

PROYECTO MEJORAMIENTO DE SERVICIOS A CIUDADANOS Y EMPRESAS (PROMSACE)

(CONTRATO DE PRÉSTAMO N° 4399/OC-PE)

TÉRMINOS DE REFERENCIA

**ELABORACIÓN DEL DISEÑO DE LA ESTRATEGIA PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE MARKETING
TURÍSTICO DE LA REGIÓN TACNA**

Lima – Perú

Septiembre 2022

TERMINOS DE REFERENCIA

ELABORACIÓN DEL DISEÑO DE LA ESTRATEGIA PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE MARKETING TURÍSTICO DE LA REGIÓN TACNA

1. ANTECEDENTES:

La República del Perú y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) suscribieron el 12 de septiembre de 2018 el Contrato de Préstamo N° 4399/OC-PE, el cual tiene por objeto financiar la ejecución del "Proyecto de Mejoramiento y Ampliación de los Servicios de Soporte para la Provisión de los Servicios a los Ciudadanos y a las Empresas, a Nivel Nacional" (en adelante el Proyecto).

El objetivo general del Proyecto es mejorar y ampliar los servicios de soporte para la prestación de servicios a ciudadanos y empresas, reduciendo los costos de transacción. Esto contribuirá a la mejora del grado de satisfacción de los ciudadanos y la mejora del clima de negocios. Los objetivos específicos son: (i) simplificación, estandarización y mejora regulatoria; (ii) mejora y ampliación de las capacidades de interoperabilidad de las entidades del Estado; (iii) mejora de la gestión en la atención a ciudadanos y empresas; y (iv) mejora de las condiciones para la planificación y coordinación de los servicios. Estos se traducen en componentes operativos.

El Órgano Ejecutor es la Presidencia del Consejo de Ministros del Perú. El mismo actúa a través de la Unidad Ejecutora del Proyecto (UEP), la cual se encarga de la ejecución del Proyecto, y se encuentra vinculada jerárquicamente a la Secretaría Administrativa (SA), dependiente de la Secretaría General de la PCM. La ejecución del Proyecto se realiza con estrecha coordinación y participación de los órganos de línea de la PCM, como es la Secretaría de Descentralización-SD, la cual participa del componente iv del Proyecto a través de la implementación de Agencias Regionales de Desarrollo (ARD) en el territorio, que son lideradas por los Gobiernos Subnacionales.

Como parte del proceso, la Subsecretaria de Articulación Regional y Local, se encarga de la implementación de las Agencias Regionales de Desarrollo en el territorio regional y para ello define la instalación y funcionamiento de la Agencia Regional de Desarrollo y la estrategia regional de desarrollo e innovación regional (EDIR), como el instrumento que focaliza y prioriza, vía el consenso social del sector público, el sector privado y la academia local, acciones de mejoramiento de las capacidades de los sistemas productivos regionales para posteriormente especializarlos en base a la ciencia, tecnología e innovación.

En línea con sus funciones, la SD - PCM proporciona asistencia técnica a los gobiernos regionales y gobiernos locales para el mejor desempeño de sus funciones, por primera vez apoya en la instalación y funcionamiento de la ARD y el diseño y despliegue de estudios necesarios que le permitan atender las prioridades del territorio fortaleciendo de esa forma a la ARD regional.

La Agencia Regional de Desarrollo de Tacna – ARD AFIDE Tacna, viene trabajando el proceso del fortalecimiento del territorio a través de la activación e instalación de los principales espacios de concertación de las cadenas de valor priorizadas de la región, así como de sus respectivos espacios de soporte articulado con actores público, privado académicos. En

estos espacios se identifican problemas que impiden el desarrollo de actividades productivas reconocidas en cada cadena de valor, en este caso la de Turismo.

