Noticias FAD/FEV

Convocatoria de concurso para elaborar el estudio de viabilidad sobre «Museo del Mar Chileno en Valparaíso» (República de Chile)

1. **El Gobierno de Chile, a través del Servicio Nacional de Turismo de Chile (SERNATUR),** convoca a las empresas españolas a un concurso para elaborar el Estudio de Viabilidad sobre «Museo del Mar Chileno en Valparaíso».

2. Este Estudio de Viabilidad, aprobado en la Comisión del FEV de 11 de marzo de 2004, tiene un coste aproximado de **hasta 354.000 euros** 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) **no más tarde de las 14:00 horas del día 10 de enero de 2005 y en cada uno de los destinos señalados en esta convocatoria**. El Servicio Nacional de Turismo de Chile, bajo la supervisión de la Administración española, evaluará las ofertas presentadas de acuerdo con los baremos recogidos en el Apartado D.

SECCIÓN ESTADÍSTICO-INFORMATIVA

Se presentarán, dentro del plazo previsto y en las direcciones que se indican, los siguientes ejemplares:

— Dos ejemplares en español, que se entregarán a la Administración chilena (Subdirección de Operaciones del Servicio Nacional de Turismo de Chile) en Santiago de Chile.

— Un ejemplar en español, que se entregará a la Administración española (Subdirección General de Fomento Financiero de la Internacionalización) en Madrid, en las direcciones que se indican a continuación, respectivamente.

SERVICIO NACIONAL DE TURISMO DE CHILE. REPÚBLICA DE CHILE.
Persona Responsable: Fernando Merino Jara
Dirección: Providencia 1550, comuna de Providencia, Santiago de Chile.
Teléfono: 56 (2) 731 8 540
56 (2) 731 8 516
Fax: 56 (2) 236 40 54
Correo electrónico: fernandomerino@sernatur.cl

SUBDIRECCIÓN GENERAL DE FOMENTO FINANCIERO DE LA INTERNACIONALIZACIÓN.
Personas responsables: Pilar Gracia Morales**/** Ana Oviedo Muñoz
Dirección: Paseo de la Castellana, 162 Planta: 9; Despacho: 33 /19
28046 MADRID
Teléfono: +34 91-583-73-16/ .3-54-63
Fax: +34 91-349-35-12

Para cualquier información deberán dirigirse a:

SUBDIRECCIÓN GENERAL DE FOMENTO FINANCIERO DE LA INTERNACIONALIZACIÓN.
Teléfono: (91) 583 7316/35289
Fax: (91) 349 3512

OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE LA EMBAJADA DE ESPAÑA EN CHILE.
Consejero Económico y Comercial: D. Borja Renjifo Llorens.
Dirección: Avda. 11 de Septiembre nº 1901, esquina C/ Marchant Pereira Aptdo. de correos 4099 Santiago de Chile. Chile.
Teléfono: 00 56 2 2049786
Fax: 00 56 2 2045814

SECCIÓN ESTADÍSTICO-INFORMATIVA

Términos de referencia

A. ESQUEMA DEL CONCURSO

1. El Servicio Nacional de Turismo de Chile (SERNATUR), de acuerdo con la Administración española, convoca un concurso para la elaboración del estudio de viabilidad del «Museo del Mar Chileno» en la provincia de Valparaíso, Chile.

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

3. SERNATUR de acuerdo con la Administración española, evaluará las ofertas presentadas de acuerdo con los baremos recogidos en el Apartado D.

4. El valor del estudio no podrá superar los 354.000 euros.

5. El estudio deberá realizarse y entregarse en un plazo máximo de seis meses.

B. REQUISITOS PARA LOS TÉRMINOS DE REFERENCIA

1. Introducción

Actualmente la participación de Chile en el turismo mundial es mínima, lo que implica que existe espacio para el crecimiento.

Según datos de SERNATUR, el año 2003, se cerró con un total de 1.697.298 llegadas internacionales, lo cual representa un crecimiento del 13,8% respecto del año 2002, con una generación de U$ 1.050 millones, un 8,5 % superior a la cantidad generada el año anterior. La entrada de turistas procedentes de Europa experimentó un crecimiento del 24,4 % respecto del año anterior.

Durante el primer trimestre de 2004 se ha producido un incremento de visitantes extranjeros del 21,1% respecto del mismo período de 2003, con una generación de divisas en torno a los U$ 300 millones.

