y activos sectoriales, que permita sistematizar la información “de partida” existente por cada uno de los ámbitos que aborda el programa (mercado, productos y servicios, destinos y prácticas sustentables, calidad, plataformas tecnológicas habilitantes y recursos); identificando y caracterizando a los actores claves asociados a cada uno (incluyendo especialmente a las Pymes y asociaciones turísticas rurales, de género, de jóvenes e indígenas). La información que se debe levantar para cada ámbito debe considerar al menos lo siguiente:
  - Mercado: tendencias del mercado, estudios previos, benchmarking, conductores de negocio, fortalezas y debilidades, competidores, etc.
  - Productos y servicios: características, benchmarking, componentes, aplicaciones, ventajas competitivas y comparativas, etc.
  - Plataformas tecnológicas habilitantes: tecnologías disponibles, benchmarking, competencias, conocimiento avanzado, oferta formativa especializada en turismo a nivel nacional.
  - Recursos: capital humano, infraestructura, asociatividad, marco legal y normativo, etc.
3. Validación de la visión estratégica de valor del sector en el mediano (3 a 5 años) y largo plazo (10 a 20 años). En este punto deben identificarse un conjunto de indicadores y metas asociadas a la referida visión.<sup>3</sup>
4. Identificación de oportunidad y análisis y cuantificación de las necesidades, déficits y brechas que deben cerrarse en cada ámbito para alcanzar la visión del sector.

<sup>2</sup> En particular debe incluirse en el análisis las TIC / IoT, ciencias de la vida, logística, energía y manufacturas avanzadas.

<sup>3</sup> Durante la adjudicación, CORFO podrá establecer un conjunto de indicadores mínimos requeridos, comunes a todos los programas estratégicos.

5. Análisis de alcance relacional con sectores transversales, como energía, TIC's, logística u otros.

Etapa "Diseño de Hoja de Ruta":

6. Propuesta con el plan de trabajo donde se fundamente el enfoque metodológico y actividades que desarrollará para la obtención de diseño de la hoja de ruta. Se espera que al menos contenga:
  - Descripción de actividades a desarrollar para el logro de los objetivos propuestos. (Objetivos, participantes, duración, etc.).
  - Carta Gantt con el uso de los recursos. (Actividad, responsable, plazo, recursos).
  - Equipo de trabajo.
  - Dedicación (horas) por profesional.
7. Identificar qué tipos de brechas serán priorizadas en cada ámbito (mercado, productos y servicios, destinos y prácticas sustentables, calidad, plataformas tecnológicas habilitantes y recursos) y su prelación o secuencia lógica si corresponde.
8. Propuesta de Comités Gestores para conducir la implementación del cierre de las brechas priorizadas.
9. Diseño de indicadores críticos para el monitoreo y seguimiento<sup>4</sup>.
10. Documento explicativo que guíe el curso de acción del programa, en el corto y mediano plazo. Este debe contener al menos:

Un resumen gráfico que permita visualizar:

- a) Ámbitos y brechas
- b) Plazos
- c) Hitos claves, incluyendo acciones tempranas (victorias tempranas)
- d) Vinculaciones entre los distintos niveles

El documento además deberá contener:

- Formulación de una cartera preliminar de iniciativas, que sean pertinentes a la superación de las brechas priorizadas. Deben considerarse todas las medidas necesarias en el corto, mediano y largo plazo. Así como también la agenda que guiará el programa en el corto plazo.
- Indicadores de producto, proceso e impacto.
- Propuesta de actores claves para gestionar el cierre de las brechas definidas. Esto implica identificar la institucionalidad sectorial y las principales responsabilidades que

---

<sup>4</sup> Durante la adjudicación, CORFO podrá establecer un conjunto de indicadores mínimos requeridos, comunes a todos los programas estratégicos.

cada actor debiera asumir para lograr los objetivos de las iniciativas previstas en la hoja de ruta.

