



DOCUMENTO DE CONVOCATORIA TÉRMINOS Y CONDICIONES

CÓDIGO DE CONVOCATORIA: SGCAN-C-02-2023

CONSULTORÍA PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO DE LA INICIATIVA COMUNITARIA DE LA COMUNIDAD ANDINA “CAMINOS ANDINOS”

1. INFORMACIÓN GENERAL Países: Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú

Proyecto: Caminos Andinos.

Financiamiento: Fondo de Iniciativas Comunitarias FIC

Beneficiarios: Son beneficiarios del presente proyecto, los ciudadanos de los Países Miembros de la Comunidad Andina:

- Estado Plurinacional de Bolivia
- República de Colombia
- República del Ecuador
- República del Perú

Órgano de contratación: Secretaría General de la Comunidad Andina - SGCAN

2. ANTECEDENTES

La Secretaría General es el órgano ejecutivo de la Comunidad Andina. Es una persona jurídica de derecho internacional público de acuerdo con lo dispuesto en los artículos 48 y 49 del Acuerdo de Cartagena y la novena disposición final del Protocolo de Trujillo. Asimismo, goza de los privilegios e inmunidades reconocidos por el Convenio de Inmunidades y Privilegios suscrito con la República del Perú, el cual fuera ratificado mediante el Decreto Ley N°18092.

La Comunidad Andina tiene por objetivo, entre otros, promover el desarrollo equilibrado y armónico de los Países Miembros en condiciones de equidad, mediante la integración y la cooperación económica y social; acelerar el crecimiento y la generación de empleo; facilitar su participación en el proceso de integración regional, con miras a la formación gradual de un mercado común latinoamericano.

La pandemia por el COVID-19 dio inicio en el año del 2019 en la ciudad de Wuhan, en China; la Organización Mundial de la Salud OMS la declara pandemia global el 11 de marzo 2020. Esta pandemia ha generado una crisis sanitaria y económica a nivel mundial, siendo el sector turístico el más afectado.

El turismo está compuesto en un 80% por micro y pequeñas empresas que ofrecen oportunidades de empleo a mujeres, jóvenes, poblaciones indígenas y colectividades vulnerables, que han sido enormemente impactados por las consecuencias económicas de la pandemia provocadas particularmente por las restricciones al turismo y los viajes.

El turismo es una de las actividades económicas con mayor capacidad de reconstrucción de cadenas de valor local y de fortalecimiento de empleos directos e indirectos, por lo que es una prioridad para los gobiernos de todo el mundo, quienes han venido generando estrategias específicas para su reactivación.

En concreto y de acuerdo a los datos de la Organización Mundial de Turismo, el turismo a nivel mundial recuperará los índices del 2019 hasta finales del 2023. Según datos de 2021 la recuperación a nivel internacional gira en torno al 4% mientras que América del Sur como región creció un 17% en ese año. Sin embargo, al ser la región más golpeada por la caída del turismo a nivel mundial, su recuperación a niveles

del 2019 aún se ve lejana.

Es en este contexto que los países miembros de la CAN: Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú decidieron en la cuarta reunión del Grupo de Trabajo Ad Hoc de Turismo, de fecha 04 de febrero 2022, aprobar la iniciativa Caminos Andinos.

Esta iniciativa permitirá:

- Mejorar la comercialización de servicios turísticos vinculados al patrimonio e identidad andina.
- Mejorar y diversificar la oferta turística subregional.
- Promover la conservación, recuperación y uso sostenible de los recursos naturales y culturales vinculados con el turismo.
- Promover el desarrollo de la oferta turística de manera sostenible.
- Incrementar los flujos turísticos en la Subregión, proyectando a mercados de larga distancia.

A estos beneficios se suma el de fortalecer los flujos regionales, generar integración de los mercados turísticos de los países miembros y también generar intercambio entre los operadores de la región, para que puedan incrementar su portafolio de productos y servicios vinculados a la identidad andina.

3. OBJETO DE LA CONSULTORÍA:

Contratar una consultoría para impulsar la integración regional colocando al turismo como eje de recuperación económica, promoviendo la creación y el posicionamiento de la identidad turística andina “Caminos Andinos”, a través de los ejes comunes de Patrimonio Cultural, Gastronomía, Turismo Rural y Comunitaria, Patrimonio Natural, soportado en acciones promocionales que visibilice la oferta turística de la región andina.

4. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

De acuerdo con lo mencionado en los antecedentes, es prioritario para la Secretaría General de la Comunidad Andina, implementar el proyecto de Caminos Andinos, mismo que busca generar un producto turístico multi-destino, que permita visualizar el patrimonio y la identidad Andina de manera conjunta, así como fortalecer la identidad regional.

Las delegaciones de los cuatro países Colombia, Bolivia, Perú y Ecuador, se encuentran a conformidad de la creación de la iniciativa.

