



TÉRMINOS DE REFERENCIA

Consultoría en turismo para proyecto:

“COMERCIALIZACIÓN ASOCIATIVA DEL TURISMO EN INICIATIVAS DE CONSERVACIÓN PRIVADA Y COMUNITARIA”

- Noviembre de 2012 -

I.- ANTECEDENTES SOBRE ASI CONSERVA CHILE A.G. y WWF

La Asociación Gremial de Iniciativas de Conservación en Áreas Privadas y de Pueblos Originarios de Chile - **Así Conserva Chile A.G.** fue creada en Octubre del 2010. La A.G. agrupa a la mayor parte de las iniciativas emblemáticas de conservación de tierras y desarrollo sustentable no-gubernamentales del país. Las 33 áreas que forman parte de **Así Conserva Chile A.G.** protegen aproximadamente 600 mil hectáreas.

La misión de ASI Conserva Chile es "promover el desarrollo sustentable a través de la coordinación de Áreas Protegidas Privadas y de Pueblos Originarios en conjunto con distintas personas naturales y/o jurídicas interesadas en la conservación de la biodiversidad, el desarrollo económico y la integración de la comunidad. "

Entre los objetivos de la A.G. se encuentran el promover las actividades económicas compatibles con la protección de la belleza del paisaje y la conservación de la biodiversidad - que es el requisito básico de la vida; rescatar la cultura y las tradiciones, y promover el desarrollo sustentable en Chile a partir de 3 pilares fundamentales: economía, naturaleza y sociedad. Ello lleva a que entre sus socios exista también una enorme diversidad socio-cultural y económica, y de los objetivos principales de cada área protegida. Entre los socios se cuentan comunidades funcionales y comunidades indígenas; empresas turísticas e inmobiliarias, familias, personas, universidades. Algunas están abiertas al público, otra no. Algunas son dedicadas exclusivamente a fines de conservación, mientras que en otras es sólo una sección de la propiedad que se dedica a la conservación, mientras que en el resto se desarrollan una variedad de actividades económicas.

WWF, la organización mundial de conservación, es la organización conservacionista más grande del mundo y su misión es conservar los procesos naturales y ecológicos. Cuenta con el apoyo de 4.7 millones de socios y organizaciones nacionales, desarrollando actividades en 96 países.

A través del programa de Áreas Protegidas, WWF Chile promueve el establecimiento, desarrollo institucional y manejo efectivo de áreas protegidas, públicas y privadas, que representen adecuadamente la biodiversidad y los procesos naturales del bosque valdiviano, y brinden oportunidades para el desarrollo local a partir de los múltiples servicios ecosistémicos que los bosques proveen a la sociedad.

II.- ANTECEDENTES DEL PROYECTO WWF-ASI CONSERVA CHILE

Sin duda, el turismo es una de las actividades económicas más recurrentes y de mayor potencial de crecimiento entre los socios de ASI Conserva Chile, y una de las que más claramente se identifica como del corte "sostenible". Frente a un grupo de proyectos que necesita desarrollar sus mercados en orden a financiar la conservación, y hacerlo de tal forma que sea totalmente compatible con los objetivos de conservación que persiguen estas áreas protegidas. La creación y mantención de áreas protegidas, son también componentes fundamentales de las estrategias nacionales y mundiales de conservación de la diversidad biológica.

Las áreas protegidas mantienen muestras representativas de hábitats o ecosistemas en estado dinámico y evolutivo, preservando el patrimonio natural y cultural, manteniendo funciones

naturales que aseguran la provisión de bienes y servicios ambientales fundamentales para la actividad humana, y ofreciendo oportunidades el desarrollo del uso público, a través de la investigación, la educación ambiental, la recreación y el turismo.

El desarrollo regulado del turismo contribuye decisivamente a la sustentabilidad social y financiera de las áreas protegidas, al generar ingresos para el manejo y proveer también de oportunidades de empleo y medios de vida a las personas que viven dentro y alrededor de ellas, contribuyendo a una distribución justa y equitativa de los beneficios de la conservación.

