

TÉRMINOS DE REFERENCIA

PROGRAMA RED MERCADO 2025.

“MEJORA DE COMPETENCIAS EMPRESARIALES PARA LA OPERACIÓN DE PRODUCTOS DE TURISMO AGRÍCOLA RURAL SUSTENTABLES VALLE DEL HUASCO”

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

ARTÍCULO 1º: ANTECEDENTES GENERALES.

El Valle del Huasco, ubicado en la Región de Atacama, posee un extraordinario potencial para el turismo rural gracias a su rica producción agrícola, su biodiversidad y su patrimonio cultural único. Los hallazgos del diagnóstico han identificado este destino como una oportunidad estratégica, no solo para diversificar la oferta turística regional, sino también para integrarse como un complemento en los circuitos turísticos consolidados del norte de Chile. Este potencial se sustenta en la presencia de recursos naturales y culturales destacados, como el Desierto Florido, el astroturismo, y actividades de enoturismo y agroturismo que giran en torno a la producción de vino y Pajarete, aceite de oliva, pisco y quesos de cabra. Sin embargo, el diagnóstico también evidenció brechas importantes, como la baja integración de los operadores locales en cadenas de comercialización formal, la necesidad de capacitación en gestión empresarial y atención al cliente, y un déficit en infraestructura básica, como señalización y servicios turísticos. Para abordar estas brechas, el proyecto propone una estrategia integral basada en tres líneas de acción principales. En primer lugar, se desarrollará una oferta turística competitiva, que incluye el diseño de al menos 20 productos turísticos vinculados al patrimonio agrícola, cultural y natural del Valle. Estos productos serán sistematizados en un catálogo multilingüe, que servirá como herramienta clave para su comercialización en mercados nacionales e internacionales. En segundo lugar, se implementará un plan de fortalecimiento de capacidades, mediante la realización de capacitaciones y asesorías técnicas personalizadas para operadores locales. Estas acciones estarán orientadas a mejorar su gestión operativa, comercial y sostenible, preparándolos para cumplir con los estándares del turismo formal. Finalmente, se llevarán a cabo acciones de promoción y comercialización, incluyendo la creación de material promocional profesional, la organización de visitas técnicas para operadores receptivos y la participación en eventos de alto impacto, como la Feria VYVA en Santiago. El impacto esperado del proyecto es significativo en múltiples dimensiones. En términos económicos, se espera un incremento en los ingresos de las empresas locales y una mayor dinamización de la economía regional. Desde una perspectiva social, el proyecto contribuirá al fortalecimiento del rol de las mujeres, quienes representan el 61% de los emprendimientos turísticos rurales en el Valle del Huasco, al tiempo que generará empleos directos e indirectos para las comunidades locales. En el ámbito ambiental, se promoverán prácticas

sostenibles en turismo y agricultura, valorizando los recursos naturales del territorio. Este proyecto está alineado con la Política Regional de Turismo 2016-2025, que fomenta el desarrollo de destinos emergentes y la diversificación de la oferta turística regional. Con un enfoque progresivo y un horizonte de dos años, el proyecto busca posicionar al Valle del Huasco como un destino competitivo, sostenible y auténtico, capaz de atraer tanto a turistas nacionales como internacionales interesados en experiencias únicas y de alto valor.

ARTÍCULO 2º: DIAGNOSTICO Y RESULTADOS.

El diagnóstico reveló la brecha existente entre la situación actual de los beneficiarios y el estándar esperado por el mercado receptivo internacional. Se evaluaron tres factores principales: Gestión Empresarial, Nivel de Servicio y Sustentabilidad.