En el año 2021, entre Mincetur - Promperú y la Cámara Regional de Turismo de Tacna, se elabora el Plan de Marketing Turístico de Tacna, considerando como visión, lograr una región fronteriza que promueve el turismo con responsabilidad social, impulsando el desarrollo económico sostenible, con actividades comerciales innovadoras, diversas y competitivas, en el marco del respeto a nuestra diversidad cultural y natural, logrando la mejora permanente de atractivos turísticos regionales y actividades productivas a través de la inversión y generación de actividad turística sostenible y segura para nuestros visitantes nacionales e internacionales. Considerando como valores de destino, el tema gastronómico, salud – bienestar, cultura, naturaleza, aventura y compras. Con los principales retos de incorporar los productos turísticos locales en la diversificación de la oferta turística nacional, la especialización en el segmento de mercado millenials y el posicionamiento del turismo de naturaleza, cultura, gastronomía, salud y bienestar.

Se requiere promocionar los productos turísticos identificados en el inventario de recursos turísticos de la región Tacna de una manera innovadora, integradora y potente que permita cambiar la forma que se tiene de ver a Tacna como una región en donde solo se puede hacer compras, a verla como una región que cuenta con una serie de productos naturales, culturales, históricos, rupestres, de aventura, de bienestar y que una visita a Tacna se puede convertir en una experiencia integral e innovadora.

La cadena de valor del Turismo, es una de las tres cadenas priorizadas por el documento: “Mapeo Territorial de Actores e Intervenciones en el marco de la implementación de las Agencias Regionales de Desarrollo: Tacna” elaborado por Videnza en el mes de julio del año 2021. En el documento se indica que las cuatro provincias de la región Tacna presentan un alto potencial turístico relacionado a los diferentes productos identificados en nuestra región. Esta cadena de valor también fue priorizada por el gobierno regional mediante oficio N 252-2021-DIRCETUR/GOB.REG.TACNA de fecha 17 de junio de 2021.

Según datos de la Encuesta Nacional de Hogares del INEI, entre el 2016 y 2020, la PEA por ramas de actividad en Tacna, el 43% en promedio se dedica a la actividad de servicios siendo en su gran mayoría los relacionados al turismo. Lo que convierte a esta cadena de valor en la que congrega la mayor cantidad de población económicamente activa de la región Tacna.

Por otro lado, el PERTUR Tacna expone las tendencias del turismo en la actualidad, lo que nos obliga a generar las estrategias innovadoras de promoción y marketing, que plantee una experiencia integral de lo que se ofrece como región, mediante una visión innovadora de promoción.

En Tacna contamos con productos turísticos¹ ofrecidos en la región Tacna como: Circuito histórico – cultural de Tacna; corredor Valle Viejo – Miculla, el corredor turístico Tarara – Ticaco, Valle Geotermal de Candarave, Ilabaya – Locumba; producto turístico binacional: Tacna-Arica; Circuito turístico Palca, Alto Perú, Ancomarca; Ruta del Pisco. Los cuales contienen una diversidad de atractivos que no se han promocionado adecuadamente, lo que genera desconocimiento de la integralidad de lo que existe en nuestra región

¹ PERTUR Tacna 2019-2025

La promoción turística de Tacna es asumida por el GORE Tacna, Promperú a través de sus oficinas de IPerú, los GOLOs provinciales y distritales, gremios privados, focalizando sus acciones en los principales recursos que se ofrecen, sin embargo, no se muestra la integralidad del potencial turístico de la región, campañas de publicidad aisladas, paquetes turísticos puntuales ofrecidos por las agencias de viaje.

La gobernanza que existe en la región Tacna es público, privada, académica, con miras a la incorporación del sector social y el sector ambiental, para formar una quintuple hélice, que permita esta integralidad que el presente servicio propone. El espacio en el que se desarrolla esta gobernanza es el Comité Consultivo Regional de Turismo de Tacna – CCRTT, reactivado por la Agencia Regional de Desarrollo - ARD AFIDE Tacna en el año 2021, desde donde partió esta necesidad de promoción a través del PERTUR y el Plan de Marketing Turístico de Tacna, y el diseño y soporte al presente servicio. Por otro lado, y de manera complementaria, existen dos espacios más: la Red de Protección al Turista de Tacna y la Mesa Binacional de Turismo Tacna y Arica y Parinacota.

El sector turismo, a raíz de la pandemia de COVID 2019, ha sido el más afectado debido a que nuestra región es de doble frontera, por lo que requiere una especial atención. Tacna cuenta con el Sello SaveTravel, varios destinos turísticos y agencias de viaje cuentan con esta certificación para brindar un servicio seguro.