En cuanto a los puntos de entrada, según datos de 2002, Valparaíso fue el segundo punto de entrada, con 291.963 viajeros a través de puertos y aeropuertos, si bien el mayor número llego por el aeropuerto de Santiago, de Chile, con 282.663 viajeros.

La ciudad de Valparaíso y su entorno poseen innegables atractivos turísticos. Desde el año 2001 el Gobierno de Chile inició «el Plan Valparaíso», orientado a reposicionar la ciudad como ciudad pujante, vanguardista y con clara vocación turística. Dicho reconocimiento se plasmó en el 02 de julio de 2003, fecha en que el casco histórico de la ciudad de Valparaíso fue declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad.

La región tiene una población cercana al millón y medio de habitantes (90% urbana), un clima favorable y una ubicación privilegiada en el centro del largo territorio chileno. Es el principal destino turístico del país, ejerciendo atracción sobre los países vecinos, principalmente Argentina y Brasil.

La actividad portuaria de Valparaíso es una de las más importantes del país, con un polo de desarrollo en crecimiento expectante, a través del turismo de cruceros.

La región es una zona turística por excelencia con playas, costa agreste, fértiles valles interiores y cordillera, limitando al sur con la región metropolitana, de modo que, entre Santiago y Valparaíso, la distancia es de 119 Km., lo cual, al tiempo que es un atractivo para los residentes en la capital, constituye una debilidad para la estancia del turismo en Valparaíso.

Por todo lo anterior, es necesario elaborar nuevos productos turísticos atractivos que se configuren como foco de atracción singular que dinamice la zona.

En este sentido, la creación de un Museo del Mar en la Costa de la Provincia de Valparaíso es un proyecto turístico emblemático que potencia y sintetiza diversas iniciativas en curso, que se orienta a revitalizar la ciudad, en la medida que sus instalaciones

situadas en el borde costero y desarrollo temático, permitirán aportar un nuevo valor para el desarrollo económico y un nuevo punto de encuentro cívico, que unirá tradición histórica marítima y museología, enlazando ciudad y mar.

2. Requisitos para los términos de referencia

1. Concurso restringido a empresas españolas.

2. **Objetivo del estudio**: El objetivo principal será determinar la viabilidad de la creación y puesta en funcionamiento del **MUSEO DEL MAR CHILENO** en la Costa de la provincia de Valparaíso, mediante el diseño del elemento denominado MUSEO DEL MAR CHILENO y la creación de un conjunto de productos turísticos vinculados al Museo y al desarrollo de los ya existentes en Valparaiso, que articulen la oferta de la zona y que permita incrementar el número de visitantes así como la estancia media de los mismos.

   - **El objetivo económico** principal es definir, mediante la creación del elemento denominado MUSEO DEL MAR CHILENO, un producto turístico con atractivo suficiente para estimular la demanda interior, pero principalmente la demanda exterior, y así fomentar el turismo como motor de desarrollo sostenible de la zona.

   - **El objetivo social** es integrar a los habitantes en las actividades turísticas, tanto en su planificación como en la prestación de servicios necesarios para la actividad.

Especial importancia tiene la adecuación medioambiental y paisajística. El estudio debe contemplar la adecuación de los equipamientos y servicios a las condiciones naturales y culturales del lugar.

El **objetivo específico** del trabajo consiste en establecer las líneas generales de una actuación denominada **MUSEO DEL MAR CHILENO EN VALPARAISO** y determinar la viabilidad de su puesta en marcha así como su inserción en el Plan de Recuperación del Borde Costero de Valparaíso, definiendo la estructura del Museo, su contenido científico, expositivo, cultural y de recreo, diseñando el anteproyecto museológico y museográfico. Se diseñarán las directrices arquitectónicas del Museo, tanto para espacios generales y abiertos, como para las edificaciones, contemplando los impactos ambientales sobre el entorno físico y la mejor solución de los mismos.

Se incluirá un estudio de mercado con el objeto de determinar la pertinencia y factibilidad de la puesta en marcha del Museo, para lo cual se tendrán en cuenta aspectos como la demanda de este tipo de servicios, el entorno físico y socioeconómico, la capacidad de negocio y la generación de empleo, entre otros.