Resultados Diagnóstico					
nº	Nombre del Establecimiento	Gestión Empresarial	Nivel de Servicio	Sustentabilidad	Promedio
1	Gran Atacama	86%	89%	100%	92%
2	Olivos Centenarios.	71%	83%	100%	85%
3	Viña Bou Barroeta.	48%	89%	83%	73%
4	Viña Kunza.	52%	83%	72%	69%
5	Hotel Park Inn.	71%	83%	67%	74%
6	Hotel Puerto de Vega	71%	83%	67%	74%
7	Jahir Saba	52%	78%	67%	66%
8	Indian Valley	76%	83%	100%	87%
9	Kosmo Sapiens	48%	72%	50%	57%
10	Viña Buena Esperanza	52%	83%	72%	69%
PROMEDIO GLOBAL		63%	83%	78%	74%

Los resultados obtenidos muestran que las empresas presentan fortalezas relevantes en sustentabilidad (78%) y nivel de servicio (83%), destacándose en aspectos como buenas prácticas ambientales, condiciones sanitarias, seguridad, y relación con la comunidad local. Estas características se alinean con las tendencias de demanda internacional que valoran experiencias auténticas, sostenibles y con identidad territorial.

Para el área de servicios se requerirá implementar mejoras en términos de innovación e infraestructura, implementando tecnologías y prácticas avanzadas, y a su vez fomentar protocolos estandarizados.

Por su parte, al área de sustentabilidad se le recomienda integrar estrategias para fortalecer la identidad cultural de los productos e innovar en la sostenibilidad de las empresas.

Por otro lado, se detectaron brechas significativas en gestión empresarial (63%), particularmente en planificación estratégica, uso de información para la toma de decisiones, gestión comercial, y profesionalización de la oferta. Estas debilidades limitan la capacidad de las empresas para diseñar productos turísticos exportables y operar dentro de la cadena formal del turismo receptivo. Por lo que durante el proyecto se buscara mejorar estos aspectos, de forma que el promedio sea aumentado a un 75%.

Un estudio del mercado internacional confirmó una oportunidad estratégica para desarrollar experiencias de turismo rural, enoturismo, agroturismo y astroturismo en el Valle del Huasco.

El análisis demostró que existe un nicho creciente de viajeros que buscan experiencias sustentables y diferenciadas, lo cual posiciona al territorio como un destino emergente complementario a circuitos consolidados como San Pedro de Atacama, el Valle del Elqui y Torres del Paine, particularmente en actividades que integren la producción agrícola (vino, aceite de oliva, pisco) con experiencias culturales y de naturaleza.

Las empresas que se consideran óptimas para cumplir con un rol articulador son aquellas que cuentan con un mayor grado de madurez tales como, Gran Atacama, Olivos Centenarios e Indian Valley.

También se determinaron empresas que requieren un mayor enfoque y apoyo intensivo, como Kosmo Sapiens y Jahir Saba. Esto permitió diseñar estrategias diferenciadas de intervención.

En conclusión, los principales resultados de la etapa anterior permitieron establecer una línea base detallada sobre el estado actual del grupo beneficiario, validar el potencial turístico del Valle del Huasco para mercados internacionales, y definir una hoja de ruta clara para abordar las brechas detectadas mediante capacitación, diseño de productos turísticos y estrategias de comercialización formal.

BRECHAS Y OPORTUNIDADES QUE SERÁN ABORDADAS POR EL PROYECTO	
BRECHA Y/U OPORTUNIDAD	DESCRIPCIÓN
Conocimiento y aplicación de conceptos de turismo organizado.	Las empresas del grupo tienen brechas importantes tanto conceptuales como operativas en materias de turismo organizado. Estas brechas fueron medidas en el diagnóstico a fin de poder diseñar un plan de trabajo orientado a superarlas y convertirlas así en una fortaleza.

Aplicación de conceptos de turismo organizado en el diseño y operación de paquetes turísticos.	Las empresas del grupo desarrollan diversas experiencias turísticas a las cuales en general no aplican estandarización orientada al turismo organizado. La aplicación sistemática de estos conceptos para el diseño de sus experiencias turísticas y para el posterior diseño de productos turísticos en el formato de programas o paquetes que puedan ser comercializados por operadores regionales o nacionales receptivos permitirá abordar mercados de exportación más exigentes.
Promoción de la oferta turística para el turismo organizado del destino y en particular del grupo de empresas.	Las empresas no cuentan con un plan de promoción ni el material adecuado para su difusión a través del canal de comercialización formal.
Oportunidad comercial en el canal formal establecido.	El destino y las empresas del grupo tiene una gran oportunidad de insertarse en la cadena comercial formal.

