

**PROGRAMA TERRITORIAL INTEGRADO  
TURISMO RURAL Y ENOTURISMO  
PROVINCIA DE MELIPILLA  
24PTI-273122-2**

**Preguntas y Respuestas  
Consultoría Estratégica para la construcción participativa  
de la marca destino, desarrollo de relatos comerciales,  
benchmark estratégico y mapeo audiovisual de  
experiencias turísticas priorizadas del destino**

El presente documento consolida las principales consultas recibidas y sus respuestas, con el objetivo de facilitar la comprensión del alcance técnico, metodológico, administrativo y operativo de la consultoría.

## 1. Propósito del documento

Este documento tiene por finalidad orientar a las consultoras interesadas en postular, aclarando dudas frecuentes sobre el alcance de la consultoría, la participación territorial, la gobernanza, los productos esperados, los estándares de entrega, los plazos, los pagos y las responsabilidades de coordinación. Su contenido debe entenderse como una guía complementaria a los Términos de Referencia y demás antecedentes formales del proceso.

## 2. Síntesis general de la consultoría

La consultoría busca aportar al posicionamiento turístico de la Provincia de Melipilla como destino de turismo rural y enoturismo, mediante un proceso estratégico, participativo y aplicado. El trabajo considera diagnóstico identitario, análisis de mercados, benchmark, construcción de relato común, propuesta de valor, marca destino, relatos comerciales de experiencias priorizadas, material gráfico, mapeo fotográfico y audiovisual, y transferencia para el uso posterior de los productos.

## 3. Datos clave del proceso

Aspecto	Definición orientadora
<b>Gobernanza de referencia</b>	Consejo estratégico ampliado compuesto por aproximadamente 40 actores del territorio.
<b>Participación esperada</b>	Referencia mínima de 70% de la gobernanza, equivalente a más de 28 participantes por jornada.
<b>Instancias presenciales mínimas</b>	Al menos 5 instancias presenciales, una por cada comuna: Melipilla, Curacaví, María Pinto, San Pedro y Alhué.
<b>Experiencias priorizadas</b>	Tres experiencias turísticas integradas, a identificar y priorizar dentro de la consultoría.
<b>Duración referencial</b>	Hasta 28 semanas contadas desde la total tramitación del contrato.
<b>Revisión técnica</b>	Hasta 10 días hábiles por informe o entrega formal.
<b>Rondas de corrección</b>	Hasta 3 rondas de corrección por producto o entregable sujeto a revisión.
<b>Pagos</b>	4 estados de pago asociados a informes aprobados técnica y administrativamente.

## 4. Caso de subcontratación

### ¿La consultora puede subcontratar servicios específicos dentro de la consultoría?

Sí. La empresa postulante podrá subcontratar servicios específicos dentro de la consultoría, hasta por un 40% del monto total. Sin embargo, será especialmente relevante que la propuesta demuestre que el equipo principal cuenta con experiencia y capacidades en ámbitos estratégicos como branding de destino, estudios de mercado turístico, construcción de relatos comerciales y posicionamiento territorial.

Los servicios de apoyo más operativos o especializados, como diseño gráfico, producción audiovisual, fotografía, mapeo audiovisual u otros similares, podrán ser subcontratados, siempre que se indique claramente en la propuesta.

En caso de contratación de terceros, deberá existir un convenio, acuerdo de trabajo o documento equivalente que respalde la relación entre la empresa postulante y la entidad subcontratada, dejando expresamente establecido que la empresa principal postulante será la responsable final de la correcta ejecución de los productos comprometidos.

Asimismo, la propuesta deberá adjuntar los antecedentes de respaldo correspondientes, incluyendo el CV de la empresa subcontratada, los CV y cartas de compromiso de los profesionales que participarán, y los documentos legales pertinentes, con el objetivo de asegurar la mayor trazabilidad, formalidad y respaldo posible.

En todos los casos, la responsabilidad final por la calidad, coherencia, coordinación y entrega de los productos será de la empresa postulante adjudicada.

## 5. Participación territorial y gobernanza

### ¿La consultora deberá considerar instancias presenciales obligatorias con la gobernanza y actores territoriales?

Sí. Se consideran al menos 5 instancias presenciales obligatorias, una por cada comuna de la Provincia de Melipilla. Estas instancias pueden complementarse con formatos híbridos u online cuando la metodología lo justifique, pero debe asegurarse presencia efectiva en el territorio.

