

SOLICITUD DE MANIFESTACIONES DE INTERÉS
SERVICIOS DE CONSULTORÍA - OPERACIONES EJECUTADAS POR EL BANCO
PROCESO DE SELECCIÓN COMPETITIVO SIMPLIFICADO

NOMBRE DEL PROYECTO: Plan Nacional de Desarrollo Turístico de Uruguay 2028 – 2038 - Hoja de ruta y líneas de acción

SELECCIÓN #: UR-TI385 - B260219

MÉTODO DE SELECCIÓN: Competitivo Simplificado

PAÍS: Uruguay

SECTOR OR DEPARTAMENTO: División de Comercio e Inversión

NOMBRE DE LA CT: Apoyo a la agenda del sector turístico como sector exportador de servicios de Uruguay

FINANCIAMIENTO – CT #: ATN/OC-22501-UR

ENLACE AL DOCUMENTO DE CT: www.iadb.org/es/proyecto/UR-TI385

Atención Firmas Consultoras: Actualización Importante sobre el Registro en el Portal de Adquisiciones BEO

Todas las firmas consultoras, tanto nuevas como previamente registradas en el [Portal de Adquisiciones BEO](#), deben agregar su **Número de Socio Comercial (Business Partner Number por sus siglas en inglés)** al perfil de su organización para participar o continuar participando en un proceso de adquisición BEO.

Por favor consulte las [Preguntas Frecuentes](#) (FAQs) en el Portal para más detalles sobre **"Cómo encontrar u obtener su Número BP"**.

Evite retrasos, no espere hasta el último momento para completar esta actualización. Este proceso puede tardar hasta **48 horas** en completarse y podría impedir que su organización participe en un Proceso BEO.

Para preguntas o asistencia técnica, utilice el [chat en vivo](#) en la página del Portal de Adquisiciones BEO o envíenos un correo electrónico a: ocs.procurement@iadb.org

El Banco Interamericano de Desarrollo (el Banco) se creó en diciembre de 1959 para contribuir a acelerar el desarrollo económico y social de América Latina y el Caribe. En la actualidad, el Banco es un importante catalizador en la movilización de recursos para la región (Para más información sobre el Banco, consulte su sitio web en www.iadb.org).

Sección 1. Objeto de la presente Solicitud de Manifestaciones de Interés

- 1.1. El Banco ejecuta el proyecto mencionado. El Banco tiene la intención de contratar los servicios de consultoría descritos en la presente Solicitud de Manifestaciones de Interés (REOI, por sus siglas en inglés). El propósito de esta REOI es obtener información suficiente que permita al Banco evaluar si las empresas consultoras (EC) elegibles poseen la experiencia y la competencia requeridas pertinentes para prestar los servicios de consultoría solicitados por el Banco.
- 1.2. Según se define en la Política de Adquisiciones Institucionales ([GN-2303-33](#)), las EC participantes deben ser de un País¹ o Territorio² miembro del Banco para poder presentar una Manifestación de Interés (EOI por sus siglas en inglés). Las EC que posean la experiencia requerida relevante para el encargo serán evaluadas. El Banco llevará a cabo la evaluación y clasificación (ranking) de las EOI presentadas por las EC que hayan manifestado su interés. El Banco invitará a las EC a presentar una propuesta en el orden en que se haya establecido la clasificación (ranking). Si la propuesta de la EC clasificada en primer lugar es aceptable, se le invitará a negociar un Contrato. Si fracasan las negociaciones con la primera EC, se podrá invitar a la siguiente EC clasificada a presentar una propuesta y negociar.
- 1.3. Esta REOI no debe interpretarse ni como una Solicitud de Propuesta ni como una oferta de contratación y no obliga en modo alguno al Banco a contratar a ninguna EC. El Banco se reserva el derecho de rechazar cualquiera y todas las EC participantes por cualquier motivo o sin motivo alguno, sin necesidad de dar explicaciones. El Banco no se compromete de modo alguno a seleccionar a una empresa consultora participante. El Banco no informará los motivos por los que cualquier EC participante haya o no sido incluida como parte de la lista corta.