Consciente del importante valor social de las áreas protegidas, y de su protagonismo creciente en el desarrollo del sector turismo en nuestro país, WWF Chile desarrolla una iniciativa innovadora, orientada al diseño de modelos de gestión y el desarrollo de indicadores de calidad y sustentabilidad del turismo en las áreas protegidas, que representen adecuadamente las dimensiones ecológica, económica y sociocultural.

III.- RAZONES Y EXPECTATIVAS PARA LA CONSULTORÍA

Chile tiene una importante base de atractivos naturales que lo hacen un destino cada vez más demandado por turistas de naturaleza de todo el mundo. No obstante, la oferta de servicios y productos turísticos ha manifestado una tendencia a concentrarse en algunos destinos como San Pedro de Atacama, Isla de Pascua o Torres del Paine, generando problemas de gestión que afectan a la calidad de la experiencia turística.

Ante un mercado cada vez más exigente, informado y experimentado, Chile debe diversificar su oferta de turismo de naturaleza, incorporando nuevos productos especializados orientados a segmentos específicos de la demanda, que permitan poner en valor otros territorios que no han logrado participar del importante crecimiento del turismo de naturaleza.

En este contexto, existe un creciente interés por parte del sector privado en el desarrollo de iniciativas de conservación de la biodiversidad y turismo. La Asociación Gremial de Iniciativas de Conservación Privada y de Pueblos Originarios de Chile, Así Conserva Chile AG, representa a un grupo de 33 iniciativas que protegen un total de 600.000 hectáreas de ecosistemas naturales repartidos en tres ecoregiones a lo largo del país (matorral de Chile central, bosques valdivianos y bosques patagónicos), incluyendo áreas manejadas por comunidades de Pueblos Originarios.

Asumiendo el importante rol social que tienen estas iniciativas de conservación privada en la protección de la biodiversidad y el desarrollo del sector turismo en el país, WWF Chile implementa actualmente una línea de trabajo innovadora, orientada al desarrollo de un modelo de gestión del turismo que permita integrar a las áreas protegidas en la cadena de valor del turismo de naturaleza a través de productos con elevado estándar de calidad, que integren las actividades de conservación y la relación con las comunidades aledañas como principal atractivo y recurso turístico. Además de apoyar el posicionamiento turístico de Chile, la comercialización de estos productos puede contribuir decisivamente al financiamiento de iniciativas de conservación privada que no cuentan actualmente con ayudas o incentivos del Estado.

No obstante, aunque algunas de estas iniciativas ya se han logrado posicionar como destinos turísticos de alta calidad, en la actualidad existen importantes fallas de mercado que limitan su competitividad. Por un lado, entre los propietarios y administradores de estas iniciativas existe

escasa información acerca de los requerimientos y expectativas de los mercados emisores, que se expresa en un inadecuado diseño de productos, con importantes brechas de calidad y sustentabilidad que limitan gravemente su comercialización. Por otro lado, en los mercados emisores y los diferentes eslabones de la cadena de comercialización del turismo de naturaleza, existe un desconocimiento sobre estas iniciativas, tanto de los valores naturales y las acciones de conservación emprendidas, como de los servicios y equipamientos turísticos disponibles.

La propuesta presentada y aprobada por CORFO, llamada “Construcción de una plataforma de gestión y comercialización asociativa del turismo en iniciativas de conservación privada y comunitaria de tres ecoregiones de Chile”, que cuenta con **Mandante:** Sernatur, **Desarrollador:** WWF Chile, y **CoDesarrollador:** Así Conserva Chile A.G., apunta a subsanar estas asimetrías de información a través del diseño e implementación de una plataforma on-line para la gestión y comercialización asociativa del turismo, que permita establecer un canal de comunicación efectivo entre los diferentes actores de la cadena de valor del turismo de naturaleza, ofreciendo información actualizada acerca de las características de cada una de las iniciativas de conservación y su entorno, de las actividades de conservación que allí se desarrollan, de la oferta de equipamientos y servicios turísticos de que dispone y de los atractivos y recursos con que cuenta. El desarrollo de esta plataforma incluye el diseño de productos turísticos de alto valor y el desarrollo de un modelo de negocio para la comercialización asociativa de estos productos, ofreciendo además herramientas de apoyo a los gestores de las iniciativas para subsanar las brechas de calidad y sustentabilidad detectadas.