2. OBJETIVO GENERAL:

Elaborar el diseño integral de la estrategia que permita ejecutar el Plan de Marketing Turístico de la región Tacna

3. OBJETIVOS ESPECIFICOS:

Primero: Construir el concepto creativo general de la región Tacna.

Segundo: Construir el proceso creativo de la experiencia integral innovadora de promoción de los recursos turísticos de la región Tacna.

Tercero: Redactar el manifiesto de la campaña de promoción del Plan de marketing Turístico de la Región Tacna.

Cuarto: Diseñar productos de difusión que promueva la campaña del Plan de Marketing Turístico de la Región Tacna

4. META FÍSICA A LA QUE CONTRIBUYE LA CONSULTORÍA

En el marco del proyecto, esta consultoría se encuentra relacionada a la siguiente meta del proyecto:

Acción 4.1.3.2	Elaboración de Estrategia de Desarrollo e Innovación Regional
Actividad 4.1.3.2.3	Desarrollo de estudios estratégicos para la mejora de la competitividad de las cadenas productivas
Código POA 4.1.3.2.3.2	Elaboración del diseño de la estrategia para la ejecución del plan de marketing turístico de la región Tacna
Meta del proyecto: Indicador al que se relaciona	Estrategia de Desarrollo e Innovación Regional aprobadas
Aporte al indicador	Contribuye como insumo para el proceso de implementación de la EDIR

5. ACTIVIDADES PARA REALIZAR:

6. El servicio deberá desarrollar las siguientes actividades específicas en estrecha coordinación con la SD – PCM, la ARD Tacna y la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo DIRCETUR Tacna, para la elaboración del diseño de la estrategia para la ejecución del plan de marketing turístico de la región Tacna.

5.1. Elaboración del plan de trabajo, se deberá considerar lo siguiente:

- Objetivos, metodología de trabajo, cronograma y plazos.
- Revisión de antecedentes y marco normativo.

5.2. Construir el concepto creativo de la campaña de innovación para la promoción del turismo en Tacna:

- Actividad 1: Realización de reuniones co-creativas para alinear objetivos junto a los diferentes actores: público-privado-académico del sector turismo que integran el Comité Consultivo Regional de Turismo de Tacna - CCRTT. Las reuniones serán virtuales y/o presenciales y/o híbridas, según la disponibilidad de tiempo de los diferentes actores. Se desarrollará un brief a través del cual se definirán los problemas, objetivos, público(s) objetivo(s), valores, entre otros, que permita focalizar la campaña, de esta manera se desarrollará un resumen del pedido del cliente (CCRTT) que será la línea base del desarrollo del servicio.
- Actividad 2: La redacción del concepto creativo de la región Tacna y validación del mismo por el CCRTT. Se desarrollarán dos o tres conceptos creativos que deberán incluir aspectos tales como: 1) objetivos alineados con el CCRTT, 2) desarrollo del concepto estratégico: ¿qué quiero decir?, 3) concepto creativo: ¿cómo lo quiero decir? Y, 4) definir el público objetivo (¿para quién?). Estos conceptos serán validados mediante reuniones por el CCRTT.

5.3. Construir el proceso creativo de la experiencia integral innovadora de promoción de los recursos turísticos de la región Tacna:

- Actividad 1: reunión co-creativa con los diferentes actores: público-privado-académico del sector turismo que integran el Comité Consultivo Regional de Turismo de Tacna – CCRTT para definir puntos de contacto (digitales y presenciales) donde hacemos que el concepto creado viva. Los puntos de contacto podrían ser: el aeropuerto, taxis, restaurantes, la plaza principal de la ciudad, control fronterizo, redes sociales, entre otros.
- Actividad 2: Creación de la experiencia integral innovadora de promoción de los recursos turísticos de la región Tacna. En la que se desarrollará la historia con la cual se logrará que sea una vivencia. Utilizando la metodología del Marketing experiencial que se desarrollará a partir del contenido elaborado.
- Actividad 3: Presentación y validación de la experiencia integral innovadora de promoción de los recursos turísticos de la región Tacna en reunión con el CCRTT.

