NOTICIAS FAD/FEV

CONVOCATORIA DE CONCURSO PARA ELABORAR EL ESTUDIO DE VIABILIDAD «PLAN MAESTRO DE TURISMO PARA EL LITORAL CARIBE COLOMBIANO» REPUBLICA DE COLOMBIA

1. **El Gobierno de la República de Colombia,** a través del Departamento Nacional de Planeación, convoca a las empresas españolas a un concurso para elaborar el Estudio de Viabilidad del «Plan Maestro de Turismo para el Litoral Caribe Colombiano»

2. Este Estudio de Viabilidad, aprobado en la Comisión Interministerial del FEV, tiene un coste aproximado de **hasta 85 millones de pesetas** y será financiado con cargo a la Línea de Financiación de Estudios de Viabilidad (FEV modalidad pública), cuyos recursos provienen del Fondo de Ayuda al Desarrollo.

3. Las empresas españolas interesadas en la realización del estudio deberán presentar sus ofertas en las direcciones que se detallan más abajo, según la documentación contenida en los Términos de Referencia (Apartados B y C) **antes de las 14:00 horas del día lunes 1 de abril de 2002 y en cada uno de los tres destinos señalados en esta convocatoria**.

   El Departamento Nacional de Planeación, bajo la supervisión de la Administración española, evaluará las ofertas presentadas de acuerdo con la metodología estipulada en el Apartado D.

   Se presentarán cuatro ejemplares en español, los cuales se distribuirán así:

   Dos (2) copias para el Departamento Nacional de Planeación en Bogotá-Colombia
   Una (1) copia para el Consejero Económico y Comercial de la Embajada de España en Colombia.
   Una (1) copia para la Subdirección de Gestión de la Deuda Externa y Evaluación de Proyectos.

   Las ofertas deberán presentarse en sobres cerrados: Sobre A: Oferta Técnica y Sobre B: Oferta Económica.

   Todos los ejemplares se entregarán en el plazo señalado y en las direcciones indicadas a continuación.

   En el caso de los ejemplares a enviar a Colombia , bastará con que la fecha de remisión por correo certificado o mensajería sea anterior a la expiración del plazo.

   A continuación se detallan las direcciones de envío:

A. DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACION

Persona responsable: D. Alberto Gutiérrez Pineda
Dirección: Calle 26 Nº 13 – 19 piso 35 Bogotá, Colombia.
Teléfono: +57-1-5960343 + 57-1-5960300 ext 2260
Fax: +57-1-5999562

B. CONSEJERO ECONOMICO Y COMERCIAL DE LA EMBAJADA DE ESPAÑA EN COLOMBIA

Persona responsable: D. Manuel Casuso Romero
Dirección: Carrera 9 Nº 70 A – 35 piso 8 Bogotá, Colombia.

SECCION ESTADISTICO-INFORMATIVA

Teléfono: +57-1-2123300 / 3456869
Fax: 57-1-2114055 / 3456875

C. SUBDIRECCION GENERAL DE GESTION DE LA DEUDA EXTERNA Y EVALUACION DE PROYECTOS

Personas responsables: Dª. Begoña Montoro Zulueta/Dña Ana Cuartero de Nicolás
Dirección: Paseo de la Castellana 162, Planta 8, despacho 16. 28046 Madrid.
Teléfono: (91) 5835463/ 5837610
Fax: (91) 5835255

Para cualquier información deberán dirigirse a:

Subdirección General de Gestión de la Deuda Externa y Evaluación de Proyectos
Teléfono: (91) 5835245 / 5254 / 5463
Fax: (91) 5835255
Att: Dª Begoña Montoro Zulueta/ Dª Ana Cuartero de Nicolás

TERMINOS DE REFERENCIA

SECCION ESTADISTICO-INFORMATIVA

I. ESQUEMA DEL CONCURSO:

1. El Departamento Nacional de Planeación previa conformidad de la Administración española, convoca un concurso para la elaboración del estudio de viabilidad del Plan Maestro de Turismo para el litoral Caribe colombiano.

2. Todas las empresas españolas interesadas en la realización del estudio deberán presentar sus ofertas en sobres cerrados, según los requisitos que se detallan en este documento de TERMINOS DE REFERENCIA (apartados B y C).

3. El Departamento Nacional de Planeación, bajo la supervisión de la Administración española, evaluará las ofertas presentadas de acuerdo con la metodología estipulada en el Apartado D.

4. El valor del estudio no podrá superar los 85 millones de pesetas

II. REQUISITOS PARA LOS TERMINOS DE REFERENCIA

a) INTRODUCCION

Las bases del Plan Nacional de Desarrollo 1998 – 2002, «Cambio para construir la paz», proponen que el turismo adquiera una participación relevante en la actividad exportadora nacional mediante la recuperación y fortalecimiento de la competitividad y sostenibilidad de los productos turísticos colombianos, con el fin de coadyuvar a la generación de empleo, la captación de divisas y el fomento al desarrollo regional. Estos elementos contribuirán a mejorar la calidad de vida, el nivel de educación y la conservación de los recursos naturales en los destinos o regiones turísticas y sus áreas de influencia.

De igual forma propone, como un objetivo específico de la política sectorial, el fomento del desarrollo mediante la concurrencia del sector público y el privado en el desarrollo de iniciativas en la región Caribe colombiana.