El proyecto prevé 9 resultados específicos:

1. R1: Construir una identidad de destino turístico regional “Caminos Andinos” a partir de las propuestas presentadas por los cuatro diferentes países.
2. R2: Realizar una Estrategia para el desarrollo turístico del proyecto “Caminos Andinos”, que incluya la identificación de la oferta, partiendo de las propuestas presentadas por los cuatro países como línea base, la articulación con el tejido empresarial y la definición de los posibles mercados objetivos; que facilite la creación de un producto turístico multi- destino.
3. R3: Elaborar e implementar una marca turística “Caminos Andinos” bajo la cobertura de la “Comunidad Andina” que permita posicionar los países andinos como macro región turística que sirva de paraguas a los cuatro países como destinos individuales.
4. R4: Diseñar e implementar un micro-sitio turístico “Caminos Andinos” que visibilice el potencial turístico de la región a través de los elementos comunes: Patrimonio Cultural., Patrimonio Natural,

Comunidades Ancestrales y Ruralidad, Gastronomía y Artesanía y en base a los lineamientos de los resultados R1 y R2.

5. R5: Crear e implementar una estrategia de campaña digital que aborde objetivos, segmentación de público, análisis de consumo de plataformas, proyección y alcance para el posicionamiento de la marca
6. R6: Realizar un evento virtual para la presentación de la marca turística del proyecto “Caminos Andinos” dirigido a un amplio público como: medios de comunicación y actores de la industria de turismo, autoridades etc.
7. R7. Realizar un proceso de Relaciones Públicas para difundir y posicionar la ruta turística Caminos Andinos.
8. R8. Realizar una socialización virtual para operadores turísticos de los cuatro países, para impulsar la articulación o el intercambio comercial entre la oferta turística y el canal de distribución con el objetivo de dar a conocer y difundir el proyecto Caminos Andinos, sus beneficios y oportunidades.
9. R9: Mantener la estrategia digital y el sitio web durante 2 años a partir de la implementación del proyecto

5. ACTIVIDADES:

De acuerdo con lo enunciado en el numeral 4, el proyecto está estructurado en nueve resultados con las siguientes actividades:

Resultado 1: Construir una identidad de destino turístico regional “Caminos Andinos” a partir de las propuestas presentadas por los cuatro diferentes países.

Actividad 1: Plan de trabajo y calendario.

Actividad 2: Talleres virtuales por país, se elaborará y aplicará un cronograma de talleres virtuales por país, dando relevancia a los criterios y propuestas técnicas de los Ministerios involucrados (comercio exterior, turismo, patrimonio / cultura), así como la de los operadores turísticos, con el objetivo de recopilar la información necesaria para poder construir la identidad de destino turístico regional “Caminos Andinos”.

Actividad 3: Levantamiento de información vía fuentes secundarias por las webs turísticas de los cuatro países miembros para identificar para cada país los principales destinos, patrimonios y atractivos vinculados a “Caminos Andinos”, sobre los que se pueda construir el contenido conjunto de carácter general del proyecto.

Actividad 4: Propuesta de elementos comunes que sustentan la identidad turística de los “Caminos Andinos”.

Resultado 2: Realizar una Estrategia para el desarrollo turístico del proyecto “Caminos Andinos”, que incluya la identificación de la oferta, partiendo de las propuestas presentadas por los cuatro países como línea base, la articulación con el tejido empresarial y la definición de los posibles mercados objetivos; que facilite la creación de un producto turístico multi-destino.

Actividad 1: Construcción de una línea base de la oferta, consolidando las propuestas presentadas por los cuatro países.

Actividad 2: Levantamiento de un mapeo de actores.

Actividad 3: Levantamiento y priorización de rutas turísticas, propuestas por los países miembros.

Actividad 4: Análisis de mercados potenciales e identificación de segmentos objetivos, alineados al proyecto “Caminos Andinos”.

Actividad 5: Creación de un producto turístico multi – destino que evidencie la potencialidad turística de los países miembros.

Actividad 6: Definición de lineamientos clave para la comercialización del producto turístico.

Actividad 7: Definición del planteamiento estratégico: misión, visión, objetivos estratégicos, indicadores y metas.

Actividad 8: Diseño de programas, proyectos, actividades y presupuesto.

Actividad 9: Diseño de un modelo de gobernanza para el proyecto “Caminos Andinos”

Para alcanzar los resultados 1 y 2, la entidad contratante entregará toda la información que forme parte de las propuestas generadas por los países participantes, misma que servirá de base para la construcción de los productos 1 y 2. Adicionalmente, será de responsabilidad de la CAN, asegurar la participación activa de delegados técnicos de contraparte pertenecientes a los ministerios de turismo o su equivalente de los cuatro países que tendrán un rol fundamental en la provisión de información, consolidación de la Estrategia para el desarrollo turístico del proyecto, enlace y gestión con operadores turísticos para su soporte en todas las fases del estudio de consultoría.

Resultado 3: Elaborar e implementar una marca turística “Caminos Andinos” bajo el paraguas de la “Comunidad Andina” que permita posicionar los países andinos como macro región turística que integra a los cuatro países como destinos individuales.

Actividad 1: Elaborar la historia de la marca/ su construcción.

