



## Resultados esperados

La presente asesoría de comercialización para la oferta turística del Valle del Huasco busca contribuir a la mejora de los canales que se utilizan para la venta de productos turísticos, a través del desarrollo de un Fam Tour, que permita evaluar las 4 experiencias turísticas del Valle del Huasco y talleres que logren generar acciones de encadenamiento asociativo y fortalecimiento comercial

Durante el primer año de ejecución del Programa Territorial Integrado de Turismo Agrícola Rural Valle del Huasco se desarrollaron iniciativas referentes a la creación de una Imagen Turística del Destino (logo, video), Diseño de 4 Nuevos Productos Turísticos, Capacitaciones en Arquitectura Vernácula, Gastronomía y Hospitalidad, creación de un Modelo de Oferta - Demanda y diseño de un Modelo de Gestión del Destino. Las actividades realizadas durante el primer ciclo del Programa, vislumbraron la necesidad de articular acciones que permitieran comercializar los productos turísticos del Valle del Huasco. Considerando que ya se cuenta con una Imagen del Destino y una estructura de trabajo asociativo, se elaboran 4 actividades para generar talleres y definiciones de acciones que busquen mejorar la comercialización de los 4 productos turísticos existentes en el Valle del Huasco.

Los resultados esperados de la “Asesoría para el Fortalecimiento de la Comercialización de Servicios y Experiencias Turísticas Rurales del Valle del Huasco” se detallan a continuación, segmentados en 4 pasos y anexados a 4 resultados esperados o entregables:

- I. La consultora o profesional a cargo de la “Asesoría para el Fortalecimiento de la Comercialización de Servicios y Experiencias Turísticas Rurales del Valle del Huasco”, deberá participar de un **Fam Tour**, diseñado y coordinado por el Equipo PTI Turismo Agrícola Rural Valle del Huasco y los Tours Operadores participantes del Programa. Se solicitará a la consultora o profesional a cargo: **generar una evaluación de los 4 productos turísticos del Valle del Huasco**, a través de un modelo de evaluación diseñado y entregado por Enoturismo Chile, con el propósito de generar observaciones, brecha y recomendaciones a mejorar. **Estas observaciones se deberán exponer en uno de los talleres a realizar o durante las últimas jornadas del Fam Tour, y deberán ser incluidas en el informe final.** Las fechas, invitaciones y coordinaciones previas al Fam Tour, serán coordinadas previo a la actividad, entre el Equipo PTI Turismo Agrícola Rural Valle del Huasco y la consultora o profesional a cargo. En ningún caso, la ejecución de la actividad, podrá superar la fecha del 31 de octubre.

	<p>II. <b>Taller de “Encadenamiento Comercial en la Industria del Turismo Local”</b>. El taller deberá ser ejecutado y diseñado por la consultora o profesional a cargo, quien(es) deberá(n) realizar este taller al finalizar la actividad de Fam Tour. El formato debe ser presencial y considerar sólo la participación de los tours operadores. Fechas y horarios se coordinarán entre la consultora o profesional a cargo y el Equipo PTI Turismo Agrícola Rural Valle del Huasco, previo a la actividad. El taller estará enfocado a acciones para comercializar con tours operadores intermediarios de otras Provincias y/o Regiones.</p> <p>III. <b>Asesoría de “Fortalecimiento Comercial para los 4 productos Turísticos del Valle del Huasco”</b>. La “Asesoría” que será impartida por la consultora o profesional a cargo, debe considerar líneas de acción para la comercialización y promoción a público final, incluyendo metodologías asociativas.</p> <p>IV. <b>Actividad de cierre</b>. Se solicita finalmente, una presentación del trabajo realizado, en una jornada de camaradería. Durante la jornada se debe entregar en formato digital, un documento resumen de lo aprendido durante la “Asesoría para el Fortalecimiento de la Comercialización de Servicios y Experiencias Turísticas del Valle del Huasco” (informe final en formato digital).</p>
<p><b>Fuente de financiamiento</b></p>	<p>Programa Territorial Integrado Turismo Agrícola Rural Valle del Huasco.</p>
<p><b>Aportes al proyecto</b></p>	<p>No se consideran aportes al proyecto.</p>
<p><b>Relación con otros proyectos</b></p>	<p>El PTI Turismo Agrícola Rural Valle del Huasco ha generado informes que pueden ser de utilidad para la consultora o profesional a cargo, los cuales se describen a continuación. No es de carácter obligatorio integrar los productos que se nombran, en la presente licitación, sin embargo, en caso de requerir mayor información, se debe solicitar al Equipo PTI Turismo Agrícola Rural Valle del Huasco.</p> <p>I. <b>Calendario de eventos turísticos</b>: calendario de eventos turísticos del Valle del Huasco.</p> <p>II. <b>Imagen Turística del Destino</b>: imagen turística del Valle del Huasco diseñada y aprobada por la Gobernanza del PTI Turismo Agrícola Rural Valle del Huasco.</p> <p>III. <b>Oferta turística actual</b>: 4 productos turísticos diseñados por el Programa en el primer ciclo.</p>

