

TÉRMINOS DE REFERENCIA

PROGRAMA RED MERCADO.

**“Mejora de competencias empresariales para la operación de productos turísticos,
Etapa de desarrollo año 2.”**

Instrumento:	RED MERCADOS.
Localización:	Región de Atacama.
Plazo Ejecución Desarrollo:	Hasta 10 meses

ARTÍCULO 1º: ANTECEDENTES GENERALES

El turismo de intereses especiales (TIE) ha experimentado un desarrollo sostenido y creciente a nivel mundial. En este contexto, la región de Atacama destaca por concentrar la mayor cantidad de cumbres sobre los 6.000 m.s.n.m., incluyendo la cumbre más alta de Chile y el volcán más alto del mundo.

Este territorio atrae de manera espontánea a turistas independientes motivados por diversos intereses. La oportunidad, entonces, radica en canalizar esta demanda, tanto nacional como internacional, mediante la incorporación de una oferta estructurada de productos TIE en un catálogo profesional. Este catálogo podrá ser promocionado y comercializado dentro de la cadena formal del turismo organizado, a través de tour operadores y agencias de viajes, tanto nacionales como extranjeras, que integren esta oferta en programas que incluyan otros destinos a nivel nacional e internacional.

En este contexto, durante un periodo de dos años, se llevará a cabo la transferencia de conocimientos y habilidades a un grupo de empresas con el objetivo de integrarlos de manera formal en la cadena de comercialización turística. Este proceso incluirá la creación de productos turísticos especializados y la elaboración de un catálogo que combine la oferta del grupo con otras ofertas complementarias, si es necesario. La estrategia también contempla la promoción comercial de esta oferta a través de materiales promocionales, participación en ferias, capacitación de agentes de venta, visitas técnicas al destino y la transferencia técnica de aspectos comerciales y operativos.

El objetivo es destacar la diversidad de la oferta turística en el corredor que va desde el mar hasta la cordillera de la cuenca del río Copiapó, presentando excursiones y programas turísticos con detalles como descripciones, itinerarios, tarifas y condiciones comerciales. Se ha desarrollado un plan de trabajo que incluye capacitaciones, asesorías individuales, participación en ferias, y diversas acciones de promoción para lograr este propósito.

ARTÍCULO 2º: RESULTADOS ETAPA DESARROLLO AÑO 1

En la etapa Diagnóstica se evidenció una brecha entre la situación actual de los beneficiarios y los estándares del mercado internacional, evaluando tres áreas clave: Gestión Empresarial, Nivel de Servicio y Sustentabilidad. La Gestión Empresarial fue la más débil, con un cumplimiento del 79% (nivel medio), el Nivel de Servicios alcanza un promedio del 81% (nivel medio-alto) y en cuanto a sustentabilidad, la brecha es mínima y constituye un eje central de la estrategia comercial.

Durante el primer año de ejecución, el proyecto abordó de manera efectiva las brechas identificadas en la etapa diagnóstica, logrando avances significativos en la organización, promoción y comercialización de la oferta turística de Atacama. Uno de los principales hitos fue la elaboración de un catálogo turístico con 20 productos organizados, que incluye descripciones técnicas, tarifas confidenciales y material promocional en español, inglés y portugués, orientado a tour operadores nacionales e internacionales.

Se llevaron a cabo talleres grupales y asesorías personalizadas que fortalecieron las capacidades comerciales y operativas de las empresas beneficiarias. Estos espacios abordaron temáticas clave como la estructuración de tarifas competitivas, estándares de calidad internacional y protocolos de atención personalizados. Asimismo, se implementaron marchas piloto y FAM trips que permitieron validar los productos desarrollados y recibir retroalimentación directa para asegurar su competitividad en el mercado.