Sección 2. Instrucciones para las empresas consultoras elegibles

- 2.1. Las manifestaciones de interés deberán enviarse utilizando el [Portal de Adquisiciones BEO del BID](#) (el Portal) antes del **[martes 13 de octubre](#)** 5:00 PM. (**[hora de Washington, D.C.](#)**) en formato PDF (Max. 45MB).
- 2.2. Para acceder al Portal, la EC debe generar una cuenta de registro que incluya **todos** los datos solicitados por el Portal. En caso de que no se incluya alguno de

¹ **Países miembro:** Alemania, Argentina, Austria, Bahamas, Barbados, Bélgica, Belice, Bolivia, Brasil, Canadá, Colombia, Costa Rica, Chile, Croacia, Dinamarca, Ecuador, El Salvador, Eslovenia, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Guatemala, Guyana, Haití, Honduras, Israel, Italia, Jamaica, Japón, México, Nicaragua, Noruega, Países Bajos, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Reino Unido, República de Corea, República Dominicana, República Popular China, Suecia, Suiza, Surinam, Trinidad y Tobago, Uruguay y Venezuela.

² **Territorios elegibles:** a) Guadalupe, Guayana Francesa, Martinica, Reunión - como Departamentos de Francia; b) Islas Vírgenes de los Estados Unidos, Puerto Rico, Guam - como Territorios de los EE.UU.; c) Aruba - como país constituyente de los Países Bajos; y Bonaire, Curaçao, San Martín, Saba, San Eustaquio - como Departamentos de los Países Bajos; d) Hong Kong - como Región Administrativa Especial de la República Popular China.

los datos solicitados, la empresa consultora no podrá participar en este ni en ningún otro proceso de selección que lleve a cabo el Banco. Si la empresa consultora se ha registrado previamente, verifique que tenga **toda** la información de la EC actualizada y completa antes de presentar una EOI.

- 2.3. Las EC elegibles podrán asociarse en forma de Consorcio/ Joint Venture (JV) para mejorar sus calificaciones. Dicho Consorcio/ JV designará a una de las EC como representante responsable de las comunicaciones, del registro en el Portal y de la presentación de los documentos correspondientes.
- 2.4. Las EC elegibles interesadas podrán obtener más información en horario de oficina, de 09:00 AM a 5:00 PM **(hora de Washington, D.C.)**, enviando un correo electrónico a: [\[Federica Gómez FEDERICAG@iadb.org con copia a Federico Bachino FBACHINO@iadb.org y Jimena Magrassi MARIAJI@iadb.org\]](mailto:FEDERICAG@iadb.org)

Banco Interamericano de Desarrollo

División: *PTI/TIN*

A la atención de: *Federica Gómez, Jefa de Equipo del Programa*

1300 New York Ave, NW

Washington DC 20577

Tel: *(+598) 29154330*

Correo electrónico: FEDERICAG@iadb.org

Página web: www.iadb.org

- 2.5. Por la presente, el Banco invita a las EC elegibles a indicar su interés en prestar los servicios descritos a continuación en el borrador de Términos de Referencia para realizar los servicios de consultoría. Las EC interesadas deberán proporcionar información que demuestre que poseen la experiencia necesaria y están calificadas para prestar los servicios. Para que todas las respuestas puedan evaluarse adecuadamente, las EC elegibles deben incluir en sus presentaciones la información solicitada en la siguiente sección, con explicaciones completas y claras.