### ¿Existe una cantidad mínima esperada de participantes por comuna o actividad?

La gobernanza está compuesta por aproximadamente 40 actores. Se espera una participación de referencia superior al 70%, es decir, más de 28 participantes por jornada. El número mínimo definitivo deberá revisarse en la reunión de arranque, considerando la composición de la gobernanza y la naturaleza de cada instancia.

### ¿El PTI cuenta con actores clave y base de datos territorial?

Sí. El PTI cuenta con un levantamiento de actores clave, contactos institucionales de la gobernanza y antecedentes generales de prestadores turísticos del territorio.

Esta información podrá ser facilitada a la consultora adjudicada sólo cuando sea necesaria para la ejecución del servicio, resguardando la confidencialidad, el uso responsable de los datos y su utilización exclusiva para fines de la consultoría.

### ¿Quién realiza la convocatoria a los talleres y reuniones?

La convocatoria es responsabilidad de la consultora adjudicada. No obstante, el equipo PTI podrá apoyar mediante el envío de invitaciones formales desde correos institucionales y facilitando la base de datos. Se considera importante que la consultora realice seguimiento uno a uno para confirmar asistencia.

### ¿El PTI dispone de espacios físicos para las actividades?

El PTI apoyará la gestión de espacios físicos, sin embargo, la consultora deberá coordinar oportunamente los requerimientos logísticos de cada instancia.

### ¿La consultora debe considerar coffee break y logística?

Sí. La consultora deberá considerar un coffee break simple para las jornadas participativas, además de la logística asociada a talleres y reuniones. El PTI podrá apoyar con algunos elementos disponibles, como data, cuando corresponda.

### ¿Qué verificadores se requieren para acreditar la participación?

Se deberán presentar listados de asistencia, actas, minutas, fotografías de actividades en terreno, correos, invitaciones, respaldos digitales del material producido y otros verificadores que proponga la consultora y sean aprobados por la contraparte técnica.

### ¿Qué ocurre si una convocatoria no alcanza la participación mínima esperada?

La consultora deberá informar oportunamente la situación, respaldar las gestiones realizadas y coordinar medidas complementarias con la contraparte técnica. Estas medidas pueden incluir refuerzo de convocatoria, entrevistas, reuniones adicionales o mecanismos de validación virtual para resguardar la legitimidad del proceso.

### ¿Existe una comuna prioritaria dentro de la Provincia de Melipilla?

Las comunas con mayor desarrollo turístico y concentración de empresas son Melipilla y Curacaví, que en conjunto concentran aproximadamente el 65% de la oferta del destino. Sin perjuicio de ello, la consultoría debe mantener una mirada provincial e integrada, considerando particularidades de cada comuna.

## 6. Metodología, diagnóstico, mercados y benchmark

### ¿Existe una metodología participativa sugerida o validada previamente por el PTI/CORFO?

No se establece una metodología única. La consultora deberá proponer una metodología participativa pertinente, considerando levantamiento, co-construcción, validación y retroalimentación con actores del territorio y la gobernanza del PTI. La metodología será revisada y ajustada en la reunión inicial.

### ¿Existe información previa, estudios o diagnósticos que serán facilitados?

Sí. El PTI cuenta con información base proveniente del diagnóstico territorial de la Provincia de Melipilla, que incluye antecedentes sobre identidad, oferta turística y productiva, demanda, mercados potenciales, brechas, actores relevantes, atractivos y oportunidades para el desarrollo del turismo rural, enoturismo y recreación de proximidad.

Esta información servirá como insumo inicial para orientar la marca destino, el relato común, la propuesta de valor, la priorización de experiencias y el mapeo audiovisual. No obstante, la consultora deberá profundizar, actualizar y complementar estos antecedentes mediante levantamientos cuantitativos y cualitativos propios, análisis técnico y validaciones con la contraparte y actores territoriales.

### ¿Qué profundidad se espera para el análisis de mercados?

Se espera un análisis estratégico y aplicado, que profundice y complemente el diagnóstico territorial ya existente, especialmente en materia de demanda, oferta turística, posicionamiento y oportunidades comerciales.