En paralelo, se diseñó material comercial como brochures y presentaciones profesionales, y se participó en instancias estratégicas de promoción, como la Feria Internacional de Turismo (FIT) en Buenos Aires. Esta participación permitió establecer vínculos con operadores receptivos internacionales, abriendo oportunidades de colaboración y posicionamiento en mercados clave.

El primer año representó un avance decisivo en la incorporación de capacidades y conocimientos necesarios para acceder a mercados internacionales. Las empresas beneficiarias fortalecieron su gestión operativa y comercial, adoptaron estándares internacionales de calidad y sostenibilidad, y desarrollaron una oferta turística especializada que puede integrarse eficazmente en la cadena formal del turismo organizado.

Como resultado, se consolidaron relaciones iniciales con operadores internacionales, mejorando la visibilidad de Atacama como destino de turismo de intereses especiales (TIE). Estos logros han contribuido a profesionalizar la oferta regional, posicionándola como una alternativa atractiva y sostenible para viajeros en busca de experiencias auténticas, y estableciendo una base sólida para las acciones del segundo año del proyecto.

ARTÍCULO 3º: EMPRESAS PARTICIPANTES (TODOS TOUR OPERADORES)

Las empresas postulantes tienen diferentes características de producción y tamaño, todas ellas se destacan por una mejor gestión de servicio que el promedio regional, lo que permite pensar en dar un salto a una productividad orientada a mejores segmentos de mercado. Además, los productos y servicios de las empresas logran entregar mayor valor en su conjunto en la experiencia que se busca para el logro del objetivo del proyecto.

N °	RAZÓN SOCIAL	COMUNA	PRODUCTOS
1	Hotelera Domus Limitada	Copiapó	Hotelería
2	Experiencia Atacama Tour Operador Spa	Copiapó	Tour Operador
3	Inversiones Vespucci Atacama Spa	Copiapó	Hotelería
4	Changos Adventure Spa	Caldera	Tour Operador
5	Agencia de viajes y Comercializadora Chillitrip Limitada	Copiapó	Tour Operador
6	Grandes Destinos Spa	Copiapó	Tour Operador
7	Geoturismo Lickanantay Limitada	Copiapó	Tour Operador

Entre el grupo de proveedores hay empresas que otorgan el servicio de alojamiento. otras ofrecen actividades de turismo de naturaleza y aventura. Hay operadores locales con potencial de crecimiento y otras que prestan el servicio de arriendo de vehículos y traslado de pasajeros. Todos estos servicios conforman la cadena de valor turístico necesario para armar o elaborar una oferta turística característica del destino y de comercializarlos en la cadena formal de turismo para acceder a nuevos y mejores mercados tanto nacional como internacional.

ARTÍCULO 4º: OBJETIVO GENERAL

Encadenar la oferta turística de la cuenca del río Copiapó para el desarrollo y promoción de productos turísticos de intereses especiales para el mercado internacional.

ARTÍCULO 5º: OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

1. Transferir capacidades de gestión administrativa y comercial para comercializar la oferta de turismo de intereses especiales del valle de Copiapó.
2. Organizar la oferta de productos turísticos de intereses especiales orientados a la cadena de comercialización formal de turismo receptivo.

3. Implementar una estrategia comercial para la venta de la oferta turística organizada, a través de la cadena formal internacional.

ARTÍCULO 6º: ACTIVIDADES PROPUESTAS PARA LA ETAPA DE DESARROLLO AÑO 2.

Las actividades presentadas son propuestas referenciales para construir la carta Gantt, estas surgieron del diagnóstico antes realizado, es importante aclarar que el oferente puede proponer nuevas actividades o cambios fundamentados y justificados los cuales deben estar alineados a los objetivos del proyecto.