	<p>IV. <b>Aplicación Trashumantes:</b> desarrollo de una aplicación para teléfonos móviles, con geolocalización de servicios turísticos presentes en Atacama. Se espera que la información recopilada durante el proyecto, ayude a nutrir la base de datos de la aplicación.</p> <p>V. <b>Catálogo Virtual:</b> en paralelo a la “Asesoría para el Fortalecimiento de la Comercialización de Servicios y Experiencias Turísticas del Valle del Huasco” se dará inicio al proyecto “Catálogo Virtual de Experiencias Turísticas en el Valle del Huasco”, una vitrina para exponer la oferta turística del destino.</p>
<p><b>Factores críticos de éxito</b></p>	<p>El éxito del proyecto será posible, siempre y cuando exista la oferta turística idónea para la comercialización, la cual se debe considerar como medio de verificación y respaldo para el éxito del proyecto. Como medio de verificación se utilizarán los resultados de la evaluación de los productos, el análisis posterior a los talleres e informe final en formato digital.</p>
<p align="center"><b>2. CONTEXTUALIZACIÓN</b></p> <p>El Valle del Huasco es un destino con un potencial turístico significativo, caracterizado por su riqueza cultural, paisajes únicos y productos de origen, como el aceite de oliva extra virgen, pajarete, pisco y vinos asoleados. Sin embargo, a pesar de estos recursos, los operadores turísticos locales enfrentan desafíos importantes en la comercialización efectiva de sus servicios. La entrega de conocimientos especializados en áreas de la comercialización, permitirán una mejor relación con los visitantes, y aumentar el alcance de los productos turísticos del Valle del Huasco. Mediante la “Asesoría para el Fortalecimiento de Servicios y Experiencias Turísticas del Valle del Huasco” se espera una mejora en las competencias comerciales de los tours operadores y empresarios del turismo local.</p> <p>Durante el primer año de ejecución del Programa Territorial Integrado Turismo Agrícola Rural Valle del Huasco, se llevaron a cabo iniciativas que son insumos para el mejoramiento de la comercialización de los productos turísticos del Valle del Huasco, sin embargo, estos requieren ser complementados con asesorías que muestren estrategias de uso, con el fin de posicionar de manera asociativa, los productos turísticos locales. A continuación, se describen los insumos disponibles para el desarrollo de la “Asesoría”:</p>	

**a. Logotipo y eslogan Valle del Huasco**



La Imagen Turística del Valle del Huasco representa los característicos colores del territorio, manifestado en espacios como “Quebrada La Totora” y “Quebrada de Pinte”. En el fondo, un sol naciente identifica también a los primeros pueblos originarios que habitaron la zona, en donde plasmaron su historia a través de petroglifos y pictografías que abundan en el Valle del Huasco, rodeado de una flora y fauna que conecta de cordillera a mar, transmitiendo el mensaje de una naturaleza endémica e histórica. En definitiva, la marca Valle del Huasco, muestra un ciclo de vida, un buen vivir, propio de los destinos rurales, en donde aún es posible observar la tranquilidad del habitat campesino. Emerge del ecosistema, múltiples semillas que crean 4 productos con denominación de origen (pisco, vinos asoleados, pajarete, aceite de oliva), creando un territorio fértil y en armonía con la naturaleza, un oasis en medio del desierto más árido del planeta. La marca Valle del Huasco es un producto creado en el año 2023, la cual requiere de uso y posicionamiento para comunicar el mensaje deseado a los turistas, por lo que se sugiere a la empresa consultora o profesional a cargo, hacer uso en todo momento de la Marca Valle del Huasco. Una vez adjudicada la licitación, se entregarán todos los formatos de marca.