El análisis deberá identificar mercados actuales y potenciales, perfiles de visitantes, motivaciones, comportamientos de consumo, canales de información y compra, barreras de visita y segmentos pertinentes para turismo rural, enoturismo, gastronomía, naturaleza, patrimonio local y turismo de proximidad. Se valorará la incorporación de evidencia cuantitativa cuando sea pertinente.

Asimismo, deberá profundizar en el análisis de la oferta turística, evaluando no solo su atractivo identitario, sino también su nivel de preparación comercial para recibir visitantes, considerando formalización, capacidad operativa, calidad de atención, articulación con otros servicios, potencial de comercialización y coherencia con la demanda.

El objetivo es que la marca destino, los relatos comerciales y el mapeo audiovisual se construyan sobre experiencias representativas, viables y preparadas para ser promocionadas y comercializadas.

### ¿El análisis de mercados debe relacionarse con la oferta turística?

Sí. La consultora deberá analizar también experiencias, servicios y recursos turísticos con potencial, considerando atractivo identitario, preparación comercial, capacidad operativa, formalización, calidad de atención, potencial de articulación, coherencia con la demanda y viabilidad de promoción y comercialización.

### ¿El benchmark debe considerar referencias nacionales o internacionales?

Debe considerar referencias nacionales e internacionales. Se espera analizar 1 destino nacional y 2 destinos internacionales similares, con criterios de selección justificados metodológicamente.

### ¿Existe un destino de referencia obligatorio?

No existe un destino obligatorio. La consultora deberá proponer los casos de benchmark, procurando obtener aprendizajes aplicables a la realidad de la provincia de Melipilla en ámbitos como turismo rural, enoturismo, turismo de proximidad, identidad territorial, articulación de oferta, relato de destino y comercialización de experiencias.

### ¿Qué tipo de aprendizajes debe entregar el benchmark?

El benchmark debe identificar buenas prácticas, aciertos, errores y brechas transferibles al posicionamiento turístico, relato común, marca destino, priorización de experiencias, promoción, comercialización, gobernanza y uso de contenidos audiovisuales.

## 7. Experiencias turísticas priorizadas

### ¿Las experiencias turísticas priorizadas ya están definidas por el PTI?

No. Su identificación, análisis y priorización participativa forman parte del alcance de la consultoría. La consultora deberá proponer un proceso metodológico para levantar una preselección de experiencias con potencial y luego validar la priorización definitiva con la contraparte técnica y la gobernanza.

### ¿Qué se entiende por experiencias priorizadas?

Son experiencias turísticas integradas que articulan recursos, servicios, relatos, actividades y actores del territorio en torno a una propuesta concreta de visita, orientada a segmentos específicos de demanda. Pueden adoptar formatos como rutas, circuitos, experiencias temáticas, productos integrados, paquetes referenciales o combinaciones de servicios turísticos.

### ¿Se busca priorizar atractivos aislados?

No. Se espera priorizar experiencias con capacidad de representar la identidad turística de la Provincia de Melipilla y con potencial para ser comunicadas, promocionadas y comercializadas.

### ¿Qué criterios deben considerarse en la priorización?

La priorización deberá considerar atributos identitarios, pertinencia territorial, condiciones de mercado, nivel de preparación comercial, capacidad de operación, coherencia con la demanda, potencial de comercialización y validación con la gobernanza.

## 8. Relato común, propuesta de valor, marca destino y diseño

### ¿La marca destino debe contemplar solo turismo?

El turismo será el eje principal de posicionamiento, pero la marca deberá integrar la proyección cultural, patrimonial, rural, productiva y económica del territorio. Debe representar la identidad provincial, el patrimonio rural, paisaje agrícola, producción local, gastronomía, tradiciones campesinas, enoturismo, naturaleza y vocación territorial.

### **¿Existe una línea gráfica o branding previo que deba ser considerado?**

No existe actualmente un branding previo del destino Provincia de Melipilla. Sin perjuicio de ello, la consultora deberá revisar marcas, líneas gráficas, relatos y acciones promocionales de comunas, municipios, empresas turísticas, viñas, emprendimientos gastronómicos y otros actores relevantes como insumos de análisis.

### **¿La propuesta de valor y los relatos comerciales deben orientarse a segmentos específicos?**

Sí. Deben definirse a partir del análisis de mercados, diagnóstico identitario, benchmark y validación con la gobernanza. Los relatos comerciales de cada experiencia priorizada deberán identificar público objetivo, motivaciones, atributos diferenciales, propuesta de valor, mensaje principal y orientaciones de uso.