5.4. Redacción del manifiesto creativo de promoción del Plan de Marketing Turístico de la Región Tacna:

- Actividad 1: Redacción del manifiesto creativo de promoción. Se deberá redactar la historia que se va a transmitir, en un máximo de tres párrafos que exprese qué significa el concepto creativo.
- Actividad 2: Presentación y validación del manifiesto creativo de promoción del Plan de Marketing Turístico de la Región Tacna en reunión con el CCRTT.

5.5. Diseñar bocetos gráficos y guiones de campaña general en base al concepto creativo definido y validado por el CCRTT:

- Actividad 1: Elaboración de Guiones de videos: 1 de un minuto, que contendrá 4 adaptaciones de 15 segundos cada una.
- Actividad 2: Elaboración de dos bocetos gráficos de campaña principal. Se entregarán en formato jpg o pdf.
- Actividad 3: Elaboración de bocetos de 4 posts gráficos para redes como Facebook e Instagram. Se entregarán en formato jpg o pdf.

5.6. Actividades generales

- Sostener reuniones de coordinación y presentación de avances, con la DIRECTUR Tacna, CCRTT, Agencia Regional de Desarrollo - ARD AFIDE Tacna y la SD-PCM.
- Seguimiento para la aprobación final de los productos antes mencionados.
- Remitir información que sea solicitada en el marco de la presente consultoría.

Los costos de desplazamiento que se deban realizar para el cumplimiento de las actividades arribas señaladas, serán asumidas por el consultor.

7. PRODUCTOS ESPERADOS:

En función al desarrollo de las actividades a realizar, la consultoría contempla la presentación de 3 productos, según se detalla a continuación:

ENTREGABLE	PLAZO	PLAZO PARA OTORGAR CONFORMIDAD Y/U OBSERVACIONES	PLAZO PARA SUBSANAR OBSERVACIONES
Primer producto contiene: Elaboración de Plan de trabajo detallando las actividades a realizar según el ítem 5.1.	Hasta 7 días calendario contados a partir del día siguiente hábil de notificada la orden de servicio/firmado el contrato	Hasta 5 (5) días calendario desde el día siguiente hábil de su recepción en la Unidad Ejecutora 018	Hasta 5 días calendario desde el día siguiente hábil de la notificación a la empresa.
Segundo producto: Informe que contenga: 1) El concepto creativo de la campaña general. según el ítem 5.2. 2) La construcción del proceso creativo de la experiencia integral innovadora de promoción de los recursos turísticos de la región Tacna de acuerdo a lo indicado en el ítem 5.3.	Hasta los 30 días calendario contados a partir del día siguiente hábil de notificada la orden de servicio/firmado el contrato	Hasta diez (10) días calendario desde el día siguiente hábil de su recepción en la Unidad Ejecutora 018	Hasta 10 días calendario desde el día siguiente hábil de la notificación a la empresa.

<p>Tercer producto: Informe que contenga: 1) La Redacción del manifiesto creativo de promoción de acuerdo a lo indicado en el ítem 5.4. 2) El diseño de los bocetos gráficos y guiones de campaña general De acuerdo a lo indicado en el ítem 5.5.</p>	<p>Hasta los 60 días calendario contados a partir del día siguiente hábil de notificada la orden de servicio/firmado el contrato</p>	<p>Hasta los diez (10) días calendario desde el día siguiente hábil de su recepción en la Unidad Ejecutora 018</p>	<p>Hasta 10 días calendario desde el día siguiente hábil de la notificación a la empresa.</p>
---	--	--	---

Los productos entregados, incluyendo las versiones con levantamiento de observaciones, deben estar debidamente visados en todas sus hojas y firmados por el consultor.

Los productos deberán ser presentados de acuerdo al formato de informe, tal como se muestra en el Anexo N° 1 de estos TdR.