**Link de descarga para Manual de Marca de la Imagen Turística del Valle del Huasco:**

[https://drive.google.com/drive/folders/1Kq4xdUdKEnd4NsNA8zGEfmTh1NOM2OtL?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1Kq4xdUdKEnd4NsNA8zGEfmTh1NOM2OtL?usp=drive_link)



### c. Productos Turísticos del Valle del Huasco



- PRODUCTO TURÍSTICO 1: Vallenar
- PRODUCTO TURÍSTICO 2: Alto del Carmen
- PRODUCTO TURÍSTICO 3: Freirina - Huasco
- PRODUCTO TURÍSTICO 4: Domeyko - Chañaral de Aceituno



En el primer ciclo del Programa Territorial Integrado Turismo Agrícola Rural Valle del Huasco se crearon 4 productos turísticos, que requieren de evaluaciones por expertos y empresarios del turismo, con la finalidad de posicionarlos en el mercado nacional. La empresa consultora o profesional a cargo, deberá participar de un Fam Tour, siendo parte de cada experiencia diseñada por el Programa, en un itinerario de 3 días, recorriendo de cordillera a mar los servicios que componen los siguientes destinos: Alto del Carmen (Valle El Carmen, Valle El Tránsito), Vallenar (Verbena, Camarones, Buena Esperanza, Camarico), Sector Sur de la Provincia (Domeyko, Chañaral de Aceituno), Sector Costero de la Provincia (Freirina, Huasco). Los productos turísticos presentados, serán la base para el trabajo de la consultora o profesional a cargo, por lo que se debe considerar su integración en todo momento.

A rasgos generales, es importante indicar que cada producto muestra una experiencia propia del territorio, basada en las 4 denominaciones de origen presentes en la Provincia de Huasco, entregando oportunidades únicas para el turismo rural. Durante el reconocimiento de los productos turísticos del Valle del Huasco se podrán vivir experiencias integradas entre la producción agropecuaria y la naturaleza endémica del destino, con impresionantes manifestaciones de flora y fauna endémica.

**Link de descarga para conocer los Productos Turísticos del Valle del Huasco:**  
[https://drive.google.com/drive/folders/1Kq4xdUdKEnd4NsNA8zGEfmTh1NOM2OtL?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1Kq4xdUdKEnd4NsNA8zGEfmTh1NOM2OtL?usp=drive_link)

La “Asesoría para el Fortalecimiento de la Comercialización de los Servicios Turísticos del Valle del Huasco” consta de 4 instancias de participación, en donde se podrán reconocer los productos turísticos del destino y explorar acciones de comercialización. Lo anterior, surge a partir de diagnósticos, brechas y necesidades planteadas por los empresarios del turismo local y el equipo PTI Turismo Agrícola Rural Valle del Huasco. A continuación, se describe la problemática y argumento de ejecución de cada actividad, con la finalidad de comprender sus alcances y horizontes.