Sección 3. Servicios de consultoría

- 3.1. Los servicios de consultoría incluyen Formular un Plan Nacional de Desarrollo Turístico de Uruguay con horizonte de diez años, orientado a fortalecer la competitividad del sector, promover un desarrollo sostenible y potenciar la captación de inversiones y turistas. El proceso deberá asegurar la articulación entre diagnóstico, objetivos, programas, proyectos, indicadores, mecanismos de implementación y trazar una hoja de ruta.
- 3.2. Aunque no existe un formato estándar para presentar una EOI, las EC elegibles

deberán presentar una EOI que contenga la siguiente información:

- a) Información básica: indique el nombre oficial de la EC, el nombre de la persona de contacto, la dirección de correo electrónico, los números de teléfono y la dirección de la oficina de la persona de contacto clave responsable de la EOI.
- b) Antecedentes: Incluya una descripción de la EC. La EC puede incluir folletos o documentos que proporcionen información sobre su organización, historia, misión, estructura y número de empleados.
- c) Experiencia relacionada con los servicios de consultoría solicitados: Proporcione todo tipo de pruebas que la EC considere apropiadas para demostrar su experiencia y conocimientos técnicos en la prestación de servicios similares a los descritos en el Anexo A, Términos de Referencia (por ejemplo, folletos, informes, estudios, descripción de encargos similares, referencias a casos en los que haya prestado servicios similares, experiencia en condiciones similares, disponibilidad de habilidades apropiadas entre el personal, etc.)

3.3. Presupuesto estimado: **USD 100.000 (cien mil dólares americanos)**

Anexo A. Borrador de los Términos de Referencia

Tenga en cuenta que el Banco podrá modificar los Términos de Referencia adjuntos. Se notificarán estos cambios a las EC que hayan sido preseleccionadas.

TÉRMINOS DE REFERENCIA

Plan Nacional de Desarrollo Turístico de Uruguay 2028 - 2038

Hoja de ruta y líneas de acción

1. Antecedentes y Justificación

1.1 El turismo constituye un sector estratégico para la República Oriental del Uruguay, en tanto contribuye de manera significativa a la generación de empleo, la captación de divisas y el desarrollo territorial equilibrado. Asimismo, actúa como catalizador de mejoras en servicios e infraestructura, dinamiza la vida cultural, fortalece la identidad y la autoestima colectiva, y posiciona la marca país en los mercados internacionales mediante la exportación de bienes y servicios asociados a la experiencia turística.

Desde mediados de la década de 2000, Uruguay ha experimentado transformaciones estructurales en su sistema turístico, tanto desde la perspectiva de la oferta, mediante la diversificación de productos, la incorporación de nuevas modalidades y la mejora de los estándares de calidad, como desde la demanda, la infraestructura, la formación de capital humano y la institucionalidad sectorial, entre otras dimensiones relevantes.

La planificación turística en Uruguay ha experimentado un proceso sostenido de evolución desde la recuperación democrática, pasando de un enfoque orientado al fomento y la promoción a una política pública integral, con mayor

capacidad institucional y participación de los actores territoriales. La creación del Ministerio de Turismo en 1986 constituyó un hito en la consolidación de la institucionalidad del sector, mientras que la formulación del Plan Nacional de Turismo Sostenible 2009-2020 y sus posteriores actualizaciones fortalecieron los procesos de planificación participativa y territorial. En los años posteriores, la política turística profundizó este enfoque mediante el fortalecimiento del marco normativo, la coordinación interinstitucional y la incorporación de nuevas herramientas de planificación y gestión, consolidando al turismo como una política de Estado orientada al desarrollo sostenible del país.

1.2 No obstante estos avances, el contexto actual plantea la necesidad de un salto cualitativo que permita consolidar al turismo como un pilar estratégico del desarrollo nacional, alineado con los desafíos contemporáneos de competitividad, sostenibilidad e inserción internacional.

En este sentido, el sector enfrenta desafíos estructurales asociados a la meseta en el crecimiento del número de visitantes y del gasto turístico, las brechas relativas de competitividad respecto de destinos comparables y la necesidad de diversificar y sofisticar la propuesta turística, con mayor generación de valor agregado, para captar mercado de mayor poder adquisitivo y-o mejorar las estadías promedio buscando impacto territorial sobre variables tales como el empleo y la competitividad.