## **ARTÍCULO 6º: EQUIPO DE TRABAJO**

La empresa adjudicataria deberá demostrar experiencia en el desarrollo de consultorías, estudios y/o proyectos orientados a:

1. Estudios de carácter estratégico con foco en sistemas de cierta complejidad, tales como territorios, sectores económicos, conglomerados, organizaciones públicas o privadas, etc.
2. Experiencia en procesos de transformación organizacional, identificando oportunidades de negocio no explotadas, diseño e implementación de nuevas estrategias, procesos y tecnologías.
3. Experiencia en formación de equipos de trabajo colaborativos, desarrollo y/o gestión de redes público – privadas y/o academia – sector productivo, se valorará la participación del equipo profesional de la empresa en la conducción de talleres con actores del sector turismo.
4. Conocimiento de metodologías de prospección y diseño estratégico, deseable en el sector turismo y sus subsectores.

La propuesta técnica deberá contener una descripción de la empresa, indicando su experiencia en los ámbitos mencionados, además deberá incluir una descripción de la organización del equipo de trabajo propuesto, especificando su organigrama, los perfiles y funciones de cada participante del proyecto, su experiencia en proyectos similares, adjuntando el currículum vitae de los profesionales participantes.

Sin perjuicio de lo anterior se deberán considerar al menos los siguientes roles y *expertise* para cada caso, indicando las horas de cada uno de los participantes, destinadas al desarrollo de la consultoría.

Director del Equipo	<p>El perfil deseable es de un profesional, preferentemente con estudios de postgrado o doctorado.</p> <p>Debe contar con experiencia comprobable en la industria del turismo y su contexto. Se espera que conozca a cabalidad el entorno y el mapa de actores relevantes, siendo un referente para el sector.</p> <p>Debe contar con experiencia en el liderazgo de proyectos en sistemas complejos e idealmente en desarrollo de proyectos de carácter público - privado ya sea en sectores industriales y/o territorios.</p> <p>Será el responsable de velar por el correcto desarrollo de la consultoría y la coherencia metodológica.</p> <p>Deberá mantener contacto permanente con la contraparte de Corfo y participar de las reuniones de trabajo que se acuerden de forma conjunta.</p>
---------------------	---



<p>Experto principal en Competitividad</p>	<p>El perfil deseable es de un profesional, con experiencia comprobable en la industria del turismo y su contexto.</p> <p>Debe contar con experiencia en proyectos de alcance estratégico y carácter público - privado ya sea en sectores industriales y/o territorios. Será el responsable del diseño y coordinación de las actividades. Debe ser un interlocutor del proceso de diagnóstico y las Hojas de Ruta, proporcionando orientación, coordinación y mecanismos de apoyo tales como vehículos de comunicación. Con apoyo del equipo consultor deberá interactuar frecuentemente con los participantes y mantener el proceso en movimiento. Además, es el responsable de la entrega oportuna y bajo altos estándares de calidad de los productos esperados.</p> <p>El experto principal en competitividad es la principal contraparte de Corfo y por ende debe estar presente en todas las interacciones conjuntas.</p>
<p>Equipo Consultor</p>	<p>Se espera un equipo consultor multidisciplinario en áreas de relevantes para los componentes del trabajo a desarrollar.</p> <p>Deseable contar con experiencia comprobable en la industria del turismo y su contexto.</p> <p>De acuerdo a la distribución de roles, se valorará la experiencia del equipo en los siguientes tópicos: diagnóstico sectorial, estrategias competitivas, evaluación de proyectos, y elaboración de Hojas de Ruta.</p> <p>El equipo será el responsable de la ejecución de las actividades para el desarrollo de los productos esperados.</p>
<p>Facilitador de talleres participativos para la fase de elaboración de Hojas de Ruta</p>	<p>Contar con experiencia comprobable en la implementación de metodologías participativas de prospección de escenarios, planificación estratégica, hojas de ruta o dinámicas similares.</p> <p>El facilitador debe ser un experto en el proceso, pero no necesariamente en el contenido, aunque se valorará su experiencia en la industria.</p> <p>Este facilitador ayudará a desarrollar las agendas de los talleres y facilitar las sesiones para asegurar que todos se escuchan y se forma ese consenso. Al concluir cada taller, el facilitador deberá registrar los resultados y evaluar lo que funcionó bien y lo que se debe ajustar para la próxima sesión.</p>

Para el logro de los objetivos propuestos, la empresa adjudicataria podrá subcontratar capacidades específicas, ya sea de otras empresas o de personas naturales.