Consecuente con la política nacional de turismo contenida en las bases del Plan Nacional de Desarrollo, el Departamento Nacional de Planeación se propone contratar la asesoría de un grupo consultor internacional para definir el Plan Maestro de desarrollo turístico para el litoral Caribe colombiano.

b) TERMINOS DE REFERENCIA

1. Concurso restringido a empresas españolas.

2. El Objetivo general del proyecto es elaborar un Plan de Desarrollo Turístico para el Litoral Caribe colombiano desde los límites con Panamá en el occidente hasta los límites con Venezuela en el costado oriental, teniendo como centro de atención primaria a los Distritos de Cartagena de Indias, Barranquilla y Santa Marta y su área de influencia turística.

   La meta del proyecto consiste en obtener un grupo humano capacitado y un documento resultante para orientar las acciones públicas y privadas requeridas en el corto, mediano y largo plazo para convertir a los Distritos y su área de influencia, en un importante destino turístico internacional. Este Plan tendrá como estrategia principal para lograr su implementación, la participación de inversionistas del sector público local y nacional y del sector privado nacional e internacional.

   Otros objetivos generales son: *Sectores Social*, contribuir con el mejoramiento de la calidad de vida, preservación de los valores culturales, mejoramiento de la situación urbanística y de integración nacional; *Sector Económico*, contribuir con el mejoramiento de la balanza de pagos turística, el desarrollo de la industria hotelera, sinergias con otros proyectos sectoriales, culturales y económicos del país; *Sector Empresarial*, obtener rentabilidad en las inversiones y mejorar la imagen de los Distritos y su área de influencia y del país en general como centro de inversión. *Sector Ambiental*, contribuir a la sensibilización de las comunidades y dar a conocer a nivel nacional e internacional el patrimonio natural y cultural a la vez que se propende por el desarrollo sostenible de la región.

3. Objetivos específicos del estudio:

   Definir la estrategia de desarrollo turístico mas adecuada que contribuya al crecimiento y desarrollo económico, a la preservación de la base ambiental y al mejoramiento de las condiciones de vida de los habitantes de los Distritos de Cartagena, Barranquilla y Santa Marta y su área de influencia turística.

   Desarrollar un Plan Maestro que describa formalmente el(los) concepto(s) de desarrollo turístico propuesto(s) para los Distritos y su área de influencia, en el corto, mediano y largo plazo.

   Diseñar unas estrategias para atraer inversionistas nacionales e internacionales que financien la ejecución del plan.

   Establecer un sistema de planeación de turismo que permita evaluar en el tiempo el comportamiento del Plan y el cumplimiento del objetivo específico N°1.

4. El contenido de las ofertas deberá contener los siguientes puntos:

FASE I

Efectuar un análisis de la situación actual del sector turístico del Litoral Caribe colombiano, en especial los Distritos y su área de influencia turística.

- Realizar un inventario de recursos naturales, patrimoniales, culturales, de accesibilidad, equipamientos, servicios turísticos, festividades, eventos, categorizados y calificados en forma cuantitativa y cualitativa .

- Efectuar una revisión de la información existente sobre la demografía, economía, infraestructura, indicadores sociales, asentamientos urbanos, organización territorial, recursos turísticos y medio ambiente de los Distritos y los municipios del área de influencia turística; establecer la importancia del turismo en la economía local y regional y la relación de éste con otras actividades económicas.

- Identificar las tendencias del mercado turístico nacional e internacional; efectuar un análisis de la situación turística del Litoral Caribe colombiano respecto a comunicación, promoción y comercialización; establecer las actuales dinámicas empresariales de turismo internacional respecto al Caribe con el fin de estudiar la competencia, la demanda de turismo actual de los Distritos y su área de influencia y las expectativas en el mediano y largo plazo.

- Estado actual de la infraestructura de servicios públicos, transporte (en sus distintos modos), centros de transferencia, señalización vial y de atractivos turísticos, servicios de salud, seguridad para el turista, servicios financieros y telecomunicaciones.

- Planta turística que incluya el inventario de los establecimientos prestadores de servicios turísticos tanto formales (según Ley 300 de 1996) como informales; además información sobre tarifas y evaluación de la calidad de los servicios.

- Revisión de los Planes, Programas y Proyectos turísticos en curso, en especial las estrategias que generen integración regional como la del Corredor Náutico; realización de los estudios de campo faltantes para completar el diagnóstico sobre el sector turismo en cada uno de los componentes de los Distritos y su área de influencia turística.

- Análisis de las entidades e instancias y entidades públicas y privadas responsables de la gestión turística de los destinos en el litoral Caribe colombiano, en especial en los Distritos y su área de influencia; de igual forma, analizar el grado de integración y participación de estas instancias en pro del desarrollo turístico.

- Hacer un diagnóstico de la oferta y calidad educativa del sector e identificar las falencias de capacitación de los individuos relacionados con el sector turismo para mejorar las condiciones de atención al turista y el estado de concientización de la comunidad local frente a la actividad turística.

SECCION ESTADISTICO-INFORMATIVA

- Determinar si existe un programa de mejoramiento continuo y/o una dinámica institucional compartida e integrada tanto en los Distritos como en su área de influencia para el mejoramiento de la calidad en el sector turismo y evaluar su desempeño. En caso de no existir, determinar el impacto de su ausencia.

- Identificar el grado de uso de la tecnología para la gestión administrativa empresarial, las redes de reservas y comercialización de productos turísticos.