A su vez, las tendencias globales del turismo, marcadas por una creciente demanda de experiencias sostenibles y auténticas, la acelerada digitalización del sector y una competencia cada vez más intensa por la atracción de inversiones, exigen una actualización integral de los instrumentos de planificación.

En este contexto, el Ministerio de Turismo se propone impulsar la formulación de un Plan Nacional de Desarrollo Turístico con horizonte 2028-2038, mediante una consultoría integral que combine el diseño de las bases conceptuales, metodológicas y operativas con la posterior formulación de un Plan.

2. Objetivos

Contratar una única firma consultora especializada para la formulación de un Plan Nacional de Desarrollo Turístico de Uruguay con horizonte 2028-2038. La contratación comprenderá, en una primera fase, el desarrollo y validación de las bases conceptuales, metodológicas, técnicas y operativas necesarias y, en una segunda fase, la elaboración integral del Plan.

2.1 Objetivo general

Formular un Plan Nacional de Desarrollo Turístico de Uruguay con horizonte de diez años, orientado a fortalecer la competitividad del sector, promover un desarrollo sostenible y potenciar la captación de inversiones y turistas. El proceso deberá asegurar la articulación entre diagnóstico, objetivos, programas, proyectos, indicadores, mecanismos de implementación y trazar una hoja de ruta.

2.2 Objetivos específicos

- **Realizar un diagnóstico integral y prospectivo del sector turístico uruguayo**, identificando fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, así como las principales brechas en materia de competitividad, sostenibilidad, infraestructura, conectividad, financiamiento, capital humano, innovación, gobernanza, promoción y atracción de inversiones
- **Analizar las tendencias nacionales e internacionales del sector turístico**, identificando nuevas demandas, cambios en los mercados emisores, oportunidades emergentes y buenas prácticas aplicables al contexto uruguayo.

- **Definir una visión estratégica de largo plazo para el desarrollo turístico de Uruguay**, estableciendo objetivos estratégicos, prioridades sectoriales y territoriales para el horizonte de diez años.
- **Identificar y priorizar productos, destinos y segmentos turísticos estratégicos**, con potencial para incrementar el gasto turístico, diversificar la oferta y promover un desarrollo territorial equilibrado.
- **Diseñar programas y proyectos prioritarios** orientados a fortalecer la competitividad, la innovación, la sostenibilidad, la calidad de los servicios, la accesibilidad y la diversificación de la oferta turística.
- **Desarrollar una estrategia de promoción, posicionamiento y atracción de inversiones**, orientada a consolidar a Uruguay como un destino turístico competitivo y sostenible en los mercados nacionales e internacionales.
- **Fortalecer los mecanismos de coordinación y gobernanza del sector**, promoviendo la articulación entre organismos públicos, gobiernos departamentales, sector privado, academia y sociedad civil.
- **Definir un marco de monitoreo y evaluación**, incluyendo indicadores de desempeño, metas y mecanismos de seguimiento para medir el avance en la implementación del Plan.
- **Elaborar una hoja de ruta para la implementación del Plan Nacional de Desarrollo Turístico**, identificando acciones prioritarias, responsables institucionales, cronograma, recursos requeridos y mecanismos de financiamiento.

3. Alcance de los Servicios

Para el cumplimiento de los objetivos, la firma consultora deberá aplicar un enfoque que combine rigurosidad técnica y aplicabilidad práctica, con una visión sistémica del turismo y una adecuada articulación entre las dimensiones económicas, territoriales, sociales, ambientales, institucionales y tecnológicas. También deberá siempre considerarse los temas de capital humano de manera transversal.

El enfoque deberá sustentarse en la revisión de antecedentes nacionales de planificación turística y de experiencias internacionales relevantes, así como en la definición de principios rectores y enfoques transversales para el futuro Plan.

Deberá considerarse el proceso de diseño de Estrategia Nacional de Desarrollo llevado adelante por la Agencia Nacional de Desarrollo y la Oficina de Planeamiento y Presupuesto, así como procesos sectoriales como el desarrollo de modelos de planificación basados en Destinos Turísticos Inteligentes, sin que eso signifique condicionamientos al desarrollo de este plan.