NOMBRE ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD
Transferir conocimientos comerciales sobre tendencias Internacionales.	Objetivo: Transferir tendencias y oportunidades de negocio en mercados internacionales, enfocadas en turismo sostenible y circular, para generar insumos estratégicos que orienten la actualización del Plan de Marketing y las acciones de comercialización del proyecto.
Actualizar el Plan de Marketing.	Objetivo: Actualizar el Plan de Marketing de los operadores turísticos de Atacama, integrando ajustes estratégicos basados en la evaluación y recomendaciones de un experto internacional en turismo receptivo de alto nivel.
Implementar Estrategias de Circularidad para la Diferenciación en Mercados Internacionales.	Objetivo: Promover prácticas responsables en las empresas para reducir el impacto ambiental mediante turismo circular.
Rediseñar Productos Turísticos incorporando Circularidad como Valor Comercial.	Objetivo: Actualizar y sofisticar la oferta turística de los beneficiarios, integrando principios de sostenibilidad y circularidad para mejorar su competitividad en mercados internacionales.
Diseñar productos Turísticos Birregionales.	Objetivo: Diseñar y estructurar productos turísticos birregionales que integren la oferta de Atacama con destinos estratégicos complementarios, facilitando su comercialización en mercados internacionales.
Organizar Networking y trabajo de Campo.	Objetivo: Mejorar las experiencias turísticas sostenibles mediante vivencias directas y retroalimentación con TTOO.
Diseñar e Implementar un Programa de Fidelización.	Objetivo: Desarrollar una estrategia de fidelización efectiva para los operadores turísticos de Atacama, basada en el conocimiento y gestión de clientes, integrando herramientas digitales y metodologías comerciales que permitan fortalecer la relación con mercados internacionales.
Ejecutar FAM Green Collection.	Objetivo: Evaluar, optimizar y consolidar la oferta turística de Atacama para el mercado brasileño a través de la visita de las dos socias de Green Collection, expertas en comercialización turística y posicionamiento de destinos chilenos en Brasil.

Realizar visitas Puerta a puerta en Brasil y Capacitaciones a Operadores chilenos.	Objetivo: Comercializar la oferta turística de Atacama ante operadores mayoristas brasileños y operadores mediante 10 visitas comerciales lideradas por la socia brasileña de Green Collection en un período flexible de 2 a 3 meses. Paralelamente, se realizarán 10 capacitaciones a operadores receptivos chilenos, que ya trabajan o desean trabajar con el mercado brasileño, con el fin de fortalecer su conocimiento y capacidades para integrar Atacama en su oferta comercial.
Cerra el Proyecto y diseñar propuesta de Continuidad.	Objetivo: Realizar cierre del proyecto con beneficiarios, actores relevantes de PTI, CORPROA, CORFO Y SERNATUR.

• **CARTA GANTT PROYECTO.**

N.º	ACTIVIDADES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10
1	Coordinación.										
2	Actualizar el Plan de Marketing.										
3	Implementación en Turismo Circular.										
4	Rediseño circular de productos turísticos.										
5	Diseñar productos Turísticos Birregionales.										
6	Networking y trabajo de Campo.										
7	Desarrollo de Programa de Fidelización.										
8	Fam Green Collection.										
9	Puerta a puerta Brasil.										
10	Cierre de Proyecto y propuesta de continuidad.										

*esta carta Gantt es tentativa, por lo cual puede ser modificada de acuerdo a la propuesta nueva.

ARTÍCULO 7º: PRESUPUESTO.

El costo total de ejecución de desarrollo es la cantidad de **\$33.333.333- (Treinta y tres millones trescientos treinta y tres mil trescientos treinta y tres)**, que se cofinanciará de la siguiente forma:

- El Agente cofinanciará con los recursos transferidos por **CORFO**, la cantidad de hasta **\$30.000.000.- (treinta millones de pesos)**, que corresponde al 90% del total del proyecto.

- El aporte empresarial corresponde a **\$3.333.333.- (Tres millones trescientos treinta y tres mil trescientos treinta y tres)**, que corresponde al 10% del total del proyecto.

*el presupuesto debe venir desglosado por fuente de financiamiento de acuerdo a los valores y % entregados.