### **¿Se espera solo un logotipo y manual básico?**

No. Se espera una marca destino con un sistema de identidad más amplio, que incluya nombre gráfico, logotipo, versiones principales, criterios de aplicación visual, manual de marca y guía práctica de uso para municipios, prestadores turísticos y actores del destino.

### **¿Qué debe incluir el manual de marca?**

Debe incluir lineamientos conceptuales y visuales, normas gráficas, tipografías, paleta cromática, versiones principales, usos permitidos y no permitidos, aplicaciones base y criterios prácticos para redes sociales, página web, folletería, material promocional, merchandising, plantillas institucionales y otras acciones de difusión.

### **¿Cuántas rondas de corrección se consideran para diseño y productos visuales?**

Se consideran hasta 3 rondas de corrección y validación para marca destino, manual de marca, piezas gráficas, manuales prácticos y otros productos visuales asociados a la consultoría.

## **9. Guías, manuales, mapa y material gráfico complementario**

### **¿Quién aprueba el diseño y relato de marca?**

La aprobación técnica corresponde al comité ejecutivo o secretaría técnica compuesto por Corfo, Codesser, equipo PTI como contraparte técnica. Los productos estratégicos y creativos deberán considerar validación con la gobernanza cuando corresponda. La validación administrativa para efectos de pago corresponderá a CODESSER.

### **¿Qué son las guías orientadas al uso de la marca destino y relato común?**

Son documentos prácticos de apoyo para facilitar la correcta aplicación de la marca y su narrativa por parte del PTI, municipios, prestadores turísticos y otros actores. Deben incluir relato común, propuesta de valor, mensajes fuerza, tono comunicacional, criterios de uso de marca y ejemplos aplicados.

### **¿Cuál es la diferencia entre guía, manual y mapa?**

La guía orienta el uso general de marca, relato y mensajes; el manual aplica los relatos comerciales de las experiencias priorizadas en promoción, comercialización y atención de visitantes; y el mapa es una pieza visual e informativa del destino que incorpora comunas, atributos territoriales y las tres experiencias priorizadas.

### **¿Los manuales y guías deben ser digitales o impresos?**

La entrega principal será digital, además incorporar formatos en PDF y formatos editables cuando corresponda. Se sugiere considerar impresión referencial de alrededor de 20 ejemplares, destinados a municipios y representantes gremiales, cuando sea pertinente.

### ¿Qué material gráfico complementario se espera?

Como mínimo, se esperan plantillas editables para redes sociales, piezas gráficas digitales para página web, mapa turístico-narrativo del destino y folleto promocional en formato díptico, tríptico o similar. Todas las piezas deben ser coherentes con marca, relato común, propuesta de valor y experiencias priorizadas.

### ¿Los contenidos escritos deben ser estratégicos o comerciales?

Ambos. Se requieren lineamientos estratégicos y redacción turística-comercial aplicada, incluyendo relato común, propuesta de valor, mensajes fuerza y relatos comerciales listos para orientar promoción, comercialización y uso por prestadores, municipios y PTI.

### ¿Se requieren versiones bilingües?

No. Los productos se solicitan sólo en español.

## 10. Producción audiovisual y fotográfica

### ¿Cuántas fotografías se solicitan?

Se solicitan 100 tomas fotográficas en total para la consultoría, asociadas a las tres experiencias priorizadas.

### ¿Cuántos videos y clips deben producirse?

Se solicitan 7 videos promocionales de 1 minuto cada uno: 1 video general del destino Provincia de Melipilla y 6 videos específicos, dos por cada una de las tres experiencias priorizadas. Además, se solicitan 30 clips audiovisuales breves de al menos 15 segundos, equivalentes a 10 clips por experiencia priorizada.

### ¿Los formatos audiovisuales deben ser horizontales, verticales o ambos?

Deben considerarse ambos formatos, para permitir su uso en redes sociales, página web, presentaciones, pantallas televisivas y otros soportes promocionales o institucionales.

### ¿Qué enfoque narrativo deben tener los contenidos audiovisuales?

Se espera una narrativa experiencial, emocional y comercial, coherente con la marca destino, relato común y públicos objetivo definidos. El material debe servir para posicionamiento institucional, promoción turística y comercialización de experiencias.