La metodología de planificación estratégica deberá asegurar una relación explícita entre diagnóstico, problemas y oportunidades, visión, objetivos, programas, proyectos, indicadores, responsables, fuentes de financiamiento y mecanismos de implementación.

El proceso deberá combinar análisis documental y de información disponible, entrevistas a actores clave, reuniones de trabajo y validación, coordinación permanente con la contraparte institucional y presentación y discusión de productos preliminares.

Las metodologías de diagnóstico y análisis territorial deberán definir fuentes de información, técnicas de recolección y mecanismos de validación; identificar brechas de información; y proponer una línea de base e indicadores para el seguimiento del Plan. La metodología deberá asegurar que el análisis de mercados, demanda actual y potencial, comportamiento del visitante y oportunidades de posicionamiento constituyan insumos centrales para la priorización de estrategias, programas e inversiones.

El análisis territorial deberá considerar las diferentes realidades departamentales, destinos, corredores y espacios turísticos del país, identificar potencialidades, brechas, necesidades de inversión y niveles de desarrollo turístico territorial, e incorporar las perspectivas nacional, regional y local.

La metodología de participación deberá partir de un mapa de actores públicos, privados, académicos, sociales y

territoriales, y establecer criterios transparentes de selección, representación y validación.

El marco de programas, proyectos e inversiones deberá incluir criterios para identificar, evaluar, priorizar y estructurar iniciativas, así como una metodología para estimar necesidades de inversión.

4. Actividades Clave

El plan que se desarrolle deberá incluir:

4.1 Desarrollo de herramientas e instrumentos metodológicos que deberán aplicarse en cada etapa. Orientaciones para la elaboración del diagnóstico y la identificación de problemas, oportunidades y brechas. Metodología para definir la visión, los objetivos, los ejes estratégicos y las líneas de acción.

- **Actividad 4.1.1. Revisión documental y recopilación de información existente.** Para ello la firma deberá: revisar estudios, planes y estrategias vigentes, Analizar estadísticas nacionales e internacionales, Sistematizar información de organismos públicos y privados e Identificar información faltante y necesidades de actualización.
- **Actividad 4.1.2. Caracterización de la oferta turística nacional.** Tiene por objeto evaluar la estructura y distribución territorial de la oferta turística. Para ello se deberá identificar y mapear productos turísticos existentes actuales y potenciales, y su demanda actual y potencial, Analizar capacidad de alojamiento y servicios turísticos anexos actuales y potenciales, infraestructura de apoyo al turismo de carácter habilitante y específica, caracterizar los principales destinos turísticos del país actuales y potenciales y producir un mapa nacional de oferta turística y análisis territorial para distintos mercados. El tema de calidad de los servicios debe ser especialmente tenido en cuenta así como la caracterización de las capacidades institucionales tanto públicas como privadas, la formación humana y la formación de capital. También se deberá analizar el conjunto de empresas que componen el sector: tamaño, subsectores en los que se desempeñan, fortalezas y limitaciones que enfrentan.
- **Actividad 4.1.3. Demanda.** Tiene por objeto comprender el comportamiento de los mercados actuales y potenciales. Para ello se deberá Analizar turismo receptivo, emisor e interno, Identificar principales mercados emisores, Analizar perfiles de visitantes y patrones de consumo, Evaluar estacionalidad y distribución territorial de la demanda. Se deberá poner también énfasis en tendencias mundiales, posibilidad de captar parte de la demanda internacional y el peso relativo de Uruguay en el turismo receptivo internacional actual y potencial.
- **Actividad 4.1.4. Evaluación de la competitividad turística.** Se deberán identificar las fortalezas y limitaciones del sector. Para ello se analizará la competitividad de destinos y productos turísticos, utilizando alguna metodología que permita luego comparaciones internacionales, Comparar desempeño con países competidores en productos y destinos, Evaluar posicionamiento internacional de Uruguay e Identificar factores que limitan el crecimiento del sector (conectividad, lejanía, complementariedad de productos, acceso a financiamiento, entre otros). Análisis sobre la rentabilidad empresarial del sector y su comparación con el resto de la economía.
- **Actividad 4.1.5. Evaluación de infraestructura y conectividad.** Se deberán Identificar brechas que afectan el desarrollo turístico en particular analizar conectividad aérea, terrestre y marítima, evaluar infraestructura turística estratégica, analizar accesibilidad física y digital, identificar necesidades de inversión prioritarias. Deberá tenerse en cuenta no solo la existencia sino también su calidad.
- **Actividad 4.1.6. Análisis del marco institucional y gobernanza.** Se deberá realizar un análisis de las capacidades institucionales actuales para implementar la estrategia. En particular se revisará la estructura del MINTUR, y su posicionamiento en la institucionalidad nacional, estructura de gobiernos departamentales y