Actividad 2: Desarrollo de 1 propuesta de marca paraguas.

Actividad 3: Creación del manual de marca, y su coexistencia con las marcas país de cada uno de los integrantes del proyecto. Se someterán al proceso de aprobación y registro de la CAN.

Resultado 4: Diseñar e implementar un sitio web turístico “Caminos Andinos” que visibilice el potencial turístico de la región a través de los elementos comunes: Patrimonio Cultural., Patrimonio Natural, Comunidades Ancestrales y Ruralidad, Gastronomía y Artesanía y en base a los lineamientos de los resultados R1 y R2.

Actividad 1: Diseño del micro-sitio turístico “Caminos Andinos” en base a los lineamientos de los resultados R1 y R2.

Actividad 2: Diseño gráfico y configuración técnica del sitio web que tendrá al menos una página o páginas de contenido general, aprobado por los miembros, quienes aportarán con fotografías y videos en las calidades solicitadas por el diseñador web. El micro-sitio general contendrá la marca, la identificación del macro destino “Caminos Andinos” un mapa y contenido turístico general que de fortalezca al concepto Caminos Andinos como marca regional. Adicional, la implementación contemplará links a las webs turísticas de cada uno de los países miembros.

El resultado esperado es contar con una vitrina “*unbranded*” por países, pero bajo el proyecto “Caminos Andinos” que ayude a posicionar el concepto Andino como destino geográfico, de manera similar a Patagonia o Amazonía, marcas con fuerte resonancia que ayudan al posicionamiento geográfico independientemente de los países que los conforman, los mismo que, a su vez, se benefician de este posicionamiento general.

Para el diseño e implementación del sitio web se deberá contemplar los siguientes aspectos técnicos:

- Recopilar y organizar la información del sitio.
- Estructurar la información.
- Generar un árbol de navegación.
- Crear una propuesta gráfica (mockup) del sitio web y sus diferentes acciones.
- Desarrollar la plantilla de navegación.
- Subir a un sitio de prueba para la revisión y aprobación de los países.
- Una vez aprobado subir el sitio a producción.
- Maquetas en archivos empaquetados Ai - sitio web
- Desarrollo HTML - PHP del sitio web responsive de acuerdo a nuestra política de desarrollo:

“mobile first”

- Integración con herramientas de sistema
- Website map y alta y configuración en Google Search Console
- Migración del sitio web y traspasos de propiedades, respaldos y licencias comerciales de uso.
- Hosting (1 año)
- Dominio (1 año)
- Informe general de entrega, credenciales, administración, licencias y accesos

Resultado 5: Crear e implementar una estrategia de campaña digital del macro destino turístico “Caminos Andinos” para apoyar el posicionamiento turístico del destino macro regional, que aborde objetivos, segmentación de público, análisis de consumo de plataformas, proyección y alcance para el posicionamiento de la marca.

Actividad 1: Creación de la estrategia de campaña digital que aborde objetivos, segmentación de público, análisis de consumo de plataformas, proyección y alcance para el posicionamiento de la marca.

Actividad 2: Cronograma de trabajo que incluya diseño, producción y difusión de campaña.

Actividad 3: Propuesta y elaboración de productos digitales (recopilación/producción)

El material digital ahora no solo es una tendencia mundial, si no que se alinea con los valores ambientales de esta iniciativa. Por tanto, es menester contar con material de la más alta calidad para poder generar en el consumidor el interés necesario.

Este material incluirá la redacción de 4 artículos en 2 idiomas para la web, video oficial de marca que contenga tomas de los 4 países, música andina con derechos, narración en off, animación 2D, brochure digital y catálogo de productos (1 unificado y 4 individuales por país), 20 piezas de contenido y apertura de redes sociales y pauta para redes sociales.

Para la elaboración de materiales se deberá contar con los insumos proporcionados por los países participantes para lo cual el/la consultor/a enviará las especificaciones técnicas que permitan una producción de calidad.

Resultado 6: Realizar un evento virtual para la presentación de la marca turística del proyecto “Caminos Andinos” dirigido a un amplio público como: medios de comunicación y actores de la industria de turismo, autoridades etc.

Actividad 1: Preproducción del evento de presentación virtual de la marca turística “Caminos Andinos” dirigido a medios y actores de la industria de turismo.

Actividad 2: Selección de voceros.

Actividad 3: Grabación de la presentación virtual de la marca turística “Caminos Andinos”

Actividad 4: Edición de la presentación virtual de la marca turística “Caminos Andinos”

Actividad 5: Promoción y convocatoria al evento de presentación virtual de la marca turística “Caminos Andinos”

Actividad 6: Trasmisión del evento a través de redes sociales

Resultado 7: Realizar un proceso de Relaciones Públicas para difundir y posicionar la ruta turística “Caminos Andinos”.

Actividad 1: Generación de contenido periodístico de calidad para dar a conocer el proyecto.

Actividad 2: Envío a los medios de comunicación la información y los productos turísticos y comunicacionales recopilados y elaborados de la marca turística “Caminos Andinos”.