- Realizar entrevistas con agentes públicos y privados locales, que intervienen en el sector turístico, con el fin de obtener la información completa de las fortalezas y debilidades de la oferta turística existente tanto en los Distritos como en su área de influencia e identificar la líneas de acción.

- Determinar, en el contexto nacional e internacional, el grado de atractivo turístico de los destinos existentes en el litoral Caribe colombiano, los Distritos y su área de influencia turística y establecer la demanda potencial.

- Revisar el marco jurídico nacional y el de otros países dirigido a la preservación del espacio público marítimo, con el fin de formular las bases de una Ley de Costas donde se incluyan la reglamentación específica de áreas protegidas.

- Identificar las obras marítimas requeridas para asegurar la estabilidad del litoral Caribe colombiano y estimar los costos de los estudios e inversiones requeridas.

RESULTADOS ESPERADOS DE LA FASE I:

Presentación del informe correspondiente a la Fase I, contenido mínimo:

Revisión de la información existente, diagnóstico preliminar de la situación actual de los Distritos y los municipios que componen el área de influencia en el litoral Caribe colombiano, profundizando en la situación del turismo; Análisis de las entidades responsables de la gestión turística. Inventario de recursos, evaluación cuantitati-

va y cualitativa de la oferta turística existente y de la infraestructura de soporte asociada. Determinar el grado de atractivo turístico nacional e internacional de los destinos existentes en el litoral Caribe colombiano, los Distritos y su área de influencia turística.

Diseño de una base de datos georeferenciada - Sistema de Información Geográfico (GIS) donde se plasme los resultados del diagnóstico y se prevea incluir los resultados de las demás Fases del estudio para garantizar el adecuado manejo de la información y de la utilización del sistema de planeación sobre el sector turístico para los Distritos y su área de influencia.

Revisión del marco jurídico nacional y de otros países con el fin de formular las bases de una Ley de Costas.

Presentación al Comité Técnico Supervisor (mínimo una)

Informe mensual de utilización de recursos humanos y técnicos

FASE II

Definir el modelo de desarrollo turístico más adecuado para los Distritos y para cada uno de sus componentes territoriales del área de influencia.

- Desarrollar un cuadro de mandos integral del turismo sostenible que incluya como mínimo 30 indicadores que permitan detectar de forma objetiva y rigurosa toda amenaza que sufra la sostenibilidad del Plan. Establecer los objetivos, metas e indicadores que serán cuantificados en el cuadro de mandos, la metodología para valorar progresos en el logro de los objetivos y asignar valores críticos a cada meta.

- Interactuar con el Comité Técnico Supervisor para establecer (con base en los resultados de los talleres con el Grupo de Trabajo Local, del análisis del cuadro de mandos y de los factores que condicionan el cumplimiento de los objetivos específicos) el tipo de modelo de desarrollo turístico más apropiado para los Distritos y para cada uno de los componentes territoriales del área de influencia turística.

- Establecer una metodología de planeamiento para ser usada en el estudio, que forme la base de los procesos de planificación del sector turístico en los Distritos y su área de influencia, con el fin de facilitar la toma de decisiones en las dinámicas inherentes a las etapas del Plan en el corto, mediano y largo plazo. Esta metodología debe tener en cuenta procesos sistemáticos de recolección, procesamiento y análisis de información; métodos de predicción de la demanda y los impactos de los programas y proyectos de turismo, De igual forma, debe incluir los subsistemas de evaluación y seguimiento correspondientes y la mitigación de los impactos sociales, económicos y ambientales.

- Diseño de un Sistema de Planificación para el Turismo que contenga módulos de Sistemas de Información Geográfico (GIS) previstos en la Fase I, componentes estadísticos y componentes de modelación prospectiva que garanticen el adecuado manejo de la información turística nacional e internacional, para lograr una eficiente integración y planeación del sector turístico y el monitoreo del progreso del Plan de Desarrollo Turístico del litoral Caribe colombiano.

- Diseñar programas de mejoramiento continuo como parte del Plan de Desarrollo Turístico con base en el diagnóstico.

RESULTADOS ESPERADOS DE LA FASE II:

Presentación del informe correspondiente a la Fase II, contenido mínimo: Cuadro de mandos del turismo para los Distritos y su área de influencia turística, definición de objetivos para la aplicación de cuadros de mando; diseño de un plan educativo que incluya la formación de formadores y los programas para formar personal de administración pública, personal empleado en empresas de alojamiento, guías y monitores para actividades en

el medio natural, personal administrativo para agencias de viajes y empresas de actividades complementarias. Formulación de programas de mejoramiento continuo de calidad y guías para su implementación; un sistema computarizado de planificación del sector turismo para los Distritos y su área de influencia turística, que permita evaluar periódicamente el comportamiento de las variables que inciden en el cumplimiento de los objetivos del Plan de Desarrollo Turístico en cada una de las etapas y el comportamiento de las Unidades de Negocio que se propongan.

Presentación al Comité Técnico supervisor (mínimo una)

Informe mensual de utilización de recursos humanos y técnicos

FASE III

Definir la líneas estratégicas generales para el desarrollo turístico del territorio

- Definir el portafolio de productos turísticos de los Distritos y su área de influencia turística, para lo cual se determinarán las claves de éxito que permitan convertir los recursos existentes y potenciales en productos turísticos.