asociaciones del sector privado identificando oportunidades y áreas de mejora. El benchmarking internacional para el instrumento es de vital importancia.

- **Actividad 4.1.7. Evaluación de sostenibilidad y resiliencia.** Deberán evaluarse e identificarse riesgos y oportunidades para un desarrollo turístico sostenible. Entre otros se deberá evaluar la vulnerabilidad climática de destinos turísticos, analizar gestión ambiental y conservación patrimonial, identificar oportunidades para turismo sostenible y aspectos de inclusión social y desarrollo territorial, incorporando el enfoque regenerativo. Esto último es de vital importancia para evitar replicar modelos de desarrollo turístico con poco derrame sobre las economías locales.
- **Actividad 4.1.8. Conclusiones del diagnóstico en términos de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.** Identificar oportunidades de crecimiento, desafíos estratégicos y oportunidades de crecimiento.

4. 2. Identificación de tendencias. Se llevarán a cabo las siguientes actividades:

- **Actividad 4.2.1. Identificar tendencias globales del turismo.** Desarrollar los análisis, consultas y propuestas técnicas necesarias para la formulación del Plan Nacional de Desarrollo Turístico. Demanda actual y potencial de productos turísticos-destinos de Uruguay.
- **Actividad 4.2.2. Benchmarking internacional con particular énfasis en la aplicabilidad a la realidad de Uruguay.** Desarrollar los análisis, consultas y propuestas técnicas necesarias para la formulación del Plan Nacional de Desarrollo Turístico.
- **Actividad 4.2.3. Identificar oportunidades emergentes.** Desarrollar análisis, consultas y propuestas técnicas necesarias para la formulación del PNDT.

4.3. Formulación de visión estratégica. Se desarrollarán análisis, consultas con actores claves públicos y privados y se definirán los objetivos estratégicos. Esta visión deberá estar validada por los actores e involucrados en el desarrollo del sector.

4.4. Priorización de productos, destinos y segmentos estratégicos. Se buscará identificar productos turísticos prioritarios en función de la visión acordada. Para ello se utilizarán criterios objetivos de priorización.

4.5. Identificación de programas y proyectos prioritarios para fortalecer la competitividad del sector. La identificación se realizará en base a criterios objetivos que permitan el desarrollo de la competitividad del sector.

4.6. Desarrollar estrategias de promoción, posicionamiento y atracción de inversiones. Las estrategias deberán considerar segmentación por productos y destinos. También se espera que se desarrolle una estrategia de atracción de inversiones consistente con la visión e incremento de competitividad del sector que se incluya en la hoja de ruta de corto plazo.

4.7. Plantear estrategias de promoción y comercialización turística. Deberán pensarse de manera innovadora acciones destinadas a la promoción de productos turísticos actuales y potenciales del Uruguay. Deberá tenerse en cuenta la segmentación del mercado, el tipo de turismo que se pretende atraer, la complementariedad entre productos entre otras variables, así como el Plan de Marketing 2026-2030 que el Ministerio de Turismo está desarrollando.