3. El estudio debe incluir los siguientes puntos: Enfoque y Alcance del estudio

3.1. Enfoque

El objetivo último del Estudio será configurar las bases y condiciones necesarias para sensibilizar al visitante, hacia el conocimiento y la conservación del patrimonio cultural y natural, y a la vez potenciar el desarrollo turístico de la ciudad y el puerto de Valparaíso, posibilitando incrementar el número de visitantes así como la estancia media de los mismos.

Efectos esperados

- Configuración del Museo del Mar como elemento emblemático, polo de atracción turística y factor dinamizador de la zona.
- Aumento del número de llegadas turísticas con pernoctación y consecuente ingreso y redistribución de las divisas.
- Reactivación de oportunidades de trabajo e inversión en servicios y actividades (directos e indirectos) en la región.
- Diversificación de las actividades.
- Aumento de la rentabilidad de las prestaciones.
- Desarrollo de pequeñas empresas locales.
- Contribución a la Recuperación del Borde Costero de Valparaíso.

3.2. Alcance del estudio

El contenido de las ofertas deberá incluir los siguientes puntos, de acuerdo con las tres fases identificadas, a cuya finalización deberá presentarse el informe resultante de cada fase:

3.2.1. Fase I. Diagnóstico:

3.2.1.1. Estudio del sector turístico de Valparaíso y su borde costero como marco de referencia - análisis oferta/demanda.

- **Inventario de recursos naturales, culturales y monumentales:** Accesibilidad y equipamientos actuales de los mismos
- **Entorno**: Infraestructuras de uso común (residentes - turistas): centros urbanos, estructura institucional, comunicaciones y transporte. Relación de la infraestructura, descripción de su estado actual y capacidad de carga.

- **Demanda:** Viajeros: países de origen, distribución temporal de las llegadas, medios de transporte empleados, distribución por edades, gasto medio, modalidad de alojamiento, estancia media, distribución del gasto entre consumos hoteleros y extrahoteleros, modalidad del paquete turístico (todo incluido, H+D, etcétera) y principales motivaciones.

- **Oferta básica:** Equipamientos hoteleros y restauración. Número de establecimientos, número de plazas. Tamaño medio de los establecimientos por categorías (hoteles y restaurantes). Evaluación cuantitativa y cualitativa. Particular importancia reviste el concepto y la proyección del soporte gastronómico que atenderá la demanda generada, por el público usuario del Museo del Mar, considerando las distintas preferencias de consumo y tramos de ingresos.

- **Complementaria**: Agencias de viajes (número y tamaño medio); rent- a- car (número, tipo de vehículos y tamaño de la flota), taxis turísticos, operadores de congresos, Guías de turismo y otros que sean identificables.

- **Estudio de posicionamiento** de la oferta y de la imagen de la región como destino turístico, en el contexto regional, nacional e internacional.

- **Marco legal de apoyo a la inversión** (nacional y extranjera) en el sector turístico.

3.2.2. Fase II. Diseño, Estudio de Mercado y Plan de Marketing

3.2.2.1. Diseño Conceptual y Directrices Arquitectónicas

Los objetivo generales de esta segunda fase serán los de diseñar la propuesta del modelo de Museo**,** como resultado del trabajo realizado en la fase de diagnóstico. Este documento deberá servir de definitiva referencia al ulterior proyecto de ejecución del Museo del Mar Chileno.

En concreto, la propuesta de Diseño comprenderá :

- **Diseño y planificación de los contenidos del Museo,** trabajo de investigación, recopilación y análisis de la correspondiente documentación científica que permita definir los contenidos científicos, expositivos y pedagógicos.

- **Definición de los parámetros urbanísticos del Museo y su entorno de actuación**. Elaboración de las directrices arquitectónicas**.** Definición mediante planos, dibujos y memorias descriptivas del modelo de actuación propuesto. Estudio de impacto ambiental.

- **Elaboración de un Plan de Gestión del Museo**, con organigrama del mismo, dotación de personal y su perfil.

- **Creación de imagen de identidad del Museo**, que facilite su promoción y comercialización.

3.2.2.2. Estudio de Mercado

- **El estudio de la demanda potencial del mercado interior y de los mercados internacionales considerando** entre otras, las variables correspondientes al perfil del visitante, cuantificación, origen, estacionalidad de la demanda y tendencias.

- **La enumeración de oportunidades de negocio** que podrán surgir para empresarios nacionales o extranjeros, especialmente para las empresas españolas.