- Establecer los parámetros de posicionamiento más adecuados para los Distritos y su área de influencia turística, con el fin de definir los mercados geográficos a los que deben ser dirigidas las líneas estratégicas.

- Determinar las características de los segmentos demandantes internacionales que se atraerán, con el fin de identificar y describir el tipo de cliente que se desea impactar.

SECCION ESTADISTICO-INFORMATIVA

- Establecer acciones específicas que conduzcan a lograr el mejoramiento de la imagen de los Distritos y su área de influencia turística y el posicionamiento internacional deseado como destino turístico.

- Describir las herramientas de mercadeo más adecuadas para la atracción del segmento de demanda objetivo, con el fin de definir un plan de comunicaciones y promoción para la captación de clientes.

RESULTADOS ESPERADOS DE LA FASE III:

Presentación del informe correspondiente a la Fase III, contenido mínimo: Cartera de productos turísticos, parámetros de posicionamiento y mercados geográficos objetivos; perfil del segmento demandante internacional a atraer; plan para mejorar la imagen y el posicionamiento de los Distritos y su área de influencia; portafolio de herramientas de mercadeo; plan de comunicaciones y promoción.

Presentación al Comité Técnico supervisor (mínimo una)

Informe mensual de utilización de recursos humanos y técnicos

FASE IV

Desarrollo del Plan de Negocios

- Definir el concepto que será aplicado en cada uno de los productos turísticos seleccionados.

- Definir el diseño conceptual de cada producto turístico seleccionado e integrarlos en un esquema preliminar de Plan Maestro que involucre la totalidad de los Distritos y su área de influencia turística.
- Comprobar el nivel de aceptación de los conceptos entre potenciales participantes nacionales e internacionales mediante análisis de Test de mercado y redefinir el diseño conceptual tantas veces como sea necesario, hasta conseguir un nivel de aceptación satisfactorio.

- Proporcionar un Plan de Viabilidad económica y financiera de cada producto turístico (rentabilidad, márgenes comerciales, punto muerto, inversión requerida, flujos de caja, estructura financiera, sostenibilidad, etcétera) en el corto, mediano y largo plazo.

- Evaluar y presentar las diversas fórmulas para la explotación de cada producto turístico en el corto, mediano y largo plazo.

RESULTADOS ESPERADOS DE LA FASE IV:

Presentación del informe correspondiente a la Fase IV, contenido mínimo: Conceptos que serán aplicados en cada uno de los productos turísticos, diseño del modelo conceptual integrado al Plan Maestro de los Distritos y su área de influencia, verificación de la aceptabilidad de los conceptos y diseño definitivo de los mismos. Resultados de los análisis económico y financiero de cada Unidad de Negocio. Plan para la explotación de cada Unidad de Negocio que se proponga.

Presentación al Comité Técnico supervisor (mínimo una)

Informe mensual de utilización de recursos humanos y técnicos

FASE V

Desarrollo del Plan Maestro

- Adelantar los análisis físicos requeridos para el emplazamiento de cada Unidad de Negocio con el fin de concebir un desarrollo acorde con los factores medio ambientales, componentes de infraestructura, vegetación topografía, geología, recursos naturales y asentamientos poblacionales existentes.

- Definir mediante planos, dibujos, foto montajes, Sistemas de Georeferenciación (GIS) y memorias descriptivas, el Plan Maestro propuesto para los Distritos y su área de influencia, el cual debe incluir además, las acciones que conduzcan al mejoramiento de las condiciones de habitabilidad de los centros poblados existentes.

- Revisar con detenimiento las limitantes y potencialidades de la regulación administrativa y territorial de los Distritos y su área de influencia turística, así como los Planes de Manejo de áreas protegidas, con el fin de ajustar tanto el Plan Maestro como las propuestas de Unidades de Negocios a sus especificaciones.

- Definir los parámetros urbanísticos y estilos arquitectónicos de las principales Unidades de Negocio (parques temáticos, hoteles, campos deportivos, centros comerciales, unidades residenciales, zonas de servicios, etcétera) adjuntando ilustraciones gráficas en los casos que se considere necesario. Estas ilustraciones mantendrán correspondencia con los diseños conceptuales aceptados por los potenciales participantes nacionales e internacionales.

- Definir en el ámbito de prediseño, las necesidades de infraestructura física que apoyarán el desarrollo y operación de las Unidades de Negocio.

- Interactuar con el Comité Técnico Supervisor para conseguir un consenso ante las propuestas de Plan Maestro y los prediseños de cada concepto y sustentar el nivel de aceptación en relación con la legislación.

- Definir cronogramas de ejecución para las etapas del Plan Maestro, tanto a nivel general como para cada uno de los Distritos y su área de influencia turística así: acciones de corto plazo, acciones en el mediano plazo y acciones en el largo plazo.

- Definir guías para el desarrollo de cada una de las etapas del Plan Maestro.

RESULTADOS ESPERADOS DE LA FASE V:

Presentación del informe correspondiente a la Fase V, contenido mínimo: Reporte de los análisis físicos adelantados para garantizar el racional emplazamiento de cada Unidad de Negocio. Presentación del Plan Maestro y las estrategias para mejorar las condiciones de habitabilidad de los centros poblados y verificación de la viabilidad jurídica de cada componente. Prediseños arquitectónicos de cada Unidad de Negocio y de la infraestructura física complementaria. Cronogramas de ejecución de cada etapa respecto al Plan Maestro que señalen las rutas críticas para la ejecución de actividades. Guías para el desarrollo de cada una de las etapas del Plan Maestro.