- I. **Fam tour:** a partir del diseño de los 4 productos turísticos emblemáticos del Valle del Huasco, se establece la necesidad de fortalecer la asociatividad y posicionamiento de las experiencias diseñadas, por lo que se ejecutará un prototipo de lo que será cada producto, el cual tendrá la participación de expertos, tours operadores de otras Provincias y empresarios del turismo presentes en el Valle del Huasco, quienes deberán evaluar la calidad de las rutas y evidenciar mejoras, con la finalidad de proponer buenos estándares en los servicios. La necesidad principal que busca solucionar la actividad denominada “Fam Tour”, es validar los 4 productos turísticos del Destino, previo a su comercialización en el mercado, con la retroalimentación de la comunidad de emprendedores(as) y profesionales de la industria. Lo anterior permitirá contribuir a la identificación del Valle del Huasco con una variedad de experiencias turísticas, frente a la competencia de otros destinos. Definiendo una ruta conceptual/física y apalancando en el futuro, inversiones para el desarrollo de nuevos emprendimientos.
- II. **Taller de “Encadenamiento Comercial en la Industria del Turismo Local”:** entendiendo la naturaleza de la industria del turismo, es necesario fortalecer el encadenamiento comercial entre las empresas integrantes de cada ruta, con la finalidad de seguir nutriendo la asociatividad entre los empresarios del turismo local. Si bien el Valle del Huasco cuenta con 6 tours operadores capaces de levantar una oferta turística local, requieren articular con nuevas redes de proveedores y alianzas estratégicas que permitan aumentar las posibilidades de comercializar los productos turísticos diseñados. Para fortalecer las redes entre los tours operadores de otras Provincias, se busca generar un encuentro que tendrá como desafío definir las líneas de acción que permitirán de manera asociativa aumentar la demanda de turistas en el Valle del Huasco, a través de alianzas entre tours operadores de turismo emisivo y receptivo.
- III. **Asesoría de “Fortalecimiento Comercial para los 4 productos Turísticos del Valle del Huasco”:** la asesoría busca construir una hoja de ruta que continúe fomentando la asociatividad entre los integrantes del Programa y sus productos turísticos, a través de los tours operadores del Valle del Huasco, permitiendo acciones de comercialización eficaces en la industria del turismo rural e involucrando en cada paso a los productores agropecuarios, productores con denominación de origen y tours operadores.
- IV. **Actividad de cierre:** las actividades finalizarán con un cierre de camaradería, considerando la importancia de fortalecer los vínculos y espacios de feedback, en donde se entreguen indicios de como continuar con el trabajo asociativo y las iniciativas a implementar en un tercer ciclo del PTI Turismo Agrícola Rural Valle del Huasco.

El propósito de trabajar las 4 etapas definidas por el Programa, es generar un camino sostenido y eficaz para que los productos turísticos del Valle del Huasco comiencen a posicionarse en el territorio y en los medios digitales, esperando ocupar un espacio competitivo en la industria del turismo nacional.



### 3. OBJETIVO DE LA CONSULTORIA

#### Objetivo General de la Consultoría

Mejorar los canales de comercialización, para los productos turísticos del destino “Valle del Huasco”, integrando acciones estratégicas, que permitan ampliar las redes comerciales de la industria del turismo local.

#### Objetivos Específicos

- Participar en un fam tour para la evaluación de los 4 productos turísticos diseñados por el Programa, presentando mejoras y propuestas para su posicionamiento en el mercado nacional.
- Generar líneas de acción con tours operadores invitados y emprendimientos turísticos de la Provincia de Huasco, que permitan establecer alianzas, acciones de comercialización asociativa y la definición de puntos estratégicos para posicionar la marca Valle del Huasco.
- Generar una hoja de ruta entre los tours operadores participantes de la actividad y los productores con denominación de origen, para la comercialización de experiencias turísticas del Valle del Huasco a público final.

### 4. PRODUCTOS EN RELACIÓN A LOS RESULTADOS ESPERADOS.

- I. **Fam Tour:** participación en una gira por la Provincia, para la evaluación técnica y validación de los 4 productos turísticos del Valle del Huasco. Para la actividad se considera la invitación de las siguientes entidades: participantes del PTI Turismo Agrícola Rural Valle del Huasco (tours operadores locales, empresarios del turismo local, Gobernanza del Programa, representantes de cada municipio perteneciente a la Provincia de Huasco), representantes de empresas colaboradoras del Programa y la participación de evaluadores expertos, para lo que se considera la invitación de : 3 tours operadores de otras Provincias, equipo Enoturismo Chile, consultora o profesional a cargo. Se espera la entrega de un informe de evaluación con aspectos a mejorar en los 4 productos turísticos del Valle del Huasco, en un formato sugerido por Enoturismo Chile. También se aceptarán sugerencias para el diseño del formulario de evaluación por parte de la consultora o profesional a cargo. Los criterios de participación de los tours operadores invitados deben estar alineados con los siguientes conceptos: tener dirección de empresa en la Región de Coquimbo o Región Metropolitana o Provincia de Copiapó. Además, deben estar registrados en Sernatur, realizar turismo emisivo y estar dispuestos a integrar los productos turísticos del Valle del Huasco con la intermediación de tours operadores locales.
- II. **Taller de “Encadenamiento Comercial en la Industria del Turismo Local”:** taller para generar un documento con al menos tres líneas de acción que fortalezcan el trabajo asociativo entre los tours operadores del Valle del Huasco y los tours operadores provenientes de otras Provincias y/o Regiones, integrando las temáticas de trabajo asociativo, espacios estratégicos de difusión, opciones de venta, roles en la cadena de la industria y acciones de los tours operadores para la comercialización de los 4 productos turísticos del Valle del Huasco. Se debe entregar un espacio de exposición para presentar la oferta turística de los tours operadores participantes.