Este proyecto, mandado por SERNATUR, será desarrollado conjuntamente por WWF Chile y la Asociación Gremial de Iniciativas de Conservación en tierras privadas y de pueblos originarios de Chile, Así Conserva Chile AG..

IV.- OBJETIVOS DE LA CONSULTORÍA

Objetivo General: Ejecutar las acciones de la consultoría turística en el marco del proyecto Innova CORFO “Construcción de una plataforma de gestión y comercialización asociativa del turismo en iniciativas de conservación privada y comunitaria de tres ecorregiones de Chile” para desarrollar una oferta turística de calidad a través del diseño y desarrollo de productos turísticos asociativos en función de los requerimientos o necesidades detectadas en los mercados de interés y las capacidades desarrolladas en los prestadores de servicios asociados.

De acuerdo al grupo objetivo que Así Conserva Chile pretenda alcanzar con sus servicios, los objetivos específicos son:

- En un proceso de permanente retroalimentación con el equipo del proyecto, **crear, o perfeccionar técnica y financieramente, seis productos asociativos de turismo de naturaleza** desarrollados en las iniciativas de conservación privada y comunitaria en tres ecorregiones del país.
- **Generar y analizar información del mercado objetivo** pertinente a la comercialización de estos productos asociativos, que permitan capturar los requerimientos de los mercados emisores en los productos turísticos asociados al segmento/nicho objetivo.

V.- ÁMBITO DE LA CONSULTORÍA

El ámbito de la consultoría abarca gran parte del territorio nacional, en particular con los actuales socios de Así Conserva Chile distribuidos entre la IV y la XI Regiones. Para este proyecto se han subdividido las iniciativas en 3 ecorregiones que se agrupan en: Matorral Chile Central (IV a VII regiones), Bosque Valdiviano (VIII a X regiones) y Bosque Patagónico (X y XI regiones).

El consultor deberá viajar a las áreas de conservación (ecorregiones) ya sea para recabar información adicional, como para realizar talleres de validación a los beneficiarios y equipo del proyecto.

VI.- PRODUCTOS ESPERADOS

1.- Definición preliminar de los atributos experienciales de los potenciales productos según información recopilada. La definición preliminar de atributos experienciales, entendiéndose esa definición por todos aquellos elementos que se deben destacar para llamar la atención del cliente final o turista, los cuales finalmente definirán la experiencia del turista. Es una actividad relevante que se debe desarrollar previamente al levantamiento de información de los nichos de mercado asociados al turismo de naturaleza, en cuanto este proceso se contrastará dicha información con la percepción de los potenciales clientes.

Entregable: Informe de atributos experienciales y de producto.

2.- Estudio de Mercado. Luego de definir previamente los atributos de los potenciales productos turísticos, se realizará un levantamiento de información que permitirá conocer las fuentes primarias, su percepción de las características relacionadas a dichos productos. Las fuentes primarias de información serán tour operadores, nacionales y extranjeros, organizaciones con potencial comercial (Universidades y colegios, Organizaciones ambientales, centros de investigación), y encuestas a potenciales clientes (deportistas, babyboomer, profesionales ambientales), que tengan interés en servicios de turismo de naturaleza. El posterior análisis de la información permitirá generar el diseño final de los productos turísticos asociados a las iniciativas existentes en tres ecorregiones del país.

Entregable: Informe de Estudio de Mercado.

3.- Talleres de validación de los atributos experienciales identificados y propuesta preliminar de productos turísticos por ecorregión. Esta actividad tiene por objetivo entregar la visión de los expertos en diseño de productos turísticos, respecto a las reales posibilidades observadas para el desarrollo turístico de las áreas comprometidas. La exposición de los resultados será apoyada de material audiovisual obtenido durante las visitas de los profesionales a los territorios reduciéndose así la posibilidad de expresar juicios poco fundados, facilitando la comprensión por parte de los asociados al proyecto. Se realiza un taller por cada ecorregión y un taller con el equipo de proyecto.

