

REQUERIMIENTOS TÉCNICOS

PROGRAMA TERRITORIAL INTEGRADO RECUPERACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL DESTINO SANTIAGO URBANO, REGIÓN METROPOLITANA”  
23PTI-246805.”

CONSULTORÍA PARA EL LEVANTAMIENTO DE DATOS DE DEMANDA Y OFERTA TURÍSTICA URBANA Y MICE DEL DESTINO

El presente documento tiene por objetivo señalar los antecedentes y especificaciones técnicas de la contratación de la consultoría que llevará a cabo el levantamiento de datos de demanda y oferta turística urbana y MICE del destino para el “PROGRAMA TERRITORIAL INTEGRADO RECUPERACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL DESTINO SANTIAGO URBANO” de la Región Metropolitana. Para ello y a modo de contexto, se señalan las características generales del Programa Territorial Integrado Santiago Urbano impulsado por CORFO y sus objetivos.

Luego, se señala el detalle de las actividades que espera realice el consultor para el desarrollo de la presente consultoría.

1. IDENTIFICACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1. Programas Territorial Integrado – PTI Santiago Urbano

NOMBRE DEL PROYECTO	Recuperación de la actividad turística en el destino Santiago Urbano, Región Metropolitana
CÓDIGO SGP	23PTI-246805
REGIÓN	Metropolitana
PROVINCIAS	Santiago
COMUNAS DE INTERVENCIÓN	Santiago, Providencia, Ñuñoa y Recoleta
SECTOR ECONÓMICO	Turismo

1.2. Objetivos del PTI Santiago Urbano

Objetivo General

Consolidar a Santiago Urbano como un destino competitivo en turismo urbano y MICE, mediante la coordinación entre actores clave, el fortalecimiento de las capacidades del sector turístico, y la creación de una oferta diversificada y sofisticada, orientada tanto al mercado nacional como internacional.

Objetivos específicos

- Mejorar la articulación, integración, vinculación y gestión colaborativa entre los actores de la cadena de valor del destino Santiago Urbano con orientación al turismo urbano y MICE.
- Fomentar la diversificación de la oferta turística local y potenciar el posicionamiento de los productos para los mercados nacional e internacional.
- Entregar capacidades y técnicas que permitan la mejora de la preparación del capital humano vinculado al turismo urbano y MICE.

1.3. Antecedentes generales del programa.

Este proyecto se fundamenta en que la reactivación y dinamización turística del destino Santiago Urbano puede ser impulsada a partir de un encadenamiento de actividades ligadas al turismo urbano y Turismo de reuniones, incentivos, congresos y exposiciones (MICE). Ello, junto a un fortalecimiento competitivo de las empresas que forman parte de la cadena de valor que están dispuestas a trabajar de manera colaborativa con el sector público y promover la llegada de turistas y excursionistas, importante diferenciar que un Turistas (visitantes que pernoctan): Un visitante que permanece por lo menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado y un

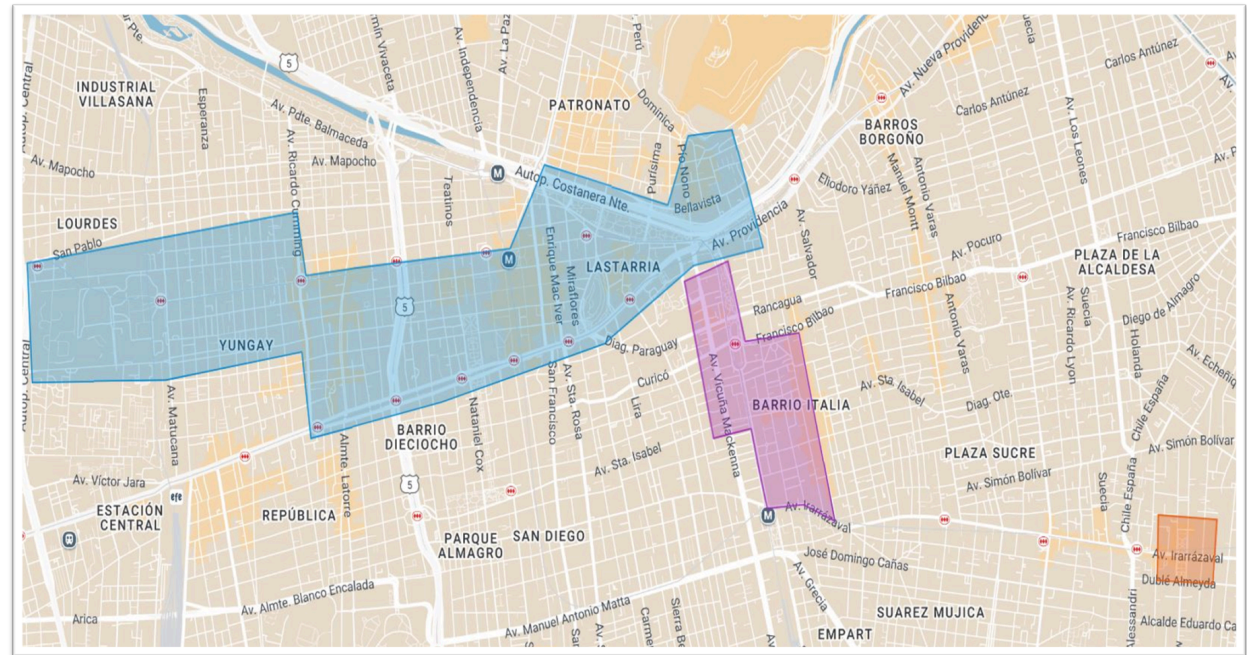
Excursionistas (visitantes del día): Un visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país o lugar visitado.