- III. **Asesoría de “Fortalecimiento Comercial para los 4 productos Turísticos del Valle del Huasco”:** taller para construir una hoja de ruta de la comercialización asociativa de los productos turísticos del Valle del Huasco, enfocado a los productores integrantes de cada experiencia y tours operadores de la Provincia, espacio en donde se deben integrar las temáticas de estándares mínimos, resultado y análisis de la evaluación de cada producto turístico del Valle del Huasco, fortalecimiento del relato, propuesta de acciones para la comercialización grupal, servicio al cliente y fidelización. Las líneas de acción y taller deben estar enfocados en fortalecer la relación con el público final. Finalmente, se debe integrar el contenido impartido en el informe final.
- IV. **Actividad de cierre:** se espera generar una actividad de encuentro para la entrega de feedback sobre las actividades realizadas. Además, se debe entregar el informe final en formato digital por parte de la empresa consultora o profesional a cargo.

En resumen, se espera que los tours operadores del Valle del Huasco habiliten las condiciones necesarias para comercializar los 4 productos turísticos creados por el Programa, considerando mejoras, líneas de acción asociativa y una hoja de ruta para fortalecer la relación con el turista.

## 5. PROPUESTA METODOLÓGICA

El proyecto “Asesoría para el Fortalecimiento de la Comercialización de Servicios y Experiencias Turísticas del Valle del Huasco” contempla un trabajo metódico entre la consultora o profesional a cargo y la articulación entre El Equipo PTI Turismo Agrícola Rural Valle del Huasco, los miembros de la Gobernanza, participantes del Programa y Enoturismo Chile. Es importante mencionar, que la Gobernanza del Programa está compuesta por privados, organizaciones de turismo e instituciones públicas de nivel comunal, provincial y regional, quienes deben ser incorporados según su pertinencia en las actividades, ya sea como invitados o como beneficiarios directos.

- I. **Fam Tour:** la primera actividad será organizada por el Equipo PTI Turismo Agrícola Rural Valle del Huasco, en donde se visitarán los 4 productos turísticos del destino. El recorrido será en 2 van de 16 pasajeros cada una y tendrá una duración de 3 días. Se entregará por parte del Programa Enoturismo Chile un formulario de evaluación, el cual debe ser completado por cada participante de la actividad, con la finalidad de evaluar los productos turísticos del Destino. Los resultados serán presentados durante el cierre del Fam Tour o en los talleres a la realizar. No se considera desayuno, cena u once para los participantes, solamente transporte y almuerzo, sin embargo, los invitados de otras provincias contarán con alojamiento durante su estadía, en la comuna de Vallenar. Se adjunta a la licitación itinerario del Fam Tour y listado de participantes. La empresa consultora o profesional a cargo deberá(n) gestionar los pagos asociados a la actividad, los cuales serán acordados en la reunión de planificación y se detallan en la sección “Presupuesto y responsabilidades”. La actividad Fam Tour puede sufrir modificaciones si el Equipo PTI Turismo Agrícola Rural Valle del Huasco lo considera necesario. La gestión de la actividad será liderada y articulada con el equipo PTI Turismo Agrícola Rural Valle del Huasco, sin embargo, los costos asociados y descritos en la sección “Presupuesto y responsabilidades” deben ser ejecutados por el consultor o profesional a cargo de la iniciativa.