## **ARTICULO 7°: INFORMES**

La empresa deberá entregar los siguientes informes por etapa de ejecución:

Etapa “Identificación de Oportunidad y Levantamiento de Brechas”:

- (i) Un primer informe con el plan de trabajo indicado como producto N° 1 definido en el artículo 5° de las presentes bases técnicas, el cual deberá entregarse, a más tardar, 10 días corridos desde iniciada la consultoría.
- (ii) Un segundo informe de avance, el cual deberá contener los productos N° 2 y 3 definidos en el artículo 5° de las presentes bases técnicas, el cual deberá entregarse, a más tardar, 40 días corridos desde iniciada la consultoría.
- (iii) Un Informe final, el cual deberá contener los productos N° 4 y 5, así como también el consolidado del productos solicitados en esta etapa, el cual deberá entregarse, a más tardar 60 días corridos desde iniciada la consultoría.

Etapa “Diseño de Hoja de Ruta”:

- (iv) Un primer informe con el plan de trabajo indicado como producto N° 6 definido en el artículo 5° de las presentes bases técnicas, el cual deberá entregarse, a más tardar 10 días corridos desde iniciada la segunda etapa de la consultoría.
- (v) Un segundo informe de avance, el cual deberá contener los productos N° 7, 8, 9 y un avance del producto N° 10 definidos en el artículo 5° de las presentes bases técnicas, el cual deberá entregarse, a más tardar 60 días corridos desde iniciada la segunda etapa de la consultoría.
- (vi) Un Informe final del producto N° 10 así como también el consolidado del producto solicitado en esta etapa definidos en el artículo 5° de las presentes bases técnicas, el cual deberá entregarse, a más tardar 120 días corridos desde iniciada la segunda etapa de la consultoría.

## **ARTICULO 8°: PLAZO DE EJECUCIÓN**

El plazo de ejecución de esta consultoría deberá ser propuesto por el oferente, teniendo presente que no podrá exceder los 6 meses, con un plazo máximo de 2 meses para la etapa de “Levantamiento de Brechas e Identificación de Oportunidades” y de 4 meses para la etapa “Diseño de Hoja de Ruta”.

## **ARTICULO 9°: CONTENIDO MÍNIMO DE LA OFERTA TÉCNICA**

- ✓ Nombre de los profesionales que constituyen el equipo de trabajo a cargo de las acciones que involucra la prestación de servicios, señalando el nivel académico, experiencia

profesional en roles en proyectos similares, 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 específica que tienen en este tipo de proyectos. El proponente deberá proveer los antecedentes que avalen su experiencia en este tipo de proyectos, en los últimos 5 años, incluyendo una nómina de clientes con la respectiva información de contacto. Esta información debe ser presentada según se detalla en Anexo N° 2
- ✓ Metodología: El oferente deberá entregar una identificación detallada del marco metodológico a utilizar, de manera tal que Corfo pueda conocer en detalle el alcance y nivel de profundidad con el que el consultor abordará este proyecto específico.
- ✓ Plan de trabajo para el desarrollo de la consultoría el cual debe ser consistente a la metodología presentada. Se espera que al menos contenga:
  - Carta Gantt con el uso de los recursos. (Actividad, responsable, plazo, recursos).
  - Detalle de hora por profesional.
- ✓ Descripción de los entregables, señalando plazo aproximado de entrega y el hito de pago asociado.

## **ARTÍCULO 10°: EVALUACIÓN DE LA OFERTA**

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

CRITERIO DE EVALUACIÓN	%
<b>CRITERIOS TÉCNICOS</b>	
Calidad, coherencia y contenido de la oferta técnica.	40%
Calidad, competencias y experiencia del equipo de trabajo.	30%
Trayectoria de la firma y vinculación con el sector.	20%
Valor agregado de la Propuesta	10%

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

La Entidad Gestora del Programa Estratégico Nacional-Diseño Turismo Sustentable, Codesser, seleccionará la oferta en base a la recomendación que emita el Consejo Directivo del referido programa.