Actividad 3: Elaboración de una agenda de medios con los voceros designados para dar a conocer el proyecto, difundir la información y visibilizar el resto de productos turísticos y comunicacionales que se elaboren.

Resultado 8: Desarrollar una socialización virtual del proyecto Caminos Andinos a operadores turísticos de los 4 países para impulsar la articulación o el intercambio comercial entre la oferta turística y el canal de distribución con el objetivo de dar a conocer y difundir el proyecto Caminos Andinos, sus beneficios, oportunidades etc.

Actividad 1: Convocatoria a la socialización virtual del proyecto “Caminos Andinos” para lo cual se levantará información sobre operadores turísticos de los 4 países, y en base a los criterios de la entidad contratante se seleccionará a los convocados. La convocatoria deberá efectuarse con la anticipación y oportunidad necesarias para tener la asistencia virtual deseada.

Actividad 2: Socialización virtual para operadores turísticos de los cuatro países, para impulsar la articulación o el intercambio comercial entre la oferta turística y el canal de distribución con el objetivo de dar a conocer y difundir el proyecto Caminos Andinos, sus beneficios, oportunidades etc.

Resultado 9: Mantener la estrategia digital y el sitio web durante 2 años a partir de la implementación del proyecto.

Actividad 1: Mantener la estrategia digital y el sitio web durante 2 años a partir de la implementación del proyecto. Con el fin de que la iniciativa sea sostenible en el tiempo se considerará dentro de este proyecto el mantenimiento y administración del sitio web durante 2 años a partir de su implementación, incluye la recopilación y actualización de información de los 4 países durante el período que se haya definido que podría ser de manera semestral.

Para mantener la estrategia digital y el sitio web la instancia responsable de su gestión deberá actualizar y administrar el sitio web por un período de 2 años

Para la elaboración de los resultados del 3 al 9 se considerarán los resultados 1 y 2 y cualquier otra transformación adicional provista por la CAN. Será responsabilidad de la CAN asegurar la participación activa de equipos de contraparte en los ministerios de turismo de los cuatro países que tendrán un rol fundamental en la provisión de información y enlace y gestión con operadores turísticos para su soporte en todas las fases de esta consultoría.

6. PRODUCTOS

El/la consultor/a deberá entregar a los diez (10) días de firmado el contrato, el Plan de trabajo que incluya acciones, cronograma, metodología, entregables, resultados finales, y todo aquello que el/la consultor/a considere contribuya con el objetivo del Proyecto.

Producto 1. El/la Consultor/a deberá presentar a los sesenta (60) días de la suscripción del contrato:

La Propuesta de elementos comunes que sustentan la identidad turística de los “Caminos Andinos”, en base a las alternativas presentadas por los cuatro países (Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú), los resultados de los talleres virtuales y el levantamiento de información en las webs turísticas de los cuatro países.

Sub productos:

- a) Cronograma de talleres
- b) Memorias de los talleres virtuales realizados
- c) Informe del levantamiento de información en las webs turísticas.

Producto 2. El/la Consultor/a deberá presentar a los ciento ochenta días (180) días de la suscripción del contrato:

La Estrategia para el desarrollo turístico del proyecto “Caminos Andinos”, que incluya la identificación de la oferta, partiendo de las propuestas presentadas por los cuatro países como línea base, la articulación con el tejido empresarial y la definición de los posibles mercados objetivos; que facilite la creación de un producto turístico multi- destino.

Sub productos:

- a) Línea base de la oferta, partiendo de las propuestas presentadas por los cuatro países.
- b) Mapeo de actores.
- c) Rutas turísticas priorizadas por los países miembros.
- d) Análisis de mercados potenciales e identificación de segmentos objetivos, alineados al producto Caminos Andinos.
- e) Producto turístico multi – destino que evidencie la potencialidad turística de los países miembros.
- f) Lineamientos clave para la comercialización del producto turístico.
- g) Definición del planteamiento estratégico: misión, visión, objetivos estratégicos, indicadores y metas.
- h) Diseño de programas, proyectos, actividades y presupuesto.
- i) Diseño de un modelo de gobernanza para el proyecto “Caminos Andinos”

Producto 3: El/la Consultor/a deberá presentar a los cuarenta y cinco (45) días de la entrega del producto 2

El archivo, en formato editable AI, de la marca turística “Caminos Andinos” bajo la cobertura de la “Comunidad Andina” que permita posicionar a los países andinos como macro región turística que sirva de paraguas a los cuatro países como destinos individuales.

