

**“Estudio sobre las Condiciones de
Competencia en el Mercado de Hoteles de Playa en
El Salvador”.**

Departamentos de La Libertad y San Miguel.

Términos de referencia


V.B.



Intendencia Económica

Marzo 2020

Índice

I.	Introducción y antecedentes	4
II.	Base legal.....	6
III.	Importancia del turismo y la actividad de los hoteles en El Salvador	7
IV.	Justificación del estudio.....	12
V.	Objetivos	14
a)	Objetivo contractual.....	14
b)	Objetivo general del estudio	14
c)	Objetivos específicos	14
VI.	Equipo contraparte del consultor.....	15
VII.	Metodología a emplear	16
VIII.	Productos esperados y forma de entrega	18
A.	Producto 1: Metodología de investigación, plan de trabajo y calendario	18
B.	Producto 2: Informe preliminar.....	19
C.	Producto 3: Informe Final.....	20
IX.	Obligaciones y responsabilidades del consultor.....	22
X.	Tiempo de ejecución.....	22
XI.	Presentación de los resultados de los informes	23
XII.	Derechos de propiedad intelectual.....	24
XIII.	Confidencialidad e información reservada	24
XIV.	Financiamiento, forma y condiciones de pago	25
XV.	Oferta técnica y económica.....	25
XVI.	Consultas y/o Aclaraciones.....	27
XVII.	Impedidos para ofertar.....	28
XVIII.	Idioma de la oferta.....	29
XIX.	Recepción de ofertas	30
XX.	Condiciones de presentación de oferta	30
A.	Condiciones generales.....	30
B.	Condiciones de presentación de la oferta técnica para el caso de residentes (Contenido del sobre 1: Oferta técnica).....	31
C.	Condiciones de presentación de la oferta técnica para el caso de consultores no residentes (Contenido del Archivo "A" oferta técnica).....	33

D.	Contenido de la oferta económica (sobre "2" o archivo "B")	35
XXIII.	Evaluación de ofertas	35
A.	Evaluación técnica	36
B.	Evaluación económica	39
XXIV.	Adjudicación del contrato	40
A.	Adjudicación.....	40
B.	Citación para firma de contrato	40
C.	Suscripción del contrato	41
D.	Garantía a presentar	41
E.	Forma y trámite de pago	42
F.	Forma de extinción del contrato	43
G.	Vicios o deficiencias	43
XXV.	Coordinación y supervisión	44
XXVI.	Declaración de proceso de libre gestión como no adjudicado	44



I. Introducción y antecedentes

1. La Organización Mundial de Turismo (OMT) estima que las llegadas de turistas internacionales en todo el mundo (visitantes que pernoctan) aumentaron en un 6% en el 2018, alcanzando los 1.400 millones, claramente por encima del crecimiento del 3.7% de la economía mundial¹. La evolución del turismo en los últimos años confirma que esta actividad económica se constituye en uno de los motores más relevantes en términos de contribución al crecimiento y desarrollo económico a nivel global.
2. En El Salvador, se estima que los ingresos aportados por los turistas que visitaron el país durante el año 2019 ascendieron a \$1,777 millones, monto que supera en 16% a lo registrado en 2018. Entre 2018 y 2019 el número de turistas que visitó El Salvador aumentó un 4%, de 2.5 a 2.6 millones².
3. Con la dinamización del turismo se desarrollan una serie de actividades económicas relacionadas a la cadena de valor de este importante sector de la economía. Muchas de estas actividades económicas asociadas al emprendedurismo de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES).
4. Dos de las actividades en mayor medida beneficiadas con la expansión del turismo en El Salvador son las de restaurantes y hoteles. Además, el auge turístico implica la necesidad de inversión en una serie de servicios indispensables para su desarrollo, como agua potable, saneamiento ambiental, transporte, infraestructura de acceso, electrificación, telecomunicaciones, salud, etc.
5. Según datos del Banco Central de Reserva (BCR) durante el período 2010-2016, el valor agregado correspondiente al alojamiento registró un crecimiento anual promedio del 5.4%, alcanzando los US\$71.5 millones. Estos datos nos indican lo importante de esta actividad en relación a los beneficios económicos y sociales que genera el dinamismo del turismo.

¹ Corporación salvadoreña de Turismo (CORSATUR). Informe Estadístico. Enero-diciembre 2018.

² https://www.centralamericadata.com/es/article/home/Turismo_Ingresos_crecieron_16%_en_2019.