3.2.2.3. Plan de Marketing

Se definirán las bases y la orientación de las acciones necesarias para dar a conocer el museo, tanto a nivel nacional, como regional y local, pudiendo complementarse con acciones a nivel internacional.

3.2.3. Fase III. Análisis de los requisitos económico financieros del plan propuesto

Deberán presentar un análisis de las necesidades económico financieras para la viabilidad del proyecto así como de su viabilidad a corto, medio y largo plazo. Así mismo, el estudio comprenderá los análisis económico – financieros siguientes:

3.2.3.1. Plan de inversiones

Planificación financiera y temporal, que muestre las necesidades de financiación totales y parciales. Las necesidades de financiación se desglosarán, al menos, en los siguientes conceptos:

- Obra civil.
- Instalaciones y comunicaciones.
- Equipamientos.

3.2.3.2. Plan de ingresos, en cómputo anual, distinguiendo entre:

- Ingresos procedentes de la explotación de los diferentes productos turísticos surgidos de la puesta en marcha del Plan.
- Ingresos extraordinarios (subvenciones, convenios de colaboración con entidades públicas y privadas).
- Ingresos procedentes de la cooperación con instituciones internacionales (BID, UE y otras).

3.2.3.3. Cuadro de origen y aplicación de fondos:

- Fondos propios.
- Fondos procedentes de operaciones de crédito de todo tipo.

- Subvenciones y otros apoyos financieros de entidades públicas.
- Fondos procedentes de acciones de colaboración con entidades privadas.
- Identificación de socios estratégicos.
- Identificación de entidades nacionales o internacionales con programas de apoyo a este tipo de proyectos.
- Acciones de patrocinio y mecenazgo.

4. SERNATUR pondrá a disposición de la adjudicataria al personal funcionario que corresponda, el cual colaborará con aquella facilitando la información disponible, todo lo anterior dentro del ámbito de sus funciones, y, aportará el equivalente a 36.000 euros en servicios, traslados internos por la provincia y alojamiento para el equipo consultor.

5. 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. Se presentarán dos ejemplares en idioma español para el Servicio Nacional de Turismo de Chile y una copia para la Administración española, en concreto, para la Subdirección de Gestión de Fomento Financiero de la Internacionalización, en Madrid, en las direcciones que se indican a continuación.

1. **SERVICIO NACIONAL DE TURISMO DE CHILE**
   Persona Responsable: Fernando Merino Jara
   Dirección: Providencia 1550, comuna de Providencia, Santiago de Chile.
   Teléfono: 56 (2) 731 8 540
   56 (2) 731 8 516
   Fax: 56 (2) 236 40 54
   Correo electrónico: fernandomerino@sernatur.cl

2. **SUBDIRECCIÓN GENERAL DE FOMENTO FINANCIERO DE LA INTERNACIONALIZACIÓN**
   Personas responsables: Pilar Gracia Morales/Ana Oviedo Muñoz
   Dirección: Paseo de la Castellana, 162 Planta: 9; Despacho: 33/19
   28046 MADRID
   Teléfono: +34 91-583-73-16/ .3-54-63
   Fax: +34 91-349-35-12
   Correo electrónico: pgracia@mcx.es

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

7. 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.

8. La propuesta económica deberápresentarse desglosada, indicando claramente unidades de 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, etcétera). La oferta económica deberá incluir el coste de todos los conceptos necesarios para la realización del trabajo.

9. 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 en lo referido a composición del equipo de trabajo, alcance del proyecto, metodología, plazo de ejecución y precio.

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

11. El porcentaje máximo admisible de gastos locales será del 15% sobre el total de los recursos previstos para la realización del trabajo y especificados en el punto A.1. número 5.

12. Forma de pago:

    a) 25% a la firma del contrato.

    b) 25% al cumplimiento total de la Fase I y la Fase II, ambas correspondientes al punto 3.2. Alcances del Estudio, previa presentación y aprobación por ambas administraciones de un informe de progreso que contendrá todos los trabajos realizados en ese período, problemas reales y potenciales, acciones propuestas y la existencia de desviaciones sobre la programación inicial.

    c) 50% tras la aceptación y visto bueno del Estudio por parte de SERNATUR y la Administración Española, el que será entregado a los mismo destinatarios indicados en el punto 6. de estos términos de referencia.