Sub productos:

- a) Ficha de brief de la marca “Caminos Andinos” llena.
- b) 1 propuesta de marca gráfica
- c) Manual de marca: “Caminos Andinos”, con sus diferentes versiones usos y aplicaciones, así como su coexistencia con las marcas país de cada uno de los integrantes del proyecto. El Manual deberá incluir: Introducción, Imagen de la región al mundo, Historia de marca, Valores, Voz y Estilo de comunicación, Logotipo, Lema comercial, Colores, Tipografía, Estilo Visual, Reglas de Co Branding, Campañas impresas, Campañas digitales

Producto 4: El/la Consultor/a deberá presentar a los noventa (90) días de la entrega del producto 3:

Página web diseñada con información del proyecto “Caminos Andinos” con dominio y hosting propios, que visibilice el potencial turístico de la región a través de los elementos comunes: Patrimonio Cultural, Patrimonio Natural, Comunidades Ancestrales y Ruralidad, Gastronomía y Artesanía y en base a los lineamientos de los resultados R1 y R2.

Sub productos:

- a) Diseño del sitio web.
- b) Estrategia de implementación del sitio web.
- c) Informe de Implementación del sitio web.

El micro-sitio tendrá al menos una página o páginas de contenido general, aprobado por los miembros, quienes aportarán con fotografías y videos en las calidades solicitadas por el diseñador web. El micro-sitio general contendrá al menos la marca, la identificación del macro destino “Caminos Andinos” un mapa y contenido turístico general que fortalezca al concepto Caminos Andinos como marca regional. Adicional, el diseño y la implementación contemplará links a las webs turísticas de cada uno de los países que son miembros.

El resultado esperado es contar con una vitrina “unbranded” por países, pero bajo el producto “Caminos Andinos” que ayude a posicionar el concepto Andino como destino geográfico, de manera similar a Patagonia o Amazonía, marcas con fuerte resonancia que ayudan al posicionamiento geográfico independientemente de los países que los conforman, los mismo que, a su vez, se benefician de este posicionamiento general.

Producto 5: El Consultor deberá presentar a los sesenta (60) días después de la entrega del producto 4:

La estrategia de la campaña digital del proyecto “Caminos Andinos” que contenga:

- 1) El diseño de la estrategia de la campaña digital del proyecto “Caminos Andinos” que aborde objetivos, segmentación de público, análisis de consumo de plataformas, proyección y alcance para el posicionamiento de la marca.
- 2) Informe de implementación de la campaña digital del proyecto “Caminos Andinos” que incluya el diseño, la producción, la difusión y los productos digitales recopilados y/o producidos

Sub productos:

- a) Cronograma de trabajo
- b) Diseño de la estrategia
- c) Informe de implementación
- d) Productos digitales:
 - 4 artículos en 2 idiomas para la web,
 - 1 Video oficial de marca que contenga (tomas de los 4 países, música andina con derechos, narración en off, animación 2D,
 - Brochure digital y catálogo de productos (1 unificado y 4 individuales por país),
 - 20 piezas de contenido, apertura y pauta para redes sociales.

Cabe indicar que los insumos para la elaboración de los productos digitales tales como: tomas, fotografías, textos, entre otros, serán enviados por cada uno de los países.

Producto 6: El/la Consultor/a deberá presentar a los sesenta (60) días después de la entrega del producto 4:

La presentación virtual de la marca turística “Caminos Andinos” dirigida a medios de prensa y actores de la industria de turismo que contenga:

- 1) Archivo de video de presentación de la marca Turística del proyecto “Caminos Andinos”
- 2) Informe del evento de presentación virtual de la marca turística “Caminos Andinos” dirigido a medios de prensa y actores de la industria de turismo.

Sub productos:

- a) Afiche promocional
- b) Lista de participantes

Producto 7: El/la Consultor/a deberá presentar a los quince días (15) días después de la entrega del producto 6:

Informe de relaciones públicas sobre el alcance en los medios de comunicación que incluya el monitoreo en radio, prensa, TV y digitales.

Sub productos:

- a) Archivos de entrevistas y publicaciones en los medios de comunicación

Producto 8: El/la Consultor/a deberá presentar a los treinta (30) días después de la entrega del producto 7 el informe sobre:

La socialización virtual para operadores turísticos de los cuatro países, para impulsar la articulación o el intercambio comercial entre la oferta turística y el canal de distribución con el objetivo de dar a conocer y difundir el proyecto Caminos Andinos, sus beneficios, oportunidades etc. que contenga:

- 1) El Archivo en video de la socialización virtual para operadores turísticos de los cuatro países.
- 2) El cronograma y la hoja de ruta para de la socialización virtual.
- 3) La convocatoria realizada, que deberá realizarse con la debida anticipación y oportunidad para tener la asistencia virtual deseada.

Producto 9: El/la Consultor/a deberá presentar a los setecientos veinte (720) días después de la entrega del producto 8 un informe de avance de la consultoría que contenga:

El mantenimiento de la estrategia digital y el sitio web durante 2 años a partir de la implementación del proyecto, período planteado para que la iniciativa sea sostenible en el tiempo, incluye la posible inclusión (máximo dos veces al año) de información adicional de los 4 países que provea la CAN. El mantenimiento, por tanto, implica la administración del sitio web y su posible actualización (máximo dos veces al año) en función de información que la CAN provea.