El territorio de intervención aborda parte del destino Santiago Urbano que lo describe el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) como la principal puerta de entrada al país, y es considerado como un destino ideal para la realización de congresos y seminarios, debido a que cuenta con una gran gama de servicios, mano de obra calificada y distintos centros para la realización de eventos. comprende las comunas de Santiago, Estación Central, Las Condes, Providencia, Ñuñoa y Vitacura.

En este territorio existe un relevante potencial y desarrollo de actividades en torno a actividades asociadas a gastronomía, cultura, patrimonio y MICE. De hecho, el territorio cuenta con una relevante presencia de atractivos turísticos de jerarquía nacional e internacional, un total de 89 que se centran en las comunas de Santiago Centro y Providencia.

Los antecedentes entregados por la validación estratégica y el comité estratégico han recomendado focalizar la intervención, proponiendo una mayor intensidad de acción en el territorio donde se observa una integración barrial en los núcleos “Histórico y Tradicional” (Brasil, Yungay, Casco Histórico, Bellas Artes, Lastarria) y “Gastronómico y Comercial” (Bellavista, Plaza Italia, Parque Bustamante, Barrio Italia, Plaza Ñuñoa).

Todo ello se sustenta en un ejercicio de ponderación de variables, considerando la base organizativa turística de los barrios, su potencial para el proyecto, el tipo de oferta y los datos comunales.



En relación a la demanda cabe señalar que al año 2023 en el destino Santiago Urbano han sido contabilizadas unas 2,4 millones llegadas a alojamientos turísticos, cifra en aumento con relación al 2022, sin embargo, aún inferior al período pre pandemia. Por lo cual, es indispensable el apoyo en su dinamización y articulación territorial para fines de la generación de una oferta más sofisticada e integrada.

Las principales brechas identificadas en el proyecto de recuperación del turismo en Santiago Urbano y MICE incluyen la falta de liderazgo y articulación entre los actores clave para dinamizar la competitividad del destino, la carencia de datos y su gestión para la toma de decisiones, la ausencia de un relato común que apoye la diversificación de la oferta turística, el deterioro en el posicionamiento de la imagen del turismo urbano y MICE en los mercados, y la escasez de capital humano especializado en la gestión y servicios para estos sectores. El proyecto se enfoca en mitigar estas brechas mediante iniciativas de gobernanza, absorción tecnológica, marketing, y capacitación.

Sobre la participación femenina, en los levantamientos realizados a 163 respuestas, se identificó que en un 19% de las empresas encuestadas los cargos directivos son ocupados por mujeres, no obstante que del total de miembros de las organizaciones un 56% son mujeres y 44% hombres.

El objetivo del proyecto es consolidar en el destino Santiago Urbano la cadena de valor del turismo urbano y MICE, por medio de la coordinación y articulación entre actores y fortalecimiento competitivo de las empresas, para impulsar una dinamización turística territorial.