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	INMOBILIARIA E INVERSIONES BUENA ESPERANZA LTDA	Vallenar	Vinos y aceites
2	SOC. HOTELERA PUERTO DE VEGA LTDA	Vallenar	Hotelería
3	Daisy Rojas Marín	Huasco	Tour Operador
4	INDUSTRIAL EL ROSARIO SPA	Alto del Carmen	Pisquera
5	Viña Kunza SPA	Vallenar	Pisquera
6	Inmobiliaria Carreta S. A.	Vallenar	Hotelería
7	Destilería Nacional S. A.	Vallenar	Restaurant
8	Kosmo Sapiens SpA	Vallenar	Tour Operador
9	Grandes Destinos SPA	Providencia	Tour Operador

10	Stefanie H-Gele	Vallenar	Agencia de Viajes
----	-----------------	----------	-------------------

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 del Valle del Huasco 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 crear y comercializar productos turísticos de intereses especiales del Valle del Huasco.
2. Organizar la oferta de productos turísticos de intereses especiales, capacitando a la fuerza de venta de los operadores turísticos.
3. Implementar una estrategia comercial para poner en valor los productos turísticos elaborados, orientada a la cadena de comercialización formal.

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

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
Transferencia y asesoría en Gestión Empresarial.	Taller remoto y asesorías técnicas individuales para fortalecer la planificación estratégica, la organización interna y la gestión comercial de cada empresa. Se abordan temas como definición de objetivos, procedimientos, estructuras organizacionales y profesionalización del negocio. Se espera que cada beneficiario cuente con un diagnóstico y plan de mejora en gestión. La actividad se verifica mediante asistencia, materiales entregados y un informe técnico individual por empresa, que refleje avances y recomendaciones personalizadas.
Transferencia para el Marketing Turístico	Taller presencial práctico y asesoría remota individual para desarrollar una estrategia comercial clara para cada empresa. Incluye definición del relato de venta, propuesta de valor, segmentación de mercado, estructura de tarifas y condiciones comerciales adaptadas al canal receptivo. Se busca fortalecer la capacidad de promoción y venta profesional. Se verificará a través de la asistencia al taller, materiales entregados, planes de acción por empresa e informe técnico con recomendaciones concretas.
Transferencia para el Diseño de Productos	Taller presencial y asesoría técnica remota enfocada en la estructuración de productos turísticos paqueteados bajo estándares del turismo receptivo. Se trabaja en el diseño de itinerarios, definición de relato, condiciones

5	Asesorías individuales para protocolos de operación.										
6	Diseño técnico y comercial del catálogo gener.										
7	Marcha Piloto & Evaluación por Tour Operadores.										
8	Producción Material Comercial.										
9	Capacitación a Tour operadores.										
10	Participación Feria Internacional.										

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.

ARTÍCULO 8º: INDICADORES DEL PROGRAMA.

- INDICADORES DE RESULTADO.

Nº	Indicadores	Medición	Valor Base	Meta	Fecha de cumplimiento	Medio de verificación
1	Acceso a mercados de exportación.	Porcentaje de empresas que exportan o que participan en cadenas de exportación.	10%	100%	MES 10 año 2	Oferta turística presente en catálogos de operadores nacionales receptivos
2	Generación de capacidades para exportar.	Porcentaje de empresas que incrementan su potencial exportador de servicios turísticos	20%	100%	MES 10 año 2	Productos y tarifarios de cada proveedor dirigidas a TTOO receptivos.
3	Generación de capacidades productivas y administrativas.	Porcentaje de empresas que cuentan con Sistema de registros, incorporación de tecnologías (software de gestión), Sistemas de planificación, entre otros	0%	100%	MES 10 año 2	Porcentaje de empresas que incorporan herramientas objetivas de gestión para los procesos decisionales.