Para la conformidad técnica, el consultor presenta los productos y los documentos de pago respectivos mediante carta dirigida a la UE 018 a cargo del Proyecto de Mejoramiento y Ampliación de los Servicios de Soporte para la Provisión de los Servicios a los Ciudadanos y las Empresas a Nivel Nacional (PROMSACE), con atención al Área Usuaria correspondiente, haciendo referencia al número de documento contractual, servicio contratado y al Proyecto, de forma electrónica a la mesa de partes virtual: tramitevirtual@promsace.gob.pe, hasta el levantamiento del estado de emergencia sanitaria y/o hasta cuando establezca el estado peruano y/o hasta cuando lo establezca el Proyecto, luego del término de lo establecido por el estado peruano y/o el Proyecto el Área Usuaria comunicará vía correo electrónico la fecha a partir de la cual la presentación se realizará a través de la Mesa de Partes del PROMSACE, sito en la Avenida Javier Prado Oeste 2108, San Isidro, Lima en horario comprendido entre las 8:30 a.m. y las 4:30 p.m., de Lunes a Viernes.

8. LUGAR DE PRESTACIÓN DE LA CONSULTORÍA

Los servicios de consultoría serán prestados en la región Tacna, para lo cual el Área Usuaria, dispondrá reuniones presenciales o virtuales, en atención a las disposiciones del gobierno.

9. SUPERVISIÓN Y COORDINACIÓN DE LA CONSULTORÍA

La supervisión de la consultoría estará a cargo de la Secretaría de Descentralización. La conformidad de los productos es otorgada por la Secretaría de Descentralización (SD), previo informe técnico favorable de la Subsecretaria de Articulación Regional y Local, adjuntando el acta de reunión (presencial o virtual) otorgando la conformidad del producto. En dicha reunión participarán, al menos, el representante de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo del Gobierno Regional - DIRCETUR Tacna y un representante de la SD-PCM.

10. PLAZO

El servicio de la consultoría tendrá una duración de hasta 60 (sesenta) días calendario desde el día siguiente hábil de notificada la orden de servicio/firmado el contrato y según se detalla en el numeral 5 del presente documento.

11. PRESUPUESTO DE LA CONSULTARÍA Y FORMA DE PAGO:

El costo total de la consultoría será de S/ 40,000.00, (cuarenta mil y 00/100 Soles) incluidos los impuestos de ley (a todo costo), el mismo que se cancelará según lo señalado en el numeral 12 del presente documento.

12. PERFIL DE LA EMPRESA CONSULTORA:

La empresa consultora deberá contar con el siguiente perfil:

Experiencia General

Haber brindado al menos cinco (5) servicios de desarrollo creativo para empresas nacionales e internacionales.

Experiencia específica

Contar con tres (3) años de experiencia en el desarrollo de capacitaciones y de planeamiento estratégico en el sector turismo.

Perfil del personal clave

Coordinador

- Contar con título en ciencias de la comunicación, turismo, administración o similares.
- Con experiencia mínima de cinco (05) años en el sector de publicidad, marketing o innovación.

Asistente

- Estudios a nivel técnico en innovación y publicidad.
- Experiencia mínima de tres (03) años en servicios vinculados a capacitación y/o en desarrollo de campañas creativas para marcas a nivel nacional e internacional.

13. FORMA DE PAGO:

La forma de pago se efectuará contra la entrega de los productos con las aprobaciones del caso, según lo siguiente:

Concepto	% del pago	Monto S/.
A la entrega y conformidad del Producto N.º 1	0%	0.00
A la entrega y conformidad del Producto N.º 2	50%	20,000.00
A la entrega y conformidad del Producto N.º 3	50%	20,000.00
Total	100%	40,000.00

14. CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN/ PROPIEDAD INTELECTUAL

La empresa consultora mantendrá la confidencialidad y reserva absoluta en el manejo de cualquier información y documentación a la que se tenga acceso a consecuencia de la ejecución del servicio, quedando prohibida revelarla a terceros.

Propiedad intelectual

- El proveedor se compromete a no usar el nombre de la PCM ni hacer referencia al servicio, en cualquier promoción, imagen o anuncio, sin previa autorización escrita de la PCM.
- Los documentos, archivos y en general cualquier información o conocimientos generados durante el servicio, serán de propiedad única y exclusiva de la PCM, quedando prohibido el uso por parte del postor, salvo autorización expresa de la PCM.
- La PCM adquirirá todos los derechos de propiedad intelectual (derechos de autor) necesarios para el aprovechamiento de los productos o documentos y otros materiales

que guarden una relación directa con la ejecución de la prestación o que se hubieren creado o producido como consecuencia o en el curso de la ejecución de ésta.