El plan de trabajo para el año 1 del proyecto en Santiago Urbano y MICE se enfoca en establecer una gobernanza multinivel, promover mentorías en liderazgo, levantar datos sobre la demanda y oferta turística, desarrollar un relato común para el destino y diversificar la oferta turística. Además, se implementarán acciones de marketing y promoción, y capacitaciones para mejorar el capital humano en el sector. Si bien algunas actividades pueden continuar en los años siguientes, el plan está diseñado para ser adaptable, permitiendo cambios según las necesidades y avances del proyecto.

Las iniciativas de escalamiento competitivo identificadas para el PTI dicen relación a poder fortalecer el acortamiento de brechas priorizadas, tanto desde su aspecto de fomento, como de infraestructura habilitante, destacando aquellas como lo son de transferencia de habilidades técnicas, absorción tecnológica, implementación de acciones de marketing o de mejoras del ambiente urbano.

El modelo de gestión propuesto invita a establecer una instancia amplia de participación, de carácter activo y transversal al destino y sus realidades de turismo urbano y MICE. El modelo incorpora niveles de vinculación desde una Secretaría Técnica, un Consejo Estratégico Ampliado, Comité Ejecutivo, Comités de Trabajo, hasta un nivel de Asesores que se convoquen ocasionalmente para entregar sus visiones referentes sobre iniciativas del programa. Destaca la participación entre los actores de la cadena de valor y la articulación existente a nivel barrial y de vinculación en pro de un desarrollo del turismo urbano y MICE.

Las empresas de las cadenas de valor a intervenir en el proyecto de Santiago Urbano incluyen principalmente micro y pequeñas empresas del sector turístico ubicadas en las comunas de intervención. Estas empresas están asociadas a servicios de alojamiento, gastronomía, operadores turísticos, guías, centros de eventos, y organizadores de congresos y ferias. Entre las agrupaciones específicas que participan destacan:

- Alojamientos y restaurantes: En los barrios priorizados de intervención se encuentran 171 alojamientos y 259 restaurantes.
- Asociaciones empresariales: Incluyen agrupaciones como AG Barrio Italia, AG Barrio Lastarria, Cámara de Comercio Ñuñoa, Asociación de Guías de Turismo de Santiago, y varias asociaciones de artesanos y empresarios locales.

El foco de trabajo del PTI en Santiago Urbano se centra en la reactivación y dinamización del turismo urbano y MICE a través del encadenamiento de actividades turísticas. Además, el PTI busca reducir las brechas identificadas en liderazgo, articulación, y falta de datos, al tiempo que fomenta la diversificación de la oferta turística y la mejora del capital humano especializado en la gestión y servicios para el turismo urbano y MICE.

En particular, cabe señalar la orientación sobre el trabajo para el segmento MICE que se orienta en el aporte en la diversificación y mejora de la oferta turística urbana que complementará las oportunidades para el desarrollo de esta actividad de turismo de negocios, congresos, convenciones en Santiago Urbano.

La estrategia diseñada para los próximos 3 años busca reducir las brechas en la articulación entre actores, disponibilidad de datos, diversificación de la oferta y fortalecimiento del capital humano en el turismo urbano y MICE en Santiago. Para ello, se implementará una gobernanza multinivel que fomentará la colaboración entre actores públicos y privados, incluyendo empresas turísticas, autoridades locales y asociaciones de barrios. Este modelo permitirá una gestión coordinada que apoyará la toma de decisiones conjunta y sostenida. A su vez, se desarrollará un sistema de recolección de datos sobre la oferta y demanda turística que servirá como base para la planificación estratégica, apoyado por un benchmarking con destinos similares y la implementación de plataformas tecnológicas para la gestión de información.

## **2. DESCRIPCIÓN DE LA CONSULTORÍA**

Se requiere elaboración de un modelo integral de levantamiento, sistematización y visibilización de datos de la oferta y perfil de demanda turística en los diez barrios priorizados que conforman el programa PTI Santiago Urbano.

Este modelo deberá considerar, en una primera etapa, la recopilación de información secundaria proveniente de diversas fuentes públicas y privadas, tales como servicios públicos, programas gubernamentales, asociaciones gremiales, municipios, entre otros actores relevantes. Posteriormente, con base en la información recopilada, el/la consultor/a deberá identificar brechas de información de oferta y demanda, además de vacíos de datos existentes en cada territorio, formulando una metodología de priorización que permita determinar en qué barrios se aplicarán los instrumentos de levantamiento de información faltante.