ARTÍCULO 8º: EVALUACIÓN DEL PROGRAMA.

Los siguientes son el set de indicadores que permitirán evaluar la continuidad del programa:

- **INDICADORES DE RESULTADO.**

N °	Indicadores	Medición	Valor Base	Proyectado	Fecha de Cumplimiento	Medio de verificación
1	Acceso a mercados de exportación.	N ° de empresas que exportan o que participan en cadenas de exportación.	4	7	MES 10 año 2	Oferta puesta en valor en Gran Atacama (Catálogo Formal).
2	Generación de capacidades para exportar.	N ° de empresas que incrementan su potencial exportador de servicios turísticos.	4	7	MES 10 año 2	Presentación de cada proveedor dirigidas a TTOO receptivos.
3	Generación de capacidades productivas y administrativas.	N ° de empresas que declaran incorporado y/o fortalecido sus capacidades de gestión	4	7	MES 10 año 2	Mediciones de mejora en sus capacidades de gestión.

- **INDICADORES DE PRODUCTO.**

N °	Objetivo	Indicador	Base	Proyectado	Fecha de Cumplimiento	Medio de Verificación
1	Transferir capacidades de gestión para comercializar la oferta de turismo de intereses especiales del valle de Copiapó.	Plan de transferencia ejecutado.	0	1	Mes 10	Registro de actividades.
2	Organizar la oferta de productos	Productos turísticos de interés especial (TIE) rediseñados con	0	20	Mes 10	Catálogo de productos circulares creados.

	turísticos de intereses especiales orientados a la cadena de comercialización formal de turismo receptivo.	criterios de economía circular y validados para su comercialización en mercados internacionales.				
3	Implementar una estrategia comercial para la venta de la oferta turística organizada, a través de la cadena formal internacional.	Ejecutivos de venta Brasil Capacitados.	0	20	Mes 10	Registro de capacitación.

ARTÍCULO 9º: EQUIPO DE TRABAJO.

Se recomienda contar en el equipo, con consultores/asesores con experiencia probada en el desarrollo de consultorías, estudios y/o proyectos orientados a potenciar y fortalecer competencias y capacidades de los actores del negocio del sector Turismo, en aspectos tales como:

1. Experiencia en procesos de transformación organizacional, identificando oportunidades de mejoras, diseño e implementación de nuevas estrategias, procesos y tecnologías.
2. Experiencia en formación de equipos de trabajo colaborativos, desarrollo y/o gestión de redes internas y en el sector productivo.
3. Conocimiento de metodologías de prospección y diseño estratégico, deseable en el ámbito y sector afines a los del Programa.
4. Experiencia en gestión de modelos de posicionamiento y comercialización de productos a través de canales digitales.
5. Experiencia en entrenamiento a Líderes y Ejecutivos de la Industria del Turismo.
6. Experiencia en desarrollo de Programas similares e instrumentos Corfo y sus procesos (formulación, ejecución, rendición).

ARTICULO 10º: INFORMES

Para el seguimiento y administración del proyecto, se exigirán 3 tipos de informes, estos son:

Informe de avance mensual: Se deberá entregar 1 informe de avance técnico y financiero correspondiente a cada mes, dando cuenta del porcentaje global de cumplimiento del proyecto, avances porcentuales de los indicadores propuestos, los que deberán contener,

respaldos y medios de verificación comprometidos en relación con los indicadores propuestos.

Informe por actividad: Se deberá elaborar un informe individual para cada una de las actividades del programa, detallando el porcentaje de cumplimiento alcanzado. Cada informe debe incluir los respaldos correspondientes y los medios de verificación comprometidos, en relación directa con los objetivos y resultados esperados de cada actividad.

Informe final: se deberá entregar 1 informe final, dando cuenta del cumplimiento del 100% del programa.