Presentación al Comité Técnico supervisor (mínimo una)

Informe mensual de utilización de recursos humanos y técnicos

FASE VI

Diseño de estrategias para la captación de inversores

- Definir los interesados (Stakeholders) en cada proyecto, los cuales serían grupos e instituciones nacionales e internacionales con algún tipo de interés en participar en la ejecución del Plan Maestro en su totalidad o en alguno de los proyectos que lo componen.

- Diseñar la estrategia comercial para la atracción de participantes en el desarrollo del Plan de Desarrollo Turístico de los Distritos y su área de influencia turística.

SECCION ESTADISTICO-INFORMATIVA

- Identificar los potenciales inversores generales del Plan de Desarrollo Turístico, los inversores para cada una de las Unidades de Negocio, los inversores para los terrenos con y sin infraestructura completa, donde se desarrollarán etapas futuras del Plan. De igual forma, se identificarán los inversores interesados en administrar u operar las Unidades de Negocio del Plan. Para definir estos listados, el Consultor establecerá los procedimientos, indicadores y productos esperados.

- Preparar los portafolios informativos para los inversores potenciales, identificar foros de inversionistas donde se publicitaría el Plan, establecer el tipo de reuniones que deben ser adelantadas en cada país donde se identifiquen los inversores de cada etapa.

- Presentar listados de acciones a ejecutar, cronogramas para desarrollarlos, indicadores de desempeño, productos esperados, identificación del grupo de trabajo mínimo que se requeriría para continuar las acciones indicadas por el Plan una vez que la Consultoría termine sus compromisos contractuales.

- Capacitación en el manejo de la información resultante del estudio y el Sistema de Planeación del Sector Turístico de los Distritos y su área de influencia turística, durante 40 horas. Esta se adelantará a tres (3) grupos de diez (10) personas cada uno elegidas por el Comité Técnico Supervisor.

- Presentación de los resultados del estudio a un grupo de inversionistas españoles en la ciudad de Madrid donde se enfatice en las oportunidades de negocio en el litoral Caribe colombiano.

RESULTADOS ESPERADOS DE LA FASE VI:

Presentación del informe correspondiente a la Fase VI, contenido mínimo: Listado de potenciales Stakeholders con definición de su perfil y ubicación, descripción del tipo de interés en el Plan (como inversor, promotor, manager, propietario, etcétera). Listado de inversores potenciales identificados (cualificados y cuantificados) para cada etapa del Plan; descripción empresarial y tipo de participación a la cual estaría interesado (en el desarrollo total del Plan o en el desarrollo de las Unidades de Negocio). Portafolios informativos, agendas, calendario

de foros de inversionistas donde debe actuarse. Plan de trabajo para la realización de las actividades contenidas en esta Fase. Capacitación en el Sistema de Planeamiento y manejo de la información del Plan de Desarrollo a tres (3) grupos de diez (10) personas durante 40 horas.

- Presentación al Comité Técnico supervisor (mínimo una)

- Informe mensual de utilización de recursos humanos y técnicos

5. El Departamento Nacional de Planeación se compromete a poner a disposición del consultor toda la documentación y datos de que disponga, así como un equipo de trabajo específico.

   La documentación que debe ser consultada incluye:

— Política de turismo para una sociedad que construye la paz. Ministerio de Desarrollo Económico. http://www.mindesa.gov.co/direction0309.htm

— Política de competitividad, mercadeo y promoción turística. Ministerio de Desarrollo Económico. http://www.mindesa.gov.co/direction0309.htm

— Programas y publicaciones de la Dirección Nacional de Turismo. http://www.mindesa.gov.co/direction0308.htm

— Plan estratégico de competitividad del sector turismo. Ministerio de Desarrollo Económico.

— Plan Nacional de Desarrollo «Cambio para construir la paz». http://www.dnp.gov.co

— Plan de Ordenamiento territorial de Santa Marta, Barranquilla y avances del POT de Cartagena.

— Planes de Desarrollo de Santa Marta, Barranquilla y Cartagena.

Las empresas interesadas en la licitación, deberán presentar sus ofertas, de acuerdo con la información recogida en estos Términos de Referencia. La oferta deberá constar de propuesta técnica y propuesta económica, en sobres cerrados. Se presentarán cuatro ejemplares en español, los cuales se distribuirán así:

Dos (2) copias para el Departamento Nacional de Planeación en Bogotá - Colombia
Una (1) copia para el Consejero Económico y Comercial de la Embajada de España en Colombia.
Una (1) copia para la Subdirección de Gestión de la Deuda Externa y Evaluación de Proyectos.

DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACION

Persona responsable: D. Alberto Gutiérrez Pineda
Dirección: Calle 26 Nº 13 – 19 piso 35 Bogotá, Colombia.
Teléfono: +57-1-5960343 +57-1-5960300 ext 2260
Fax: +57-1-5999562

CONSEJERO ECONOMICO Y COMERCIAL DE LA EMBAJADA DE ESPAÑA EN COLOMBIA

Persona responsable: D. Manuel Casuso Romero
Dirección: Carrera 9 Nº 70 A – 35 piso 8 Bogotá, Colombia.
Teléfono: +57-1-2123300 / 3456869
Fax: 57-1-2114055 / 3456875
Subdirección General de Gestión de la Deuda Externa y Evaluación de Proyectos
Personas responsables: Dª. Begoña Montoro Zulueta/ Dña. Ana Cuartero de Nicolás

Dirección: Paseo de la Castellana 162, Pta 8, dcho 16. 28046 Madrid.
Teléfono: (91) 5835445 / 5837610
Fax: (91) 5835255

Cualquier cambio en el equipo de trabajo propuesto será sometido a valoración del cliente y de la Administración española, pudiendo ser constitutivo de exclusión del concurso o cancelación del contrato de no ser aceptado por aquellos.