En una segunda etapa, se deberán aplicar los instrumentos necesarios de acuerdo a la priorización de barrios realizada y los tiempos de ejecución de la consultoría a fin de acortar las brechas identificadas, caracterizando de manera específica la oferta turística (servicios, experiencias, atractivos) y el perfil de la demanda, según corresponda.

El proceso deberá culminar con la entrega de un informe técnico consolidado, una herramienta de visualización de resultados (dashboard / visor georreferenciado), y un conjunto de recomendaciones estratégicas para la creación de un sistema de información que contribuya a la toma de decisiones y la planificación del destino. Los principales hallazgos y lineamientos deberán ser presentados en un taller de transferencia dirigido a los actores clave del programa.

2.1. Público Objetivo

El público objetivo para la realización de la consultoría estará conformado por los polígonos de interés que forman parte de este proyecto, los que están compuestos por los barrios Italia (Ñuñoa y Providencia), Bellavista, Centro Histórico, Parque Bustamante, Plaza Ñuñoa, Yungay, Brasil, Lastarria, Bellas Artes y Plaza Italia.

2.2. Objetivo de la consultoría

Objetivo general

Diseñar y ejecutar un modelo de levantamiento de datos que permita, a partir del análisis de información secundaria, identificar brechas de data existente, y aplicar una metodología de priorización que oriente el levantamiento de información faltante. El proceso deberá culminar con la sistematización y visualización mediante un dashboard y un mapa georreferenciado de la oferta para fortalecer la toma de decisiones y gestión del destino.

Objetivos Específicos

- **OE 1:** Diagnosticar las brechas de información existentes sobre la oferta y demanda turística en los diez barrios participantes, identificando ausencia de datos, inconsistencias y limitaciones que dificulten una caracterización territorial precisa y estratégica.
- **OE 2:** Diseñar y aplicar herramientas de levantamiento y análisis de información, que permitan caracterizar integralmente la oferta y demanda turística en barrios priorizados, incorporando bases de datos, georreferenciación y visualización de resultados.
- **OE 3:** Consolidar y transferir el conocimiento generado durante el proceso, mediante la elaboración de informes técnicos, recomendaciones estratégicas y la realización de un taller presencial orientado a fortalecer la toma de decisiones y la proyección sostenible del uso de la información levantada.

2.3. Insumos y documentos disponibles

El consultor deberá realizar los estudios y análisis necesarios para cumplir con los objetivos señalados en los presentes Requerimientos Técnicos, considerando las instrucciones e indicaciones contenidas en los documentos que entregue la contraparte técnica y administrativa, en sus versiones vigentes al inicio de la presente consultoría, incluidas todas las actualizaciones hasta dicha fecha.

2.4. Fases de trabajo

La consultoría se realizará en 3 fases sucesivas, debiendo el/la consultor/a presentar, dentro de los plazos establecidos, los respectivos informes de diagnóstico, caracterización y final.

Tabla N° 1 Fases y contenidos

Fase	Contenido	Plazos de ejecución
1	<b>Metodología de trabajo y levantamiento información oferta y demanda y metodología</b> <ul style="list-style-type: none"><li>● Ajuste metodológico.</li><li>● Información recopilada de los barrios.</li><li>● Identificación de brechas y metodología de trabajo.</li><li>● Cuadro de priorización de barrios/brechas.</li></ul>	4 semanas
	<b>Entrega de informe de avance</b>	

2	<b>Caracterización e ilustración de oferta y demanda turística</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Aplicación del Instrumento.</li><li>• Dashboard y herramienta de distribución geográfica de la oferta.</li></ul>	8 semanas
3	<b>Taller de Cierre y transferencia de resultados</b>	10 semanas
	<b>Entrega de informe final</b>	

**Nota:** El consultor podrá proponer un ajuste a los contenidos y plazos establecidos, no obstante, lo descrito en la tabla debe ser incorporado en cada informe.

**2.4.1. Fase 1: Metodología de trabajo y levantamiento de información oferta y demanda.**

- **Ajuste Metodológico.**

Una vez adjudicada la consultoría, el/la consultor/a deberá participar en una reunión con la contraparte técnica para revisar, ajustar y consensuar los lineamientos metodológicos del trabajo. En un plazo máximo de tres días hábiles, deberá presentar la versión actualizada de la metodología, que servirá como base para el desarrollo de las acciones e informes. El trabajo se ejecutará en coordinación permanente con la contraparte técnica, atendiendo sus requerimientos y estableciendo, si es necesario, instancias adicionales con otros actores relevantes.