### ¿Se requiere uso de dron?

No es obligatorio, sin embargo, se valorará positivamente el uso de tecnologías disponibles para mejorar las tomas fotográficas o videos promocionales como por ejemplo el uso de drones. Se busca que su utilización contribuya a representar paisajes rurales, viñas, atractivos naturales, experiencias turísticas y atributos diferenciales del destino. En caso de utilizarlo, la consultora debe cumplir la normativa aplicable.

### ¿El PTI facilitará acceso a locaciones y emprendimientos?

Sí. El equipo gestor del PTI apoyará la gestión de acceso, selección y coordinación de locaciones, emprendimientos turísticos, territorios y actores territoriales. La planificación, ejecución, autorizaciones de imagen y criterios técnicos seguirán siendo responsabilidad de la consultora.

### ¿Qué estándar técnico deben tener las entregas audiovisuales?

Se exige calidad profesional, resolución Full HD o superior, idealmente 4K, edición cuidada, coherencia con marca y relatos, formatos adaptados a redes sociales y soportes institucionales, derechos de uso asegurados y entrega de archivos finales y editables.

### ¿La música, locución y subtítulos están incluidos?

Sí. Deben considerarse música o ambientación sonora con derechos de uso, gráfica de apoyo, textos breves, subtítulos cuando corresponda y llamados comunicacionales alineados con la propuesta de valor del destino.



### **¿Debe existir cobertura audiovisual en todas las comunas?**

La cobertura prioritaria estará en las tres experiencias seleccionadas. Para el video general del destino se espera procurar incluir al menos un atractivo, recurso, paisaje, experiencia o elemento identitario representativo de cada comuna, resguardando una mirada provincial equilibrada.

### **¿Qué ocurre si el clima afecta las jornadas de grabación?**

La consultora deberá prever mecanismos de coordinación y reprogramación ante contingencias justificadas. Podrá existir flexibilidad siempre que sea informada, coordinada y aprobada por la contraparte técnica, sin afectar productos mínimos, estándares ni plazos comprometidos.

## **11. Entregables, archivos editables y respaldos digitales**

### **¿Existe formato institucional obligatorio para informes y presentaciones?**

No se contempla un formato único obligatorio. La consultora deberá presentar productos claros, ordenados, profesionales y coherentes con los lineamientos del PTI, incorporando contenidos mínimos, verificadores y respaldos digitales.

### **¿Se requiere entrega de archivos editables y masters?**

Sí. Deben entregarse archivos editables, masters y archivos finales de los productos desarrollados, de manera que el PTI pueda reutilizar, adaptar y actualizar materiales en futuras acciones de promoción, difusión y comercialización turística.

### **¿Qué formatos editables se esperan?**

A modo referencial, se esperan archivos fuente en formatos como AI, PSD, INDD, Premiere Pro, After Effects, RAW, TIFF, PPTX u otros equivalentes según el producto, además de archivos finales en PDF, JPG, PNG, MP4, MOV u otros formatos pertinentes.

### **¿Cómo deben organizarse los respaldos digitales?**

Deben entregarse de manera ordenada y trazable, organizados por producto, experiencia, formato y versión. La estructura final de carpetas se acordará con la contraparte técnica, procurando facilitar revisión, uso posterior y resguardo de documentos, piezas gráficas, fotografías, videos, autorizaciones y verificadores.

## **12. Revisión, aprobación, propiedad intelectual y pagos**

### **¿Cuál será el mecanismo de revisión y aprobación?**

Cada informe y productos asociados serán revisados técnicamente por el comité ejecutivo o la secretaría técnica del programa. Pudiendo formular observaciones y solicitar ajustes. Una vez aprobado técnicamente, el hito será validado administrativamente por CODESSER para habilitar facturación y pago.

### **¿Cuál es el plazo de revisión por parte de la contraparte?**

El plazo de revisión técnica será de hasta 10 días hábiles desde la recepción formal de cada informe, productos y verificadores.

### **¿Existe límite de rondas de corrección?**

Sí. Se consideran hasta 3 rondas de corrección por entregable o producto sujeto a revisión.



### ¿Los pagos están asociados estrictamente a hitos aprobados?

Sí. La sola entrega del informe no habilita automáticamente el pago. Cada estado de pago queda condicionado a la aprobación técnica del informe, productos y verificadores, diciendo quedar consignadas en un acta, posteriormente pasa a la validación administrativa de CODESSER.