6. En este marco, el gobierno de la República del período 2019-2024 plantea posicionar a El Salvador como destino turístico, priorizando la franja costero marina como polo de desarrollo a través de la implementación del proyecto Surf City³.
7. Este proyecto, considerado como emblemático, será ejecutado en las principales playas de los departamentos de Ahuachapán, Sonsonate, La Libertad, La Paz, San Miguel, Usulután y La Unión. No obstante, la mayor concentración estará ubicada en la franja costera marina denominada "Zona Turística de Interés Nacional Surf City, La Libertad", la cual tiene el objetivo de dinamizar este corredor turístico.
8. El corredor incluye un área de 21 kilómetros de playa, desde el Parque Walter Thilo Deininger hasta Playa El Zonte, donde se sitúan más de 250 negocios turísticos dedicados a las actividades de alimentación, alojamiento, recreación, información y transporte, dedicados a captar y satisfacer las necesidades que el turista demanda en la zona⁴.
9. Con este proyecto, la zona tiene un reconocimiento del Estado, lo cual implica focalizar esfuerzos públicos y privados en el área de capacitaciones técnicas, promoción turística, atracción de inversión, gobernanza y gestión del destino. La zona declarada posee la capacidad para alojar a 3,612 turistas en un total de 887 habitaciones, así como atender a 22,247 clientes en 159 restaurantes⁵.
10. Dado este plan de desarrollo, surge la necesidad de que el Estado cumpla con sus competencias de vigilancia y analice el desempeño de los diferentes mercados relacionados.
11. El estudio que se plantea en estos Términos de Referencia (TDR's) pretende evaluar el nivel de competencia que existe en el mercado de hoteles de playa en nuestro país, teniendo como referencia e potencial que representa para la franja costera marina la implementación del proyecto Surf City.

³ <https://corsatur.gob.sv/2019/09/06/el-salvador-declara-21-kilometros-de-playa-como-zona-turistica-de-interes-nacional/>

⁴ Ibid.

⁵ Ibid.



12. En ese contexto, es importante desarrollar un análisis de competencia de los servicios de los hoteles incluidos en tal proyecto. Sus conclusiones y recomendaciones se enmarcarán en contribuir a evaluar la eficiencia en el mercado y aumentar el bienestar del consumidor.

II. Base legal

13. La Ley de Competencia (LC) fue aprobada por medio del Decreto Legislativo número 528, emitido el día veintiséis de noviembre del año dos mil cuatro, publicado en el Diario Oficial Número 240 Tomo 365 del día veintitrés de diciembre del mismo año y entró en vigencia el 1 de enero de 2006.
14. Su objeto es el de “promover, proteger y garantizar la competencia, mediante la prevención y eliminación de prácticas anticompetitivas que, manifestadas bajo cualquier forma limiten o restrinjan la competencia o impidan el acceso al mercado a cualquier agente económico, a efecto de incrementar la eficiencia económica y el bienestar de los consumidores” (artículo 1, inciso 1, LC).
15. Para el ejercicio de las atribuciones y deberes que se estipulan en la LC, la SC está facultada para realizar análisis técnicos, jurídicos y económicos que deberán complementarse con estudios de apoyo y demás pertinentes para efectuar todas esas actividades en forma óptima (artículo 4, LC).
16. En ese sentido, la LC estipula, en su artículo 13 literal c), como una de las atribuciones del Superintendente: “Ordenar y contratar en forma periódica la realización de estudios de mercado y consultorías específicas sobre aspectos técnicos que sean necesarios para cumplir con el objetivo de la presente Ley; los resultados de los referidos estudios, podrán publicarse”.
17. Estos estudios son parte de la supervisión continua del desempeño de los diversos sectores de la economía que realiza la SC para el desarrollo efectivo de sus funciones. Su fin es el de “conocer y evaluar su composición, tamaño, participantes, regulaciones y otros aspectos relevantes, a fin de establecer su incidencia en el nivel de competencia, que permita diagnosticar y proponer las

medidas necesarias para fortalecer y mejorar las condiciones de competencia en los mismos” (artículo 7, Reglamento de la LC).