- II. **Taller de “Encadenamiento Comercial en la Industria del Turismo Local”**: durante el desarrollo del Fam Tour, se generará un taller de “Encadenamiento Comercial” con los tours operadores del Valle del Huasco y los tours operadores de otras Provincias. El taller se realizará en un lugar por definir. La gestión de salón, invitaciones, proyector y coordinaciones para le ejecución del taller será tarea del Equipo PTI Turismo Agrícola Rural Valle del Huasco. La consultora o profesional a cargo deberá generar la dinámica del taller y liderar en todo momento, considerando las temáticas de trabajo integrado, espacios estratégicos de difusión, opciones de venta, roles en la cadena de la industria y acciones de los tours operadores para la comercialización de los 4 productos turísticos del Valle del Huasco. Además, se debe entregar un espacio de exposición para presentar la oferta turística de los tours operadores participantes. Al finalizar la consultoría, se deberá integrar al informe final los resultados del taller. La actividad puede sufrir modificaciones si el Equipo PTI Turismo Agrícola Rural Valle del Huasco lo considera necesario.
- III. **Asesoría de “Fortalecimiento Comercial para los 4 productos Turísticos del Valle del Huasco”**: se realizará una asesoría de “Fortalecimiento Comercial para los 4 productos Turísticos del Valle del Huasco”, en una jornada intensiva. La actividad se realizará en un espacio por definir. La gestión de salón, invitaciones, proyector y coordinaciones para le ejecución del taller será tarea del Equipo PTI Turismo Agrícola Rural Valle del Huasco. La consultora o profesional a cargo deberá generar la dinámica del taller y liderar en todo momento, en donde se deben integrar las temáticas de estándares mínimos, resultado y análisis de la evaluación de cada producto turístico del Valle del Huasco, fortalecimiento del relato, propuesta de acciones para la comercialización grupal, servicio al cliente y fidelización. Las líneas de acción y taller deben estar enfocados en fortalecer la relación con los turistas. Finalmente, se debe integra el contenido impartido en el informe final. La actividad puede sufrir modificaciones si el Equipo PTI Turismo Agrícola Rural Valle del Huasco lo considera necesario.
- IV. **Actividad de cierre**: las actividades culminan con una actividad de cierre que se vinculará con el lanzamiento de la temporada alta. La actividad será organizada por el Equipo PTI Turismo Agrícola Rural Valle del Huasco y la Gobernanza del Programa, quienes presentaran los resultados de la consultoría y entregaran un distintivo a los integrantes de los productos turísticos del Valle del Huasco.

## 6. PARTICIPANTES

Se adjunta a la licitación el listado de participantes para la actividad de Fam Tour y el listado de participantes para los talleres y asesorías. Todos los beneficiarios de la consultoría son participantes del Programa Territorial Integrado Turismo Agrícola Rural Valle del Huasco.

## 7. CARTA GANT

# AGOSTO 2024

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
29	30	31	01	02	03	04
05	06	07	08 INICIO ENVÍO DE PROPUESTAS	09	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21 CIERRE DE PROPUESTAS	22 REVISIÓN PROPUESTAS Y ENTREVISTAS	23 ENTREVISTAS	24	25
26 RESULTADOS E INICIO DE CONSULTORÍA	27 REUNIÓN DE COORDINACIÓN	28 ENVÍO DE INVITACIONES	29	30	31	01



# SEPTIEMBRE 2024

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
26	27	28	29	30	31	01
02	03	04	05	06	07	08
09	10	11 ASESORÍA "FORTALECIMIENTO COMERCIA"	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26 FAM TOUR	27 FAM TOUR	28 FAM TOUR TALLER DE "ENCADENAMIENTO COMERCIAL"	29
30	01	02	03	04	05	06

# OCTUBRE 2024

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
30	01	02	03	04	05	06
07	08	09	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19 ACTIVIDAD DE CIERRE	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31	01	02	03





## 9. CONTENIDO MÍNIMO DE LAS PROPUESTAS

La propuesta debe contener al menos la siguiente información:

Datos Generales del Postulante:

- Razón Social y Rut.
- Dirección y teléfono.
- Nombre Jefe(a) de Proyecto (JP), Correo electrónico JP y teléfono JP.