Informes del Contratista

Se han previsto los siguientes informes que deberán ser entregados por el/la consultor/a:

- a) Informe de las actividades del proyecto con la recopilación de lo avanzado.
- b) Informe/Acta y grabación por cada reunión y taller sostenido para el desarrollo de la consultoría.
- c) Informe final de la consultoría de diagnóstico que sistematice todos los productos de la consultoría.

En el contrato a suscribir se establecerán los procedimientos de entrega y aprobación de los informes. Todos los Informes deberán ser enviados para revisión y aprobación de la Secretaría General de la Comunidad Andina, en su condición de entidad contratista y ejecutora del Proyecto.

7. PERFIL MINIMO DEL OFERENTE

Requisitos habilitantes

- Considerando el carácter regional de esta propuesta el/la consultora deberá ser un Organismo regional andino legalmente constituido en cualquiera de los Países Miembros, dedicado al estudio de la realidad latinoamericana y de manera específica a la región andina. Con al menos 20 años de experiencia en investigaciones sociales en la región. Y que acredite experiencias de proyectos de consultoría por al menos 15 años y con montos agregados superiores a los 500.000 USD
- Equipo de Trabajo: la Consultora deberá anexar con la propuesta un equipo multidisciplinario, el cual deberá ser altamente calificado, este deberá estar conformado por:

Cargo /Rol	Formación Académica	Experiencia Mínima	Función en el	Cant.
------------	---------------------	--------------------	---------------	-------

		Mínima	Relacionada	proyecto	
1	Director del Proyecto	Profesional en Ciencias Sociales con título de cuarto nivel,	Experiencia de más de 15 años en investigaciones relacionadas al área andina. Experiencia de 5 proyectos como coordinador, director, o jefe de equipo en proyectos de consultorías.	Será la persona encargada de coordinar todo el equipo de trabajo, encargado de asegurar que exista una adecuada articulación entre los proyectos turísticos y comunicacionales. Dará los lineamientos generales para el desarrollo del proyecto. Será el enlace entre la Consultora y la entidad contratante.	1
2	Coordinador técnico	Profesional con título de tercer nivel en Turismo o afines, experiencia en proyectos o temas afines al objeto de la consultoría.	3 proyectos relacionados con la creación de rutas y diseño de herramientas de planificación para el desarrollo y la promoción turística.	Será la persona encargada de asegurar conjuntamente con el especialista en turismo la elaboración de la Estrategia para el desarrollo turístico del proyecto "Caminos Andinos", concretamente los Resultados 1 y 2. Coordinaran acciones con los especialistas de turismo y otros funcionarios de los países que participan en el proyecto.	1
3	Especialista en turismo	Profesional con título de tercer nivel en Turismo o afines, experiencia en proyectos o temas afines al objeto de la consultoría.	3 proyectos relacionados con la creación de rutas y diseño de herramientas de planificación para el desarrollo y la promoción turística.	Será el/la especialista que conjuntamente con el/la coordinador/a técnico/a se responsabilizarán de las acciones del componente turístico del proyecto.	1

4	Sociólogo/Antropólogo	Profesional con Título de cuarto nivel en sociología o antropología, y con experiencia en investigaciones relacionadas al área Andina.	Experiencia en investigaciones relacionadas al área andina. Que acredite experiencia de al menos 3 proyectos de investigación.	Será la persona encargada de realizar talleres, y el levantamiento de información para la creación de identidad del destino turístico regional.	1
---	-----------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---

La Consultora además deberá presentarse en asocio con una agencia de comunicación que cuente con experiencia general en la presentación de servicios en áreas relacionadas a la comunicación, diseño gráfico, branding, elaboración de marcas, elaboración de productos comunicacionales, logística de eventos, generación de contenidos con una temporalidad de 4 años contados a partir de la fecha de publicación del procedimiento, con la presentación de al menos 2 proyectos que superen los 35 mil dólares. La experiencia obtenida tanto en el sector público como privado se demostrará con el acta recepción definitiva, provisional o parcial de contratos, facturas o certificados emitidos por la entidad contratante. Este asocio buscaguarantizar la obtención de los resultados 3 al 9.

Notas:

- El equipo consultor deberá disponer de: Equipos (computadores), software especializado (Licenciado), materiales y suministros de papelería, comunicaciones y transportes, todos los elementos y gastos que necesite para su equipo de trabajo.
- Los oferentes interesados en la presente convocatoria podrán proponer un equipo de trabajo con características distintas, siempre y cuando cumplan con las competencias requeridas, los productos establecidos y en los plazos definidos.

Factores de calificación

- La SGCAN valorará el equipo de trabajo profesional que presente el oferente teniendo en cuenta su titulación académica, experiencia general, experiencia específica y publicaciones, la experiencia será acreditada con certificado y/o constancia de las actividades realizadas.
- La experiencia será acreditada con certificado de conformidad y/o contrato y/u orden de compra y/o facturas y/o carta de adjudicación y/o cualquier otro documento que avale la experiencia obtenida por el proponente.
- La más alta acreditación académica y/o experiencia acreditada por el equipo de trabajo del proponente, podrá aplicar como criterio de desempate.
- Se calificará además el cumplimiento del perfil de la agencia de comunicación que se presente como asociada a la Consultora.