III. Importancia del turismo y la actividad de los hoteles en El Salvador ⁶

18. El turismo constituye una actividad, que, por su propia naturaleza, redistribuye recursos provenientes del exterior y las grandes ciudades a las economías regionales y locales. La actividad juega un papel fundamental en términos de la disminución de la pobreza, por su alto potencial de generación de empleos e ingresos a la población localizada en las zonas de afluencia turística.
19. En cuanto al número de visitantes, durante el período 2009-2018 se incrementó en un 66.7%, de 1.5 a 2.5 millones, que incluye a los turistas y excursionistas ⁷. Por su parte, los turistas aumentaron en un 53.9% y los segundos un 120% (gráfico 1). Para el 2018, los visitantes se dividen en un 66.1% de turistas y el 33.9% de excursionistas.
20. Sobre los ingresos que genera el turismo, es notorio su incremento acelerado durante la última década ⁸. Estos ingresos se han convertido en recursos importantes para la dinamización de las economías locales a través de la expansión de pequeñas y medianas empresas vinculadas a los sectores de transporte, artesanías, alojamiento, gastronomía etc.

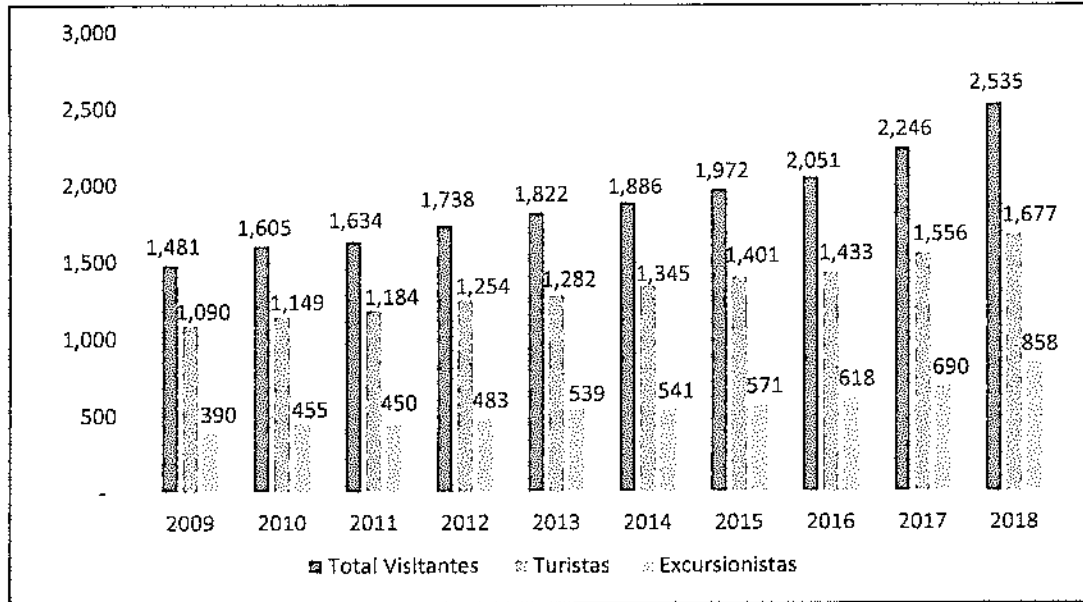
⁶ Al no contarse con estadísticas sobre el aporte de la actividad hotelera en la economía, se incorporan datos que indican la relevancia del sector turismo, por tener una relación estrecha con aquella actividad, siendo uno de los principales oferentes del turismo.

⁷ Se define como **Visitante**: Toda persona que viaja por un período no superior a 12 meses a un país distinto de aquel en que tiene su residencia habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad remunerada en el país visitado. Como **Turista Internacional**: Es un visitante extranjero que permanece al menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado en un lugar visitado. **Excursionista**: Es el visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado. Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), Boletín de Estadísticas de Turismo 2017, pág. 9.

⁸ Los ingresos que genera el turismo incluyen a todas aquellas actividades económicas que componen la cadena de valor del sector, por ejemplo; alimentación, alojamiento, transporte, artesanías, servicios de comunicación, etc.



Gráfico 1
Número de visitantes a El Salvador por motivos de turismo
Miles de personas. 2009 – 2018



Fuente: Elaboración propia en base a datos de CORSATUR.

21. Durante el período 2009-2019, los ingresos provenientes del turismo mostraron un crecimiento del 244% y este monto, en términos de ingresos por servicios prestados, solo es superado por los provenientes de las remesas que envían los salvadoreños residentes en el exterior (gráfico 2). Estas cifras ponen de manifiesto la rápida expansión que ha tenido el turismo y su importancia para la economía, especialmente, para las regiones cercanas a sitios turísticos mediante la generación de empleo e ingresos.