La Empresa Consultora o el profesional deberá entregar una Propuesta Técnica que contenga como mínimo la siguiente información:

I. Identificación 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, las competencias de cada uno y la cantidad de horas dedicadas al proyecto.

II. Currículums actualizados de cada uno de los profesionales comprometidos, informando la experiencia en las actividades a realizar.

III. Identificación detallada de la metodología a utilizar, de manera tal que el AOI pueda conocer en detalle el alcance y nivel de profundidad con el que el consultor abordará esta consultoría. Se debe considerar incluir la metodología de trabajo en terreno y administrativas, para las distintas etapas.

IV. Plan de Trabajo para el desarrollo de la consultoría el cual debe ser consistente a la metodología presentada. Este plan debe contener un programa detallado de las materias que abordara el consultor según plan de trabajo. Finalmente, el Plan debe contener un Programa de Actividades (Carta Gantt), que refleje el plazo de ejecución de cada una de las actividades. Destacar puntos críticos de cumplimiento.



## 10. CONVOCATORIA DE LA CONSULTORÍA

**Contratación directa:** del Agente Operador GEDES. El Programa Territorial Integrado de Turismo Agrícola Rural del Valle del Huasco invitará a participar a al menos 3 profesionales y/o empresas consultoras, que cumplan con los requisitos establecidos anteriormente. Esta invitación debe ser realizada a través de un correo electrónico enviado a la coordinación del Programa Territorial Integrado de Turismo Agrícola Rural del Valle del Huasco. Además, GEDES difundirá en sus redes sociales el llamado a prestar los servicios descritos. Se recibirán y responderán consultas en un plazo de 6 días corridos desde la publicación del llamado en redes sociales.

Los oferentes tendrán un plazo máximo de 13 días de corrido para presentar cotizaciones. Las ofertas se deberán presentar en formato digital y enviadas al correo [gestorptiturismo@gedes.cl](mailto:gestorptiturismo@gedes.cl); con copia a [ejecutivoptiturismo@gedes.cl](mailto:ejecutivoptiturismo@gedes.cl) y [atacama@gedes.cl](mailto:atacama@gedes.cl), dirigido a Camilo Ugalde G., Gestor del Programa, en el día y hora señalada en la invitación. Las ofertas serán evaluadas de acuerdo con los criterios de evaluación indicados más abajo, y se informara sobre los resultados de la evaluación mediante una comunicación definida para tales efectos y en un plazo máximo de 4 días hábiles.

## 11. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Una comisión evaluadora realizará análisis e indicara nota de las propuestas presentadas por los oferentes, en conformidad a los criterios que se indican en la siguiente tabla:

Criterios Técnicos	Ponderación
<b>Factor 1:</b> Calidad de la propuesta técnica	<b>40%</b>
<b>Subfactor 1.1:</b> Metodología propuesta y Plan de trabajo	<b>50%</b>
<b>Subfactor 1.2:</b> Proveedor con experiencia en la Región de Atacama	<b>50%</b>
<b>Factor 2:</b> Competencias y experiencia	<b>40%</b>
<b>Subfactor 2.1:</b> Conocimiento y experiencia técnica del proponente en el diseño, desarrollo e implementación de estudios similares al presente servicio	<b>50%</b>
<b>Subfactor 2.2:</b> Conocimiento y experiencia técnica del equipo de trabajo en el diseño, desarrollo e implementación de estudios similares al presente servicio	<b>50%</b>
<b>Factor 3:</b> Criterio Económico	<b>5%</b>
<b>Factor 4:</b> Valor Económico de la propuesta	<b>5%</b>
<b>Factor 5:</b> Criterio Formal	<b>5%</b>
<b>Factor 6:</b> Presentación Formal de la propuesta	<b>5%</b>
<b>Total</b>	<b>100%</b>









## **BIBLIOGRAFÍA**

Antecedentes del Programa Territorial Integrado Turismo Agrícola Rural Valle del Huasco:

<https://drive.google.com/drive/folders/1Kq4xdUdKEnd4NsNA8zGEfmTh1NOM2OtL>