    El pago antes señalado se realizará directamente a la adjudicataria por el Instituto de Crédito Oficial, ICO, en España, previos los informes aprobatorios de SERNATUR, ya señalados.

13. SERNATUR dará el visto bueno para los informes periódicos de progreso elaborados por la adjudicataria y los transmitirá al financiador.

14. Los contactos de las empresas consultoras y la empresa adjudicataria con la Administración española, se canalizarán a través de la Oficina Comercial en Chile, con la entidad y persona que se indica:

Consejero Económico y Comercial de la Embajada de España en Chile: D. Borja Renjifo Llorens.
Dirección: Avda. 11 de Septiembre nº 1901, esquina C/ Marchant Pereira
Aptdo. de correos 4099 Santiago de Chile. Chile.
Teléfono: 00 56 2 2049786
Fax: 00 56 2 2045814

15. La publicación de éste concurso a licitación pública restringida, se realizará de acuerdo a la normativa del FEV.

C. DOCUMENTOS QUE SE DEBEN ADJUNTAR A LAS OFERTAS

1. Información sobre la empresa consultora:

1.1. Memoria de la empresa del último año disponible. En su defecto, balance y cuenta de resultados aprobados por el órgano de administración correspondiente.

1.2. Información general de la compañía. En especial, se harán constar:

— Accionariado.
— Fecha de constitución.
— Facturación de los últimos cinco años.
— Informe de Instituciones Financieras.

1.3. Número de empleados. Personal fijo y personal a tiempo parcial. Titulados.

1.4. 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.

1.5. Equipo de trabajo propuesto. Se deberán 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.

D. VALORACIÓN DE LAS OFERTAS

Criterios de Selección	Ponderación (%)	
	Estudios de proyectos	
PROPUESTA TÉCNICA:		**80**
1. Capacidad de la empresa		7
2. Propuesta técnica		40
– Enfoque/metodología	13	
– Plan de trabajo y plazos	13	
– Organización y reparto de personal	14	
3. Equipo de Trabajo		33
– Capacitación General	12	
– Capacitación para este trabajo	12	
– Experiencia en la zona e idiomas locales	9	
PROPUESTA ECONÓMICA		**20**
VALORACIÓN TOTAL		**100**

SECCIÓN ESTADÍSTICO-INFORMATIVA

ORDEN DE SUSCRIPCION

☐ Sí, deseo suscribirme a las publicaciones que detallo a continuación de acuerdo con las tarifas siguientes:

	ESPAÑA	EXTRANJERO
	1 año	**1 año**
☐ Boletín Económico de ICE (39 números/año)	☐ 81,10 €	☐ 106,20 €
☐ Información Comercial Española. Revista de Economía (8 números/año)	☐ 62,50 €	☐ 74,90 €
Suscripción a las dos publicaciones, descuento del 15 por 100		
	Total	

DATOS PERSONALES
Nombre y apellidos .....
.....
Empresa .....
Domicilio .....
D.P. ..... Población .....
N.I.F. ..... Teléf. .....
Fax .....

Firma

FORMAS DE PAGO
☐ Cheque adjunto a nombre del Centro de Publicaciones del Ministerio de Economía y Hacienda
n.° ..... Entidad .....
☐ Transferencia

ORDEN DE PEDIDO

☐ Sí, deseo suscribirme a las publicaciones que detallo a continuación de acuerdo con las tarifas siguientes:

Título	Importe
Total	

Ejemplar suelto: Boletín: 4,70 €
Revista: 12,40 €
Extranjero: precio del ejemplar, más 1,5 € de gastos de envío.

DATOS PERSONALES
Nombre y apellidos .....
.....
Empresa .....
Domicilio .....
D.P. ..... Población .....
N.I.F. ..... Teléf. .....
Fax .....

Firma

FORMAS DE PAGO
☐ Cheque adjunto a nombre del Centro de Publicaciones del Ministerio de Economía y Hacienda
n.° ..... Entidad .....
☐ Transferencia

ICE
INFORMACION COMERCIAL ESPAÑOLA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO

Información y venta: Paseo de la Castellana, 162, vestíbulo.
28071 Madrid. Teléf. 91 349 36 47. Fax: 91 349 36 34.
Suscripciones: Pza. del Campillo del Mundo Nuevo, 3.
28005 Madrid. Teléf. 91 506 37 40. Fax: 91 527 39 51.