4.8. Proponer esquema de gobernanza y coordinación institucional. Se espera que la consultora realice una propuesta de gobernanza y coordinación institucional que tenga en cuenta aspectos de sostenibilidad social, territorial y económica. Especial énfasis deberá darse a los aspectos de promoción de inversiones y de promoción turística.

4.9. Elaboración de sistema de monitoreo y evaluación del Plan. Se deberán elaborar indicadores que permitan dar un seguimiento a la implementación de acciones que el Plan pretende en al menos los siguientes ejes: Jerarquización de la oferta (Productos y destinos), Promoción y posicionamiento (mercado nacional, regional e internacional) y Gobernanza y coordinación.

4.10. Diseño de hoja de ruta. La consultora deberá elaborar una hoja de ruta para la implementación del plan que tenga en cuenta acciones de corto, mediano y largo plazo.

5. Resultados y Productos Esperados

El resultado esperado de la consultoría es la formulación del **Plan Nacional de Desarrollo Turístico de Uruguay 2028-2038**, con sus ejes y áreas claves.

La firma consultora deberá presentar: (i) un Plan de trabajo que incluya un cronograma para la realización de las actividades del proyecto; (ii) un documento con Diagnósticos y Visión estratégica y (iii) Documento final con el Plan Nacional de Desarrollo Turístico 2028 - 2038.

6. Calendario del Proyecto e Hitos

El plazo máximo de ejecución de la consultoría será de 270 días corridos.

Producto

Plazo desde firma

Formulación del Plan Nacional 2028-2038

Entregable 1 – Plan de Trabajo	20 días
Entregable 2 - Diagnósticos y Visión estratégica	80 días corridos
Entregable 3- Plan Nacional de Desarrollo Turístico	270 días corridos

7. Requisitos de los Informes

Los productos deberán ser entregados en versión editable y PDF, junto con las bases de datos, instrumentos, matrices y anexos correspondientes.

La propuesta podrá incorporar actividades adicionales que contribuyan al cumplimiento de los objetivos, siempre que se encuentren debidamente justificadas y no alteren el objeto integral de la contratación.

8. Requisitos de la Empresa Consultora y Equipo Clave

La empresa consultora deberá acreditar experiencia pertinente y suficiente para el cumplimiento del objeto de la contratación. Se valorará especialmente:

- Experiencia en diseño y formulación de planes estratégicos de turismo a nivel nacional, regional y de destino.
- Trayectoria en desarrollo territorial y/o formulación de políticas públicas
- Experiencia en elaboración de diagnósticos turísticos, análisis de competitividad, inteligencia de mercado y prospectiva sectorial

- Conocimiento del sector turístico uruguayo y de su institucionalidad (interno o externo).
- Trayectoria en procesos participativos de planificación y articulación interinstitucional (gobiernos nacionales, subnacionales, sector privado, academia, sociedad civil). Diseños de gobernanza turística.
- Experiencia en análisis de inversiones, programas o proyectos de desarrollo.
- Formulación de hojas de ruta, planes de acción, sistemas de monitoreo e indicadores para el sector turismo.
- Capacidad de incorporar enfoques de sostenibilidad ambiental, resiliencia climática, inclusión social y género en políticas y planes turísticos.
- Integración de innovación, transformación digital e inteligencia de datos en la planificación turística.
- Experiencia de trabajo en América Latina y el Caribe, preferentemente con organismos multilaterales, gobiernos nacionales o entidades de desarrollo y promoción turística.

Experiencia relevante adicional

- Al menos 5 proyectos de planificación estratégica turística ejecutados en los últimos 10 años.
- Al menos 2 planes nacionales o regionales de turismo elaborados o actualizados.
- Experiencia en al menos 3 países o jurisdicciones diferentes.
- Evidencia de implementación de metodologías participativas y mecanismos de validación con actores relevantes.