8. CONDICIONES DE LA CONSULTORÍA

8.1. Localización.

La consultoría será ejecutada en los cuatro países andinos (Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú). La consultora deberá estar disponible para atender reuniones virtuales con la Secretaría General de la CAN, durante el tiempo de duración del Proyecto.

Nota: No se prevé la necesidad de realizar viajes a los otros países de la CAN pues la información de base

requerida para la preparación de los productos de esta consultoría será entregada por cada uno de los cuatro países. Las reuniones de trabajo y/o talleres que se requieran serán realizados por medios virtuales.

8.2. Duración

El contrato tiene un plazo de ejecución de hasta 1080 días contados a partir de la suscripción del mismo, el cual debe realizarse en dos fases conforme el siguiente cronograma:

FASE	PRODUCTO	PLAZO DE ENTREGA	
1	DEL 1 AL 8	360 días	
2	9		720 días

8.3. Condiciones Económicas

El presupuesto máximo establecido para el presente proyecto asciende a un monto de US\$ 184.895,00 (Ciento ochenta y cuatro mil, ochocientos noventa y cinco dólares con 00/100 de los Estados Unidos) incluidos todos los impuestos y costos de transferencia en caso de que la misma se solicite a cuentas bancarias fuera de la sede de la SGCAN Lima/Perú.

Los pagos se realizarán de la siguiente manera:

- **Primer Pago:** Contra la presentación del Plan de Trabajo que representa \$15.650
- **Segundo Pago:** Contra la presentación de los productos del R1 que representa \$15,650
- **Tercer Pago:** Contra la presentación de los productos del R2 que representa \$35,600
- **Cuarto Pago:** Contra la presentación de los productos del R3 que representa \$23,400
- **Quinto Pago:** Contra la presentación de los productos del R4 que representa \$32,200
- **Sexto Pago:** Contra la presentación de los productos del R5 y R6 que representa \$23,900
- **Séptimo Pago:** Contra la presentación de los productos del R7 que representa \$8,000
- **Octavo Pago:** Contra la presentación de los productos del R8 que representa \$16,000
- **Noveno Pago:** Contra la presentación de los productos del R9 que representa \$14,495 (7,248 por 2 años).

Los pagos se realizarán una vez que los respectivos productos hayan sido aprobados por la SGCAN, previa presentación de la factura de pago debidamente emitida de acuerdo con las normas tributarias del país de residencia del proveedor que acredite los servicios del proyecto.

En el contrato a suscribir se establecerán las penalidades correspondientes en caso de incumplimiento de las obligaciones contractuales.

Los productos se darán por recibidos a conformidad si la Consultora no recibe observaciones de la SGCAN luego de 8 días de haber sido entregados.

8.4. Informes

El Consultor deberá presentar todos los productos descritos en el punto 6 en formato digital editable y/o físico.

Independientemente de los productos previstos, el Consultor deberá proveer cualquier información adicional que se le requiera dentro del alcance de la consultoría, relacionada con el objeto del contrato. Cualquier

requerimiento por parte de la SGCAN, fuera del alcance del contrato será acordado entre las partes.

8.5. Logística

La consultoría es a todo costo. El consultor deberá asumir dentro de la oferta los impuestos, materiales de oficina, movilizaciones y recursos tecnológicos necesarios para el desarrollo de la consultoría.

Los costos relacionados con la preparación y presentación de la oferta serán sufragados por el interesado, por lo tanto, no se reconocerá ningún costo por este concepto.

8.6. Documentación

Para la ejecución de la consultoría la SGCAN proveerá información de las Rutas turísticas levantadas por los países miembros.

De igual forma los países Miembros pondrán a disposición de los consultores: información de las rutas, fotografías, videos, material promocional impreso y digital, entre otros, para alcanzar los resultados previstos en el marco de la consultoría.

El trabajo se realizará considerando esta información entregada tanto por la SGCAN como por los países miembros. No se prevé la necesidad de levantar información adicional en campo.

8.7. Confidencialidad

El consultor al término de la consultoría deberá entregar todas las notas, apuntes, grabaciones, productos e informes elaborados con motivo de su contratación y cualquier información que se le haya proporcionado para el desarrollo de la Consultoría.

Sin perjuicio de lo anterior, el consultor estará obligado a guardar estricta confidencialidad sobre toda entrevista, conversación, documentación y demás información que reciba o pueda conocer con motivo de la presente consultoría, en todo momento y no podrá hacerla conocer o divulgarla a ningún tercero ni utilizarla en ningún trabajo profesional o académico, a menos que exista la autorización previa por escrito de la Secretaría General de la correspondiente información.

Esta obligación subsistirá aún después del término de la consultoría.

8.8. Derechos de autor

Tratándose de una obra por encargo, los derechos de autor incluidos los derechos patrimoniales resultantes de la consultoría son de propiedad de la SGCAN.