La metodología para cumplir cada actividad deberá ser propuesta por el/la consultor/a, sin perjuicio de los aspectos mínimos que, a modo indicativo, a continuación, se señalan para una correcta ejecución de la consultoría.
- **Información recopilada de los barrios.**

El/la consultor/a deberá recopilar y sistematizar la información secundaria existente para cada uno de los diez barrios del programa, tanto en lo referido a la caracterización de la oferta turística (servicios, experiencias, atractivos) como al perfil de la demanda (visitantes). La información debe ser recopilada a través de distintos canales con servicios públicos, programas gubernamentales, asociaciones gremiales, municipios, entre otros actores relevantes. Esta información deberá organizarse de manera clara y estructurada, sirviendo como base para el diagnóstico y la identificación de brechas.
- **Identificación de brechas y metodología de trabajo**

De acuerdo a la sistematización del punto anterior, se deberán identificar las brechas de datos existentes en cada barrio (10), tanto en relación a la oferta como con el perfil de demanda. En relación a cada brecha el/la consultor/a deberá proponer una metodología para el levantamiento/recopilación, la cual deberá ser aplicada en la fase siguiente en base a una priorización que además considere limitaciones de tiempo, recursos y ajustando la aplicación de instrumento a los casos prioritarios.

  - En cuanto a la **caracterización de la oferta**, se requiere el diseño de un instrumento que permita recolectar datos básicos de los prestadores de servicios turísticos (Alojamiento, Alimentación, Bar/Discoteque, Actividades/experiencias y atractivos), con el fin de integrarlos en un mapa georreferenciado. Junto con lo anterior se deberá realizar un levantamiento de los actuales canales de promoción y comercialización existentes.
  - Respecto al **perfil de la demanda**, se deberá diseñar una metodología de levantamiento que, como mínimo, contemple: temporalidad (visitante de día, noche, semana o fin de semana), estacionalidad (época del año), y metodología de aplicación (forma, tiempo, universo y muestra representativa), además de preguntas claves que permitan orientar el diseño futuro de productos o experiencias turísticas en los barrios.
- **Cuadro de priorización de barrios/brechas.**

El/la consultor(a) deberá elaborar un cuadro de priorización que debe contener el argumento técnico y lógico que permita priorizar las brechas de información existentes en cada barrio a fin de aplicar la metodología de levantamiento. Esta priorización deberá considerar al menos los siguientes criterios:

- a) Planilla de ponderación y focalización de barrios.
- b) Información de otros programas gubernamentales.
- c) Escenario actual del ecosistema.
- d) Tiempo y recursos para la aplicación de la metodología.

#### **2.4.2 Fase 2: Caracterización e ilustración de oferta y demanda turística.**

- **Aplicación del instrumento.**

El/la consultor/a deberá implementar la metodología e instrumento de levantamiento definidos en la fase anterior, ejecutando al menos una caracterización de oferta y un levantamiento de perfil de demanda. La aplicación del instrumento deberá ejecutarse conforme a los parámetros establecidos en el diseño metodológico a fin de obtener información primaria que permita complementar los datos previamente recopilados.

- **Dashboard y herramienta de distribución geográfica de la oferta.**

El Dashboard debe considerar una base de datos con información consolidada de los barrios priorizados (10), junto con una visualización cartográfica (mapa) que represente geográficamente la oferta de servicios y experiencias turísticas de cada territorio. Esta visualización deberá incorporar tanto los datos recopilados en la fase 1 (fuentes secundarias) como los obtenidos a partir del levantamiento de información primaria realizado en la fase 2, permitiendo una lectura integrada y territorialmente georeferenciada del ecosistema turístico del destino.

#### **2.4.3 Fase 3: Taller de cierre y transferencia de resultados.**

- El/la consultor/a deberá elaborar un informe final que integre el informe inicial con los resultados de la fase 2, además de recomendaciones estratégicas para proyectar un sistema de datos que contribuya a la toma de decisiones estratégicas en los territorios.
- Asimismo, el/la consultor/a deberá desarrollar un taller presencial de transferencia de resultados, orientado a los principales actores del programa. Esta instancia deberá incluir la presentación de los hallazgos principales, la visualización de los resultados, y la entrega de orientaciones técnicas para el uso y actualización futura de la información.