Entregable: 3 talleres regionales y 1 taller al equipo de proyecto.

4.- Presentación de los resultados del Estudio de Mercado. Esta actividad tiene por objetivo entregar y validar los resultados obtenidos por el Estudio de Mercado con el consejo consultivo. El reconocimiento de esta información por parte del consejo consultivo permitirá diseñar los productos turísticos finales considerados para la próxima actividad. Se subirá a la plataforma una presentación didáctica para que pueda ser descargada por todos los asociados al proyecto.

Entregable: 1 taller equipo del proyecto.

El consultor presentará estados de avance mensuales al coejecutor del proyecto Así Conserva Chile, para revisar las actividades realizadas en cada etapa de la consultoría. El consultor será el encargado de su implementación, realizando todas las gestiones institucionales necesarias para llevar a cabo correctamente todas estas actividades.

VII.- CALENDARIO DE ACTIVIDADES

Enero 2013 a Abril 2013 (4 meses)

Esta etapa contempla análisis de información de fuentes primarias y secundarias, y diseño de productos turísticos.

Las actividades desarrolladas consisten principalmente en el levantamiento y análisis de la información necesaria para el posterior diseño de los productos turísticos asociados al turismo de naturaleza. Se desarrollarán basados en las iniciativas de conservación privada comunitaria en tres ecorregiones del país, y según los lineamientos estratégicos del Beneficiario.

Actividades de esta etapa

1. Plan de trabajo y levantamiento de información complementaria. Visitas a terreno. (Enero 2013)
2. Definición preliminar de los atributos experienciales de los potenciales productos según información recopilada. (Febrero 2013)
3. Estudio de Mercado. (Febrero - Marzo 2013)
4. Talleres de validación de los atributos experienciales identificados y propuesta de productos turísticos por ecorregión. (Marzo 2013)
5. Taller de presentación Estudio de Mercado (Abril 2013)

VIII.- PAGOS

La consultoría tiene una duración estimada en 4 meses (a contar de Enero de 2013). El consultor tendrá un subcontrato de trabajo y deberá entregar facturas de servicios durante este periodo.

Se realizarán reuniones de trabajo mensuales, acordados entre el consultor y la contraparte técnica para revisar los estados de avance y el plan de trabajo. El pago de servicios se efectuará contra entrega y aprobación del informe de actividades por parte de la contraparte técnica.

El monto máximo total para la consultoría es de \$ 8.500.000.- , y los estados de pago se realizarán, una vez aprobados los avances, según la siguiente tabla:

Informe de respaldo	Fechas de pago	% valor total
Firma Contrato y Plan de Trabajo	2 Enero 2013	35% valor total de la consultoría
Informe de Atributos Experienciales	28 Febrero 2013	15% valor total de la consultoría
Informe de final de Estudio de Mercado y Productos Turísticos.	30 Abril 2013	50% valor total de la consultoría

Por su parte, la empresa consultora se hace cargo de los gastos de operación involucrados en las actividades del estudio, por concepto de viaje y traslado, alimentación, además de los gastos en materiales para talleres (carpetas, fotocopias, impresiones, y otros).

IX – REQUISITOS Y PERFIL DEL CANDIDATO

Empresas o consultores independientes que demuestren experiencia y habilidades demostrables para la consultoría en turismo de naturaleza, que sean capaces de lograr satisfactoriamente los objetivos propuestos y en los plazos estipulados.

El candidato deberá presentar una propuesta de trabajo que incluya:

1. Plan de trabajo y presupuesto (incluyendo carta Gantt).
2. Currículum Institucional.
3. Equipo de trabajo con sus respectivos CV's.
4. Carta de presentación en donde se explique la experiencia y habilidades relevantes para la consultoría, que incluye al menos 3 referencias de trabajos anteriores.

X.- CÓMO POSTULAR

Por favor envíe la propuesta junto con la carta de presentación, a turismo@asiconservachile.org hasta el **10 de Diciembre del 2012**. Se solicita que el Asunto del correo se señale: “Consultoría de turismo para Proyecto Turismo Sustentable en Áreas Protegidas”.