8.9. Condiciones tributarias

La SGCAN, no está sujeta al pago de impuestos ni tiene la calidad de agente retenedor. Es por tanto responsabilidad exclusiva del consultor realizar las deducciones y pagos tributarios, así como las demás obligaciones laborales que le correspondan para la realización de la presente consultoría.

8.10. Exención de responsabilidad

La consultora deberá pagar plenamente a su equipo de trabajo todos los honorarios o salarios, prestaciones sociales y demás emolumentos, de acuerdo con los contratos que suscriba y la ley nacional aplicable. Es

de su plena responsabilidad el cumplimiento de las condiciones pactadas con el equipo de trabajo contratado.

Entre la SGCAN y el equipo de trabajo de la consultora no surgirá, ni existirá ningún vínculo contractual de consultoría, o de prestación de servicios o laboral y en consecuencia la SGCAN no asumirá responsabilidad alguna por estos conceptos u otros afines.

En el contrato la consultora declarará expresamente conocer la naturaleza estrictamente contractual civil de su relación con la SGCAN y velará por el estricto cumplimiento de sus obligaciones laborales o contractuales con su personal.

8.11. Privilegios e Inmunidades

La SGCAN goza de privilegios e inmunidades. Nada en los presentes términos de referencia se entenderá por tanto como una suspensión o renuncia a tales privilegios e inmunidades.

8.12. Ley del contrato y solución de controversias

La ley del contrato estará constituida por el contrato mismo.

En virtud de sus privilegios e inmunidades la SGCAN no se somete a jurisdicción nacional alguna. El contrato dispondrá en tal sentido, el mecanismo aplicable para la solución de eventuales controversias, privilegiando la solución amistosa y directa.

8.13. Supervisión

La supervisión, evaluación y conformidad de la presente consultoría estará a cargo de la SGCAN.

9. PRESENTACIÓN Y RECEPCIÓN DE PROPUESTAS

A fin de participar en la convocatoria de la Consultoría, los oferentes deberán presentar la siguiente documentación:

- Carta de presentación, con la propuesta técnica y económica, en formato libre.
- Documento debidamente expedido por el país de origen donde se acredite la calidad que se invoca como proponente con un plazo de expedición no mayor a 30 días.
- Organigrama del equipo de trabajo del proyecto en todos los niveles, con nombres y cargos.
- Cronograma detallado del proyecto.
- Hojas de vida del equipo de trabajo documentadas con los certificados que acrediten el cumplimiento de los requisitos de cada perfil, no se tendrán en cuenta para efecto de valoración las hojas de vida no soportadas con certificaciones laborales y académicas respectivas.
- Experiencia del proponente deberá acreditarse mediante documentos tales como: facturas, contratos, certificados.
- Declaración juramentada que acredite el cumplimiento de los requisitos de la convocatoria.

La oferta debe ser remitida digitalmente al siguiente correo electrónico: convocatoria@comunidadandina.org hasta las 23:00 horas del 28 de febrero de 2023.

Resultarán inadmisibles las ofertas que no cumplan con la totalidad de los requisitos y condiciones señaladas en las Especificaciones Técnicas o que se presenten de forma incompleta.

La participación y posterior adjudicación de este proceso, no inhabilita a los oferentes o al adjudicatario para postular a futuras convocatorias resultado de diagnóstico.

El valor de la oferta se hará en dólares de Estados Unidos de América y el contrato se establecerá en la misma moneda.

Cronograma del proceso de selección:

El proceso de selección seguirá el siguiente cronograma:

N°	Proceso	Fecha
1.	Publicación de la Convocatoria	15 de febrero de 2023
2.	Presentación de observaciones o dudas	Del 15 al 20 de febrero de 2023
3.	Respuesta a observaciones	23 de febrero de 2023
4.	Recepción de propuestas: Solo se recibirán propuesta hasta las 23:00 horas del día 10 de marzo de 2023	Del 15 de febrero al 10 de marzo de 2023
5.	Evaluación de propuestas	Del 13 al 15 de marzo de 2023
6.	Publicación del oferente seleccionado, notificación y confirmación de aceptación del candidato seleccionado	20 de marzo de 2023
7.	Inicio de consultoría	Marzo de 2023

El anterior cronograma es referencial y está sujeto a cambios por parte de la Secretaría General según sea necesario. Las observaciones o dudas deberán dirigirse de acuerdo con el cronograma única y exclusivamente a la dirección electrónica convocatoria@comunidadandina.org

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Yo, _____ identificado (a) como aparece en la firma del presente documento, actuando en calidad de _____, bajo la gravedad de juramento declaro que la oferta y las Hojas de Vida presentadas para integrar el equipo de trabajo, describen correctamente a cada uno de los profesionales, perfiles, formación académica, experiencia general y experiencia específica adquirida. Entiendo que cualquier declaración voluntariamente falsa aquí incluida, puede conducir a la descalificación en el proceso de selección, o a la cancelación del contrato en caso de ser seleccionado (a) para la consultoría.¹

¹ La Secretaría General de la Comunidad Andina se reserva el derecho de verificar la veracidad de la información presentada.