● **INDICADORES DE PRODUCTO.**

N°	Objetivo	Indicador	Base	Proyectado	Fecha	Verificación
1	Transferir capacidades de gestión administrativa y comercial para crear y comercializar productos turísticos de intereses especiales del Valle del Huasco.	Productos creados.	0	20	Mes 10	Fichas técnicas y Catálogo de productos creados.
2	Organizar la oferta de productos turísticos de intereses especiales, capacitando a la fuerza de venta de los operadores turísticos.	Ejecutivos de venta Capacitados.	0	25	Mes 10	Registros de capacitación.
3	Implementar una estrategia comercial para poner en valor los productos turísticos elaborados, orientada a la cadena de comercialización formal..	Número de operadores turísticos receptivos que incorporan los productos en su catálogo	0	4	Mes 10	Respaldo de entrega a TTOO receptivos del material comercial del valle del Huasco.

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 10°: 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 de propuesta de plan de trabajo año 2: se debe entregar en el mes 9 un informe con la propuesta del plan de trabajo año 2. Dentro del plan de trabajo se incluye:

- Objetivos específicos e indicadores de producto.
- Actividades y presupuesto.

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

ARTÍCULO 11°: PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución de esta consultoría y de la 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 12°: 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) X C1 + (0,30) X C2 + (0,30) X C3 + (0,05) X 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 tiene experiencia respecto a trabajos de desarrollo de modelos de prestación de servicios de alta tecnología, y a la vez la coherencia del proyecto con su trayectoria. La consultora no comprueba experiencia previa en proyectos similares.
Regular	2	El oferente tiene experiencia respecto a trabajos de desarrollo de modelos de prestación de servicios de alta tecnología. Sin embargo, no tiene experiencia previa en proyectos similares.
Más que regular	3	El oferente tiene experiencia respecto a trabajos de desarrollo de modelos de prestación de servicios de alta tecnología. Sin embargo, no tiene coherencia del proyecto con su trayectoria.
Bueno	4	El oferente tiene experiencia respecto a trabajos de desarrollo de modelos de prestación de servicios de alta tecnología, y a la vez la coherencia del proyecto con su trayectoria. Sin embargo, la consultora no comprueba experiencia previa en proyectos similares.
Muy bueno	5	El oferente tiene experiencia respecto a trabajos de desarrollo de modelos de prestación de servicios de alta tecnología, y a la vez la coherencia del proyecto con su trayectoria. La consultora comprueba experiencia previa en proyectos similares.

Criterio experiencia del equipo de trabajo (C3):

Evaluación	Nota	Descripción
Insuficiente	1	En los últimos 5 años los integrantes del equipo de trabajo, en promedio, no han participado en proyectos vinculados a temáticas de desarrollo económico territorial.
Regular	2	En los últimos 5 años los integrantes del equipo de trabajo han participado, en promedio, en al menos 1 proyecto vinculado a temáticas de desarrollo económico territorial.
Más que regular	3	En los últimos 5 años los integrantes del equipo de trabajo han participado, en promedio, en al menos 3 proyectos vinculados a temáticas de desarrollo económico territorial.
Bueno	4	En los últimos 5 años los integrantes del equipo de trabajo han participado, en promedio, en al menos 4 proyectos vinculados a temáticas de desarrollo económico territorial.
Muy Bueno	5	En los últimos 5 años los integrantes del equipo de trabajo han participado, en promedio, en al menos 5 proyectos vinculados a temáticas de desarrollo económico territorial.

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 consultora 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 02 de septiembre del 2025, hasta el día 16 de septiembre 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 asistente.proyectos@corproa.cl hasta el día 16 de septiembre del 2025 al medio día (12:00 horas).