ARTÍCULO 11º: PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución de esta consultoría y de la presente etapa de desarrollo deberá ser propuesto por el oferente, teniendo presente que este, no podrá exceder los 10 meses totales. También hay que recalcar que debe ser concordante con las actividades y el presupuesto del proyecto.

ARTICULO 12º: CRITERIOS DE EVALUACION Y PUNTAJES.

La evaluación de la oferta se efectuará respecto de los antecedentes contenidos en la misma, sobre la base de una escala de notas de 1 a 5, existiendo los siguientes criterios:

CRITERIOS	PONDERACION
METODOLOGÍA Y PLAN DE TRABAJO	35%
EXPERIENCIA DE LA EMPRESA	30%
EXPERIENCIA DEL EQUIPO DE TRABAJO	30%
PRESENTACIÓN FORMAL DE LA PROPUESTA	5%

El puntaje de calificación Final para el oferente se realizará en base a la evaluación de criterios ponderados, aplicando la siguiente fórmula:

Nota final: $(0,35) \times C1 + (0,30) \times C2 + (0,30) \times C3 + (0,30) \times C4 + (0,05) \times C4$

Criterio metodología y plan de trabajo (C1):

Evaluación	Nota	Descripción
Insuficiente	1	La oferta presentada no tiene coherencia entre el formulario de la propuesta con relación a los términos de referencia (Metodología, Actividades a desarrollar con los plazos establecidos, resultados esperados, productos, etc.).
Regular	2	La oferta presentada tiene coherencia entre la formulación de la propuesta con relación a los términos de referencia. Sin embargo, el detalle del marco metodológico a utilizar carece de una descripción detallada de las metodologías a utilizar para cumplir con los objetivos de la consultoría.
Más que regular	3	La oferta presentada tiene coherencia entre la formulación de la propuesta con relación a los términos de referencia. Contiene el detalle del marco metodológico a utilizar y las metodologías específicas para cumplir con los objetivos del proyecto. Sin embargo, las actividades a realizar no cuentan con plazos establecidos para su ejecución.
Bueno	4	La oferta presentada tiene coherencia entre la formulación de la propuesta con relación a los términos de referencia. Contiene el detalle del marco metodológico a utilizar y las metodologías específicas para cumplir con los

		objetivos del proyecto. Las actividades por realizar cuentan con plazos establecidos para su ejecución. Sin embargo, no cuenta con las especificaciones de los productos y resultados de la presente consultoría.
Muy Bueno	5	La oferta presentada tiene coherencia entre la formulación de la propuesta con relación a los términos de referencia. Contiene el detalle del marco metodológico a utilizar y las metodologías específicas para cumplir con los objetivos del proyecto. Las actividades por realizar cuentan con plazos establecidos para su ejecución. Cuenta con las especificaciones de los productos y resultados de la presente consultoría.

Criterio experiencia de la empresa (C2):

Evaluación	Nota	Descripción
Insuficiente	1	El oferente no posee experiencia en gestión administrativa y comercial de empresas turísticas, organización de cadenas de comercialización en turismo receptivo e implementación de estrategias de venta turística.
Regular	2	El oferente posee experiencia en gestión administrativa y comercial de empresas turísticas, organización de cadenas de comercialización en turismo receptivo. Sin embargo, no tiene experiencia previa en proyectos similares.
Más que regular	3	El oferente cuenta con experiencia en gestión administrativa y comercial de empresas turísticas, así como en la organización de cadenas de comercialización en turismo receptivo y la implementación de estrategias de venta turística; no obstante, dicha experiencia no guarda plena coherencia con la trayectoria general presentada.
Bueno	4	El oferente posee experiencia en gestión administrativa y comercial de empresas turísticas, organización de cadenas de comercialización en turismo receptivo e implementación de estrategias de venta turística. Sin embargo, la consultora no comprueba experiencia previa en proyectos similares.
Muy bueno	5	El oferente posee experiencia en gestión administrativa y comercial de empresas turísticas, organización de cadenas de comercialización en turismo receptivo e implementación de estrategias de venta turística, demostrando coherencia del proyecto con su trayectoria y experiencia comprobada en proyectos similares.