- Las creaciones intelectuales (obras) que se produzcan por la prestación, la Entidad adquirirá a título excluyente y por el máximo plazo permitido por Ley, todos los derechos patrimoniales que la Ley otorgue sobre dicha creación a partir de la conformidad a la prestación.
- El postor tomará las medidas necesarias y asistirá a la PCM para obtener y/o registrar los derechos indicados en los párrafos anteriores y que el costo de dichas acciones se encuentra incluido dentro de la contraprestación con excepción de las tasas registrales.
- El incumplimiento de los derechos de propiedad intelectual acarrea responsabilidad penal en el marco de las disposiciones normativas que regulan la materia.

15. PENALIDAD

Aplican las penalidades por mora en la ejecución del servicio. En caso de retraso injustificado del Proveedor en la ejecución de las prestaciones objeto del contrato, el Contratante le aplica automáticamente una penalidad por mora por cada día de atraso. La penalidad se aplicará hasta por un monto máximo equivalente al diez por ciento (10%) del monto del contrato vigente o, de ser el caso, del ítem que debió ejecutarse.

La penalidad se aplica, automáticamente y se calcula de acuerdo con la siguiente formula:

Donde F tiene los siguientes valores:
$$Penalidad\ diaria = \frac{0.10 \times Monto\ vigente}{F \times Plazo\ vigente\ en\ días}$$

- a) Para plazos menores o iguales a sesenta (60) días, para bienes, servicios en general, consultorías y ejecución de obras: F =0.40.
- b) Para plazos mayores a sesenta (60) días:
 - b.1) Para bienes, servicios en general y consultorías: F = 0.25
 - b.2) Para obras: F = 0.15

Tanto el monto como el plazo se refieren, según corresponda, al monto vigente del contrato o ítem que debió ejecutarse o, en caso de que estos involucraran obligaciones de ejecución periódica o entregas parciales, a la prestación individual que fuera materia de retraso.

El retraso se justifica a través de la solicitud de ampliación de plazo debidamente aprobada. Adicionalmente, se considera justificado el retraso y en consecuencia no se aplica penalidad, cuando el proveedor acredite, de modo objetivamente sustentado, que el mayor tiempo transcurrido no le resulta imputable. En ese último caso, la calificación del retraso como justificado por parte del Contratante no da lugar al pago de gastos generales ni costos directos de ningún tipo

Esta penalidad será deducida de los pagos a cuenta, del pago final o en la liquidación final.

16. Seguros

El consultor será responsable de contratar los seguros pertinentes, los mismos que deberán mantener vigencia desde el inicio hasta la finalización de la consultoría; estando eximido el Contratante de cualquier responsabilidad en caso de accidentes, daños, mutilaciones o muerte que pudieran ocurrir durante el desarrollo de la consultoría.

Asimismo, el consultor está obligado a implementar a todo costo, durante toda la ejecución de la contratación, los protocolos sanitarios vigentes que correspondan.

Anexo Nº 1- ESTRUCTURA DE COSTOS

Nº	Concepto	Cant.	Tiempo, Mes	Precio unitario	Parcial S/.	Sub Total S/.
1	RECURSOS HUMANOS					25400
1	Coordinador	1	2	7000	14000	
2	Asistente técnico	1	2	5700	11400	
2	GASTOS DE OFICINA					5416.6
2	Servicios	1	2	1430	2860	
3	Equipos	1	2	1278	2557	
					Costo Directo	30817
					GG y Utilidad 10,00%	3082
					Sub Total	33898
					I.G.V. 18,00%	6102
					Costo Total	40000



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

Viceministerio
de Gobernanza Territorial

Secretaría
de Descentralización

ANEXO Nº 2: FORMATO DE INFORME

Informe del Producto N°

“Consultoría[Colocar el nombre de la consultoría]

Según Orden de Servicio o contrato N° [Incluir el número de la OS o contrato]