La propuesta técnica recogerá el alcance de los trabajos a realizar, la metodología que se aplicará, el plan de trabajo y el cronograma de actividades.

La propuesta económica deberá presentarse desglosada, indicando claramente las unidades del coste, coste unitario y coste total para cada concepto. Se detallará el coste de cada profesional del equipo de trabajo y su dedicación prevista. Igualmente se desglosarán los gastos asociados a la realización del proyecto (viajes, dietas, etc). La oferta económica deberá incluir el coste de todos los conceptos necesarios para la realización del trabajo.

Las ofertas deberán tener un período de validez de seis meses, durante el cual las empresas oferentes se comprometen a mantener las condiciones de su oferta, en especial lo referido a la composición del equipo de trabajo, alcance del proyecto, metodología, plazo de ejecución y precio.

En caso de asociación entre consultores, o subcontratación, se deberán detallar las competencias y responsabilidades de cada uno de los consorciados o subcontratitas.

SECCION ESTADISTICO-INFORMATIVA

El porcentaje máximo admisible de gastos locales será del 15% sobre el total de los previstos para la realización del trabajo.

Durante la ejecución del estudio, el adjudicatario presentará todos los meses un informe de progreso. Contendrá todos los trabajos realizados en ese período, problemas reales y potenciales, acciones propuestas y la existencia de desviaciones sobre la programación inicial.

Forma de pago:

- 25% a la firma del contrato
- 25% al cumplimiento de un hito intermedio a determinar entre el Departamento Nacional de Planeación, la Administración española y el Adjudicatario.
- 50% tras la aceptación y visto bueno por parte del departamento Nacional de Planeación y la Administración española.

III. DOCUMENTOS QUE DEBEN ADJUNTAR A LAS OFERTAS

— Memoria de la empresa del último año disponible. En su defecto, balance y cuenta de resultados auditados.

— Información general de la compañía. En especial se hará constar:

- Accionariado
- Fecha de constitución
- Facturación de los últimos cinco (5) años
- Número de empleados. Personal fijo y personal a tiempo parcial. Titulados

— Relación detallada de los proyectos más destacables realizados. Se indicará claramente: cliente, valor contratado, fecha de inicio y fecha de finalización, equipo de trabajo y descripción del trabajo realizado. Se deberá hacer especial énfasis en estudios con similar contenido técnico y objetivos al que se desea contratar.

— Equipo de trabajo propuesto. Se deberá adjuntar los C.V. de las personas propuestas. Incluirá, al menos, los siguientes datos:

- Nombre
- Lugar y fecha de nacimiento
- Nacionalidad
- Titulación (títulos obtenidos y cursos)
- Idiomas
- Experiencia clave (indicando funciones y responsabilidades en cada trabajo)
- Experiencia general
- Otros – experiencia docente, publicaciones, seminarios, etcétera-

IV.- VALORACION DE OFERTAS

Criterios de Selección	Ponderación (%)
I. PROPUESTA TECNICA:	**70**
1. Capacidad de la empresa y equipo de trabajo	**30**
1.a capacidad de la empresa	**10**
— Referencias proyectos similares	5
— Referencias Colombia y/o región	5
1.b Capacidad Financiera	**5**
1.c Equipo de trabajo	**15**
— Experiencia en proyectos similares	4
— Experiencia en países similares	4
— Vinculación con la empresa	4
— Dedicación al proyecto	3
2. Calidad de la Propuesta Técnica	**40**
— Enfoque	10
— Alcance	10
— Metodología	10
— Plan de Trabajo	5
— Plazos	5
II. PROPUESTA ECONOMICA	**30**
III. VALORACION TOTAL	**100**

SECCION ESTADISTICO-INFORMATIVA

METODOLOGÍA PARA EVALUAR LAS PROPUESTAS

La metodología que se aplicará en la calificación de las ofertas está dado por dos componentes que suman 100 puntos así: Propuesta Técnica 70 puntos y propuesta económica 30 puntos sobre 100.

PROPUESTA TECNICA (70 Puntos)

1. CAPACIDAD DE LA EMPRESA Y EQUIPO DE TRABAJO (30 PUNTOS)

   1.a Capacidad Técnica (10 puntos)

1.a.1 Referencias de proyectos similares	5 puntos
1.a.2 Referencias en Colombia o Región	5 puntos

   1.b Capacidad financiera (5 puntos) 5 puntos

   1.c Equipo de trabajo (15 puntos)

1.c.1 Experiencia en proyectos similares	4 puntos
1.c.2 Experiencia en países similares	4 puntos
1.c.3 Vinculación con la empresa	4 puntos
1.c.4 Dedicación al proyecto	3 puntos

2. Calidad de la Propuesta Técnica (40 puntos)

2.a Enfoque	10 puntos
2.b Alcance	10 puntos
2.c Metodología	10 puntos
2.d Plan de Trabajo	5 puntos
2.e Plazo	5 puntos