### **3. ANTECEDENTES GENERALES**

#### **3.1. Disposiciones generales**

- **Consultores que pueden participar**

Podrán participar y presentar su cotización aquellas personas jurídicas o naturales con iniciación de actividades (primera o segunda categoría), que cuenten con capacidades y experiencia acreditada en las tareas a ejecutar, así como también con actividades registrada ante el SII relacionadas con la temática a trabajar (Por ejemplo: consultoría, asesoría, etc.).

- **Contraparte administrativa**

La contraparte administrativa de la consultoría estará a cargo de el/la ejecutivo/a del Agente Operador Intermediario.

#### **3.2. Presentación de las ofertas**

Las postulaciones deberán presentarse vía correo electrónico dirigido a Daniela Correa, al correo electrónico [daniela.correa@codesser.cl](mailto:daniela.correa@codesser.cl), indicando como asunto Propuesta Consultoría Levantamiento de Datos – PTI Santiago Urbano.

Cada interesado/a será responsable de:

- De la veracidad e integridad de la información entregada en dichos documentos.
- Identificar claramente los documentos que componen la oferta técnica y económica.
- Presentar documentos legibles y que se encuentren disponibles en el momento de apertura de las ofertas.
- Presentar todos los documentos exigidos en la convocatoria. La falta de documentos será sancionada en la evaluación de la oferta, sin perjuicio que la contraparte técnica y administrativa podrá solicitar los antecedentes faltantes.

- El plazo máximo de entrega será el día 16 de junio de 2025, hasta las 23.59 hrs. Según hora oficial Chile continental.

**3.3. Contenido mínimo de la oferta**

Será de responsabilidad de los/as interesados/as entregar todos los antecedentes que permitan evaluar adecuadamente sus propuestas. Los contenidos mínimos de la oferta son los que se mencionan a continuación y se valorará que el consultor/a cuente con un equipo acorde a los requerimientos de la consultoría:

**Oferta técnica**

- Propuesta Metodológica
- Anexo 1(incluir F30 en caso de ser empresa)
- Anexo 2

**Oferta económica**

- Anexo 3

**3.4. Plazo de ejecución**

El plazo de desarrollo de esta consultoría es de 10 semanas (2,5 meses), contados desde la fecha de adjudicación de la consultoría, pudiendo proponer, el/la consultor/a, un plazo menor de ejecución si así lo estima conveniente.

**3.6 Presupuesto**

El presupuesto máximo disponible para esta consultoría es de seis millones quinientos mil pesos (\$6.500.000.-), impuestos incluidos. Este monto comprende todos los gastos para su ejecución por parte del/de la consultor/a.

Los pagos se efectuarán luego de entregados y aprobados cada uno de los informes descritos anteriormente.

**Tabla Nº 2 Plazos y porcentajes de pago**

Entrega	Plazos en semanas de entrega	Porcentaje del monto total contratado
Informe de avance	4	40%
Informe final y taller de cierre	10	60%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

El/la consultor/a podrá proponer plazo de entrega distinto, acorde a la planificación de actividades que presente, lo cual será materia de evaluación durante el proceso de selección. El pago efectivo de los montos contratados, de acuerdo con los porcentajes señalados en la **tabla**, se realizará una vez que la contraparte técnica y administrativa aprueben los informes.

**ANEXO 1: EMPRESA O CONSULTOR/A**

**ANEXO Nº 1: IDENTIFICACIÓN Y EXPERIENCIA DEL CONSULTOR/A**

NOMBRE EMPRESA O CONSULTOR/A				
RUT EMPRESA O CONSULTOR/A				
PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA O CONSULTOR/A (Máximo 1.000 palabras)				
ANTECEDENTES DE EXPERIENCIA VINCULADA AL LEVANTAMIENTO DE DATOS				
TIPO DE SERVICIO PRESTADO	SECTOR PÚBLICO/ PRIVADO	DESCRIPCIÓN SERVICIO PRESTADO	PERÍODO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS	CONTACTO



## ANEXO 2: EQUIPO PROFESIONAL DE APOYO

[illegible]

ANEXO 3: OFERTA ECONÓMICA

ANEXO N° 3: OFERTA ECONÓMICA

	PLAZO DE EJECUCIÓN (semanas totales dedicados a la consultoría)	PRECIO FINAL DE LA CONSULTORÍA
SERVICIO DE CONSULTORÍA		