### ¿Quién tiene la aprobación final técnica y creativa?

La aprobación técnica final corresponde al comité ejecutivo o a la secretaría técnica del progra. Los productos estratégicos y creativos deberán considerar validación con la gobernanza en los hitos que corresponda.

### ¿La propiedad intelectual de marca y material audiovisual será transferida?

Sí. La propiedad intelectual, derechos de uso y explotación de marca destino, material audiovisual, piezas gráficas, documentos de trabajo y demás productos resultantes deberán ser transferidos a Corfo para su uso, reproducción, distribución, adaptación y aplicación en acciones de promoción, difusión, posicionamiento y comercialización turística.

### ¿Los tiempos de revisión suspenden el cronograma contractual?

Los Términos de Referencia no establecen que los tiempos de revisión suspendan automáticamente el cronograma. La consultora debe planificar considerando revisión, observaciones, ajustes y aprobación dentro del plazo total. Si existieran demoras relevantes de la contraparte, estas deberán registrarse y coordinarse oportunamente.

### ¿Se contempla acompañamiento posterior?

Sí. Se contempla una instancia de transferencia metodológica, capacitación u orientación práctica con la gobernanza para el uso de marca, relatos, mensajes fuerza, piezas gráficas, plantillas y herramientas desarrolladas.

## 13. Cronograma referencial por informes

La programación referencial considera una duración máxima de 28 semanas, contadas desde la total tramitación del contrato. La consultora podrá proponer ajustes metodológicos, siempre que resguarde la secuencia lógica y la entrega de todos los productos mínimos.

Informe	Contenido principal	Semana referencial
Informe N°1	Ajuste metodológico y planificación de la consultoría	Semana 4
Informe N°2	Diagnóstico identitario, análisis de mercados y benchmark estratégico	Semana 10
Informe N°3	Relato común, marca destino y manual de marca	Semana 16
Informe N°4	Relatos comerciales, mapeo audiovisual e informe final consolidado	Semana 28

## 14. Estados de pago referenciales

Los pagos se cursarán contra informe aprobado técnica y administrativamente, y factura correctamente emitida. Una vez aprobados técnicamente los productos y validada administrativamente la entrega, CODESSER efectuará el pago en un plazo de 10 días hábiles contra factura.

Informe	Hito	Semana	%	Monto
---------	------	--------	---	-------

<b>Informe 1</b>	Ajuste metodológico y planificación	Semana 4	<b>15%</b>	<b>\$3.000.000</b>
<b>Informe 2</b>	Diagnóstico identitario, análisis de mercados y benchmark	Semana 10	<b>20%</b>	<b>\$4.000.000</b>
<b>Informe 3</b>	Relato común, marca destino y manual de marca	Semana 16	<b>25%</b>	<b>\$5.000.000</b>
<b>Informe 4</b>	Relatos comerciales, mapeo audiovisual e informe final	Semana 28	<b>40%</b>	<b>\$8.000.000</b>

## 15. Recomendaciones para una postulación correcta

- Leer íntegramente los Términos de Referencia y contrastar la propuesta técnica con los productos mínimos exigidos.
- Presentar una metodología participativa clara, con fases, responsables, verificadores, instancias presenciales por comuna y mecanismos de validación
- Demostrar comprensión del carácter incipiente del destino y proponer un proceso que fortalezca el diagnóstico de demanda, oferta y experiencias con potencial comercial.
- Incluir una carta Gantt realista que incorpore revisión de informes, rondas de corrección, validaciones con gobernanza y tiempos de producción audiovisual.
- Detallar el equipo profesional, roles, experiencia en turismo, diseño de marca, comunicación territorial, producción audiovisual y procesos participativos.
- Proponer criterios concretos para seleccionar los destinos de benchmark y para priorizar las tres experiencias turísticas.
- Describir los estándares técnicos de material gráfico, fotográfico y audiovisual, incluyendo formatos finales, editables, derechos de uso y organización de respaldos.
- Incorporar una estrategia de transferencia para que PTI, municipios y prestadores puedan usar la marca, relatos y piezas desarrolladas después de finalizada la consultoría.

## 16. Observación final

Este documento tiene carácter orientador y busca unificar criterios de respuesta para las consultoras interesadas. Ante eventuales diferencias, prevalecerán los Términos de Referencia, bases administrativas y documentos formales del proceso de contratación.