PROPUESTA ECONOMICA (30 Puntos)

1. CAPACIDAD DE LA EMPRESA Y EQUIPO DE TRABAJO (30 PUNTOS)

   1. a CAPACIDAD TECNICA (10 PUNTOS)

   1.a.1 Referencia de proyectos similares = 5 puntos

   Experiencia demostrada en planes de desarrollo turístico

   Se calificará así: (medido en número de casos)

$$1.a.1 = \frac{\text{Número de casos presentados en la oferta estudiada}}{\text{Mayor número de casos presentados entre los evaluados}} \text{ X 5 puntos}$$

   1.a.2 Referencia en Colombia o en la región = 5 puntos

   Experiencia demostrada en planes de desarrollo turístico para países o regiones de países, en América Latina o el Caribe.

   Se calificará así: (medido en número de casos)

$$1.a.2 = \frac{\text{Número de casos presentados en la oferta estudiada}}{\text{Mayor número de casos presentados entre los evaluados}} \text{ X 5 puntos}$$

SECCION ESTADISTICO-INFORMATIVA

1. b Capacidad financiera (5 puntos)

Se tomarán tres factores para calificar este item así:

Facturación promedio de los tres últimos años de la firma o de la empresa más importante del consorcio.

Este factor tendrá un valor de 2 puntos de los cinco posibles y se asignará a la que presente mayor facturación. Las demás se calificarán proporcionalmente.

Fondo de Maniobra = Activo Corriente – Pasivo Corriente

Este factor tendrá un valor de 2 puntos de los cinco posibles y se asignará a la que presente cuantía en el fondo de maniobra. Las demás se calificarán proporcionalmente.

Patrimonio

Este factor tendrá un valor de 1 punto de los cinco posibles y se asignará a la que presente mayor patrimonio. Las demás se calificarán proporcionalmente.

1.c Equipo de trabajo (15 puntos)

1.c.1 Experiencia en proyectos similares = 4 puntos
Número de personas del equipo ofrecido con experiencia en proyectos similares.

SECCION ESTADISTICO-INFORMATIVA

Se calificará así: (medido en número de casos)

$$1.c.1 = \frac{\text{Número de casos presentados en la oferta estudiada}}{\text{Mayor número de casos presentados entre los evaluados}} \text{ X 4 puntos}$$

$$1.c.2 = \frac{\text{Número de casos presentados en la oferta estudiada}}{\text{Mayor número de casos presentados entre los evaluados}} \text{ X 4 puntos}$$

1.c.3 Vinculación con la empresa = 4 puntos

Personal ofrecido en el equipo de trabajo vinculado formalmente a la empresa

Se calificará así: (medido en número de personas)

$$1.c.3 = \frac{\text{Número de personas vinculadas en la oferta estudiada}}{\text{Mayor número presentado entre los evaluados}} \text{ X 4 puntos}$$

1.c.4 Dedicación al proyecto = 3 puntos

Número de hombres/mes que se dedicará al proyecto

Se calificará así: (dado en número de hombre/mes)

$$1.c.4 = \frac{\text{Número de hombres/mes consignados en la oferta estudiada}}{\text{Mayor número de casos presentados entre los evaluados}} \text{ X 3 puntos}$$

2. CALIDAD DE LA PROPUESTA TECNICA (40 PUNTOS)

2. a Enfoque = 10 puntos
Reconocimiento de la especialidad del problema

Se hará una cualificación de las ofertas a juicio del evaluador, asignando la posición más alta a la mejor oferta y distribuyendo las posiciones subsecuentes de acuerdo con la calidad de las mismas.

Posteriormente se calificará el Item según la siguiente fórmula (se tomará un solo decimal):

$$2.\ a = \frac{\text{Posición obtenida en la cualificación}}{\text{Número de propuestas presentados}} \text{ X 10 puntos}$$

2. b Alcance = 10 puntos

Disposición para aplicar todo el talento empresarial en el cumplimiento de los objetivos mediante procesos adicionales que complementen los exigidos en los términos de referencia.

Se hará una cualificación de las ofertas a juicio del evaluador, asignando la posición mas alta a la mejor oferta y distribuyendo las posiciones subsecuentes de acuerdo con la calidad de las mismas.

Posteriormente se calificará el Item según la siguiente fórmula (se tomará un solo decimal):

$$2.\ b = \frac{\text{Posición obtenida en la cualificación}}{\text{Número de propuestas presentados}} \text{ X 10 puntos}$$

SECCION ESTADISTICO-INFORMATIVA

2. c Metodología = 10 puntos

Conjunto de operaciones ordenadas con que se pretende obtener un resultado

Se hará una cualificación de las ofertas a juicio del evaluador, asignando la posición mas alta a la mejor oferta y distribuyendo las posiciones subsecuentes de acuerdo con la calidad de las mismas.

Posteriormente se calificará el Item según la siguiente fórmula (se tomará un solo decimal):

$$2.\ c = \frac{\text{Posición obtenida en la cualificación}}{\text{Número de propuestas presentados}} \text{ X 10 puntos}$$

2. d Plan de Trabajo = 5 puntos

Descripción técnica y representación gráfica de la asignación de recursos para el logro de los objetivos y de los resultados parciales del trabajo.