Equipo clave

Director/a del proyecto

Maestría en turismo, economía, políticas públicas, desarrollo territorial o áreas afines. Mínimo 10 años de experiencia profesional. Experiencia liderando procesos de planificación estratégica turística y coordinación de equipos multidisciplinarios.

Especialista en planificación turística

Experiencia en formulación de planes maestros, planes estratégicos o políticas turísticas. Conocimiento de buenas prácticas internacionales y tendencias globales del sector.

Especialista en análisis económico y competitividad del sector

Experiencia en demanda turística, cadenas de valor, atracción de inversiones, análisis de mercados y evaluación económica. Capacidad para desarrollar escenarios y priorizar líneas estratégicas.

Especialista en inteligencia turística y datos

Antecedentes en el trabajo con indicadores, observatorios turísticos, sistemas de monitoreo y análisis estadístico. Conocimiento de metodologías de medición turística y cuadros de mando.

Especialista en sostenibilidad y resiliencia

Conocimiento especializado en sostenibilidad ambiental, adaptación climática, gestión de riesgos y turismo responsable.

Especialista en gobernanza y participación

Historial comprobable en facilitación de procesos participativos, concertación público-privada y fortalecimiento institucional.

La firma deberá demostrar trayectoria en la incorporación de mejores prácticas internacionales y benchmarking comparado en planificación turística, incluyendo el análisis de modelos exitosos implementados en diferentes regiones del mundo y su adaptación al contexto local.

9. Otros Requisitos

Toda la información y documentación proporcionada por el Ministerio o generada en el marco de la consultoría deberá ser tratada con carácter confidencial cuando corresponda y utilizada exclusivamente para el cumplimiento del contrato.

Los productos, bases de datos, instrumentos, matrices y demás materiales elaborados serán propiedad del Ministerio de Turismo, sin perjuicio del reconocimiento de la autoría técnica que corresponda. No podrán ser difundidos o utilizados para otros fines sin autorización previa y escrita del Ministerio.

La empresa adjudicataria deberá declarar cualquier situación que pueda configurar un conflicto de interés. Asimismo, la empresa, las entidades vinculadas y las personas que integren el equipo de esta consultoría no podrán participar, asesorar ni integrar ofertas en el futuro procedimiento para la elaboración del Plan Nacional de Desarrollo Turístico, salvo decisión expresa y jurídicamente fundada del Ministerio de Turismo.

10. Supervisión e Informes

La supervisión directa y la aprobación de los productos de esta consultoría estará a cargo de los especialistas en turismo del Banco asignados a CUR: Federica Gomez Decker (federicag@iadb.org) y Claudina González (claudinag@iadb.org), que trabajarán en forma conjunta con la Dirección Nacional de Turismo de Uruguay.

Todos los productos, incluidos, pero no limitados a informes, análisis, estudios, herramientas, metodologías, documentos y cualquier otro material creado, desarrollado o entregado en el marco de esta consultoría, serán propiedad exclusiva del Banco Interamericano de Desarrollo (BID). El BID tendrá la propiedad exclusiva de los derechos de propiedad intelectual de todos los productos preparados y entregados bajo esta consultoría. El Consultor o las Firms Consultoras se comprometen a no utilizar, reproducir, distribuir o divulgar los productos sin la autorización previa y por escrito del BID.

11. Calendario de Pagos

- a. Las condiciones de pago se basarán en los hitos o entregables del proyecto. El Banco no espera hacer pagos por adelantado en virtud de contratos de consultoría a menos que se requiera una cantidad significativa de viajes. El Banco desea recibir la propuesta de costos más competitiva para los servicios descritos en el presente documento.
- b. La Tasa de Cambios Oficial del BID indicada en el SDP se aplicará para las conversiones necesarias de los pagos en moneda local.

Plan de Pagos	
<i>Entregables</i>	%
1. Plan de Trabajo	15 %
2. Diagnósticos y Visión estratégica	25 %
3. Plan Nacional de Desarrollo Turístico	60 %
TOTAL	100%