[Nombres del/de la consultor/a]

[Lugar y fecha]

1. ANTECEDENTES	14
2. OBJETIVO(S)	14
3. ACTIVIDADES REALIZADAS	14
3.1. Descripción y análisis	14
3.2. Balance de la metodología	14
3.3. Balance de la participación	14
3.4. Resultados	14
4. CONCLUSIONES	15
5. RECOMENDACIONES	15
ANEXOS	15
5.1. Anexo 1: Reportes de asistencia técnica (capturas de pantalla en el caso de sesiones virtuales)	15
5.2. Anexo 2: Listas de asistencia	15
5.3. Anexo 3: Registro fotográfico	15

1. ANTECEDENTES

[Considerar lo siguiente: a. Contexto del trabajo realizado (se puede extraer de los TDR) y b. Otros aspectos que se consideren relevantes para los objetivos del servicio]

2. OBJETIVO(S)

[Colocar el objetivo de la consultoría tal como está escrito en los TdR. Incluir el objetivo general y los objetivos específicos]

3. ACTIVIDADES REALIZADAS

3.1. Descripción y análisis

[Describir cada una de las actividades realizadas a fin de lograr los objetivos. Para ello, se debe tomar en consideración los TDR, la propuesta técnica y plan de trabajo presentado. Se sugiere incluir una matriz que se encuentre ordenada cronológicamente y que muestre en resumen el conjunto de actividades desarrolladas: Por ejemplo:

Tabla 1

N°	Actividad	Análisis o descripción básica	Fecha/hora	Evidencia
1	Asistencia técnica	Consignar contenidos, metodología, logros		Lista de asistencia Captura de pantalla (en el caso de AT virtuales) en Anexos
(...)	(...)	(...)	(...)	(...)

Elaboración: Propia

[Insertar las filas necesarias según el número de actividades]

[Desarrollar después de la matriz, el análisis de las actividades, para precisar o detallar aspectos clave como pueden ser: temas tratados o acuerdos adoptados en reuniones, avances, logros, u otro aspecto relevante de análisis de la actividad]

3.2. Balance de la metodología

- Describir la forma cómo se llevaron a cabo las actividades (el método) y hasta qué punto influyó favorable o desfavorablemente al logro esperado.
- Otros factores que contribuyeron o afectaron la actividad

3.3. Balance de la participación

[Describir cómo fue la participación en las actividades; por ejemplo, en el desarrollo de una reunión o taller o capacitación: si el número de participantes fue de acuerdo a lo esperado, el perfil de los participantes (público objetivo), calidad de la participación (observaciones, comentarios, sugerencias desde los participantes)]

3.4. Resultados

[Puntualizar los resultados alcanzados mediante el desarrollo de las actividades:

- a.
- b.

Incluir los literales que sean necesarios]

4. CONCLUSIONES

[Indicar con bullets o literales, las principales conclusiones a las que llega en este producto]

5. RECOMENDACIONES

[Indicar con bullets o literales, las principales recomendaciones asociadas a las conclusiones y análisis realizado de las actividades y desarrollo del producto.

Cuidar la redacción de la recomendación: que precise con claridad lo que se propone hacer, quién debe hacerlo, cómo y cuándo]

6. BIBLIOGRAFÍA

[Este ítem se deberá incluir en caso que el producto lo amerite. Para ello, se deberán considerar las correctas citas de los documentos, investigaciones, publicaciones o portales web revisados, referenciándolos adecuadamente, utilizando las normas APA o Vancouver]

ANEXOS

Anexo 1: Reportes de asistencia técnica (capturas de pantalla en el caso de sesiones virtuales)

Anexo 2: Listas de asistencia

Anexo 3: Registro fotográfico

Anexo 4: XXXXX

Anexo N: XXXX

[Se incluirán tantos anexos como sean necesarios.

En cuando al Anexo 3, Se recomienda que cada foto del Registro, contenga una leyenda explicativa de la actividad y momento que representa la foto]

[CuanDo se incluyan adicionalmente carpeta de archivos digitales de fotos, asignar un nombre a cada foto que la identifique, según actividad y lugar]