Se hará una cualificación de las ofertas a juicio del evaluador, asignando la posición mas alta a la mejor oferta y distribuyendo las posiciones subsecuentes de acuerdo con la calidad de las mismas.

Posteriormente se calificará el Item según la siguiente fórmula (se tomará un solo decimal):

$$2.\ d = \frac{\text{Posición obtenida en la cualificación}}{\text{Número de propuestas presentados}} \text{ X 10 puntos}$$

2. e Plazo = 5 puntos

Espacio de tiempo señalado para formular el plan en su totalidad, cubriendo las actividades esperadas

Estará dado por la menor desviación del promedio

$$2.\ e = \frac{\text{Plazo ofrecido por el proponente}}{\text{Promedio de los plazos presentados}} \text{ X 5 puntos}$$

PROPUESTA ECONOMICA (30 Puntos)

Se calificará así:

Estará dado por la siguiente fórmula:

$$\text{Econom} = \frac{\text{Menor precio}}{\text{Precio estudiado}} \text{ X 30 puntos}$$

ANEXO 1

SECCION ESTADISTICO-INFORMATIVA

COMITE TECNICO SUPERVISOR DEL ESTUDIO

Composición:

El Comité Técnico Supervisor del Estudio estará compuesto por representantes de cada una de las siguientes entidades:

— Vicepresidencia de la República (uno)
— Departamento Nacional de Planeación (uno)
— Ministerio de Desarrollo (uno)
— Ministerio de Comercio Exterior (uno)
— Programa Plan Caribe (uno)
— Presidente del Carce de Cartagena (uno)
— Secretario de Planeación Distrital de Cartagena (uno)
— Presidente del Carce de Barranquilla (uno)
— Secretario de Planeación Distrital de Barranquilla (uno)
— Presidente del Carce de Santa Marta (uno)
— Secretario de Planeación Distrital de Santa Marta (uno)
— Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Colombia

Funciones:

Las funciones del Comité Técnico Supervisor del Estudio serán:

Darse su propio reglamento
Efectuar reuniones ordinarias cada mes y extraordinarias cuando se requiera
Aprobar o rechazar los informes y presentaciones que la Consultoría presente en el desarrollo de cada fase

Efectuar recomendaciones al Consultor sobre el desarrollo de sus respectivas tareas
Estar al tanto del desarrollo del Estudio y garantizar la adecuada comunicación entre las entidades representadas, los consultores, los equipos de trabajos locales y la comunidad.

El Comité contará con una Secretaría Técnica ejercida por el Programa Plan Caribe, cuyas funciones serán:

— Elaborar la agenda de cada sesión
— Convocar las reuniones ordinarias y extraordinarias, a solicitud de tres cualquiera de sus integrantes
— Elaborar las actas de las reuniones del Comité y enviar sendas copias de dichas actas, con sus anexos, a los integrantes del Comité.
— Ser enlace entre los miembros del Comité con sede en la Región Caribe colombiana y los de la capital de la República
— Organizar la logística de las reuniones del Comité
— Enviar con anterioridad a los miembros del Comité los informes, propuestas y demás documentos que se presenten a consideración del Comité, con el fin de agilizar la toma de decisiones
— Distribuir entre los miembros del Comité, los documentos emitidos por la Consultoría y los equipos de Trabajo Local.
— Recoger y consolidar las recomendaciones que el Comité formule al Consultor

Consideraciones adicionales sobre el Comité Técnico Supervisor:

La Presidencia del Comité desde el inicio del contrato y hasta el 7 de agosto del 2002 estará a cargo de la Vicepresidencia de la República o su delegado.

A partir del 7 de agosto del 2002, el Presidente del Comité será postulado por los miembros del Comité y sometido a la aprobación de la Oficina Comercial de la Embajada de España en Colombia. En caso de que ésta desapruebe la postulación presentada, los miembros del Comité adelantarán nuevas postulaciones hasta que la Oficina Comercial de la Embajada de España en Colombia de su aprobación y conformidad, con lo cual se dará por terminado el proceso de elección del Presidente y se procederá a su inmediata posesión en sesión del Comité.

EQUIPOS DE TRABAJO LOCAL

Para lograr la vinculación de la comunidad en el intercambio de información durante la ejecución del estudio y la transferencia tecnológica derivada de la preparación del Plan Maestro de Turismo, se conformarán sendos Grupos de Trabajo Local en Cartagena, Barranquilla y Santa Marta, los cuales actuarán con la firma consultora en el desarrollo de tareas mediante un Plan de Acción. El Consultor presentará al Comité Técnico Supervisor los perfiles requeridos para conformar los Grupos de Trabajo Local y definirá un Plan de Acción donde se establecerá el alcance y grado de participación del equipo en el cumplimiento de tareas específicas.

INICIO DE LOS TRABAJOS

Durante el primer mes de ejecución de la consultoría, (simultáneamente con las actividades requeridas para preparar el estudio), la empresa consultora desarrollará para la comunidad en general, eventos de difusión donde se presenten los avances y resultados de trabajos similares ejecutados por la empresa para otras regiones del mundo.

Durante la celebración de estos acontecimientos se mencionará de forma explícita que el estudio se financia con cargo a la Línea FEV, instrumento gestionado por la Dirección General de Financiación Internacional de la Secretaría de Estado de Comercio y Turismo del Gobierno de España. De igual forma, se expondrá la metodología de trabajo propuesta por la firma consultora para obtener los resultados esperados en cada fase del estudio.