Criterio experiencia del equipo de trabajo (C3):

Evaluación	Nota	Descripción
Insuficiente	1	Los integrantes del equipo de trabajo, en promedio, no han participado en proyectos vinculados a temáticas de desarrollo económico territorial, no cuentan con años de experiencia ni las competencias para el desarrollo del plan de actividades propuesto.
Regular	2	Los integrantes del equipo de trabajo, en promedio, no han participado en proyectos vinculados a temáticas de desarrollo económico territorial, menos del 50% cuenta con tres años de experiencia y no poseen las competencias para el desarrollo del plan de actividades propuesto.
Más que regular	3	Los integrantes del equipo de trabajo, en promedio, han participado en proyectos vinculados a temáticas de desarrollo económico territorial, menos del 50% cuenta con tres años de experiencia y las competencias para el desarrollo del plan de actividades propuesto.

Bueno	4	Los integrantes del equipo de trabajo, en promedio, han participado en proyectos vinculados a temáticas de desarrollo económico territorial, más del 50% cuenta con tres o más años de experiencia y las competencias para el desarrollo del plan de actividades propuesto.
Muy Bueno	5	Los integrantes del equipo de trabajo, en promedio, han participado en proyectos vinculados a temáticas de desarrollo económico territorial, todo el equipo cuenta con tres o más años de experiencia y las competencias para el desarrollo del plan de actividades propuesto.

Criterio presentación formal de la propuesta (C4):

Evaluación	Nota	Descripción
Insuficiente	1	La propuesta presentada no contiene valor agregado de acuerdo a características y productos adicionales que no están considerados en los términos de referencia de la presente consultoría.
Regular	2	La propuesta presentada contiene valor agregado, sin embargo, las características y productos adicionales, no tienen relación a la presente consultoría.
Más que regular	3	La propuesta presentada contiene valor agregado de acuerdo a características y productos adicionales, Sin embargo, la oferta no es clara. Se requiere solicitar una aclaración al oferente.
Bueno	4	La propuesta presentada contiene valor agregado de acuerdo a características y productos adicionales, la oferta es clara, pero se encuentra incompleta. Se requiere solicitar una aclaración al oferente.
Muy Bueno	5	La propuesta presentada agrega valor agregado de acuerdo a características y productos adicionales que no están considerados en los términos de referencia de la presente consultoría.

ARTICULO 13°: PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS

La empresa o profesional consultor deberá preparar y presentar una oferta que responda consistente y adecuadamente a los requisitos de estos términos de referencia, sin embargo, el licitante podrá presentar, además de la oferta base, una oferta adicional, complementaria, que a su juicio agregue valor a la propuesta y los resultados esperados.

La invitación se realizará a través de la publicación en el sitio Web de CORPROA desde el día 12 de mayo del 2025, hasta el día 26 de mayo del 2025 al medio día (12:00 horas), día hasta el cual se recibirán las ofertas.

Las propuestas deberán contener la **Propuesta Técnica y Económica** de la ejecución de la Etapa de Desarrollo año 1 y los **Antecedentes Legales** de la Empresa Consultora Oferente:

- ***Currículo Vitae Empresa.***
- ***Currículo Vitae de cada uno de los integrantes del equipo de trabajo.***
- ***Certificado de Vigencia.***
- ***Formulario F30.***

La documentación solicitada debe ser entregada en sobre cerrado a nombre de CORPROA, en calle Atacama N° 840, Copiapó. Independiente de ello se aceptará la versión digital al correo electrónico jpablo.munoz@corproa.cl, siempre con copia al correo electrónico karen.moreno@corproa.cl hasta el día 26 de mayo del 2025 al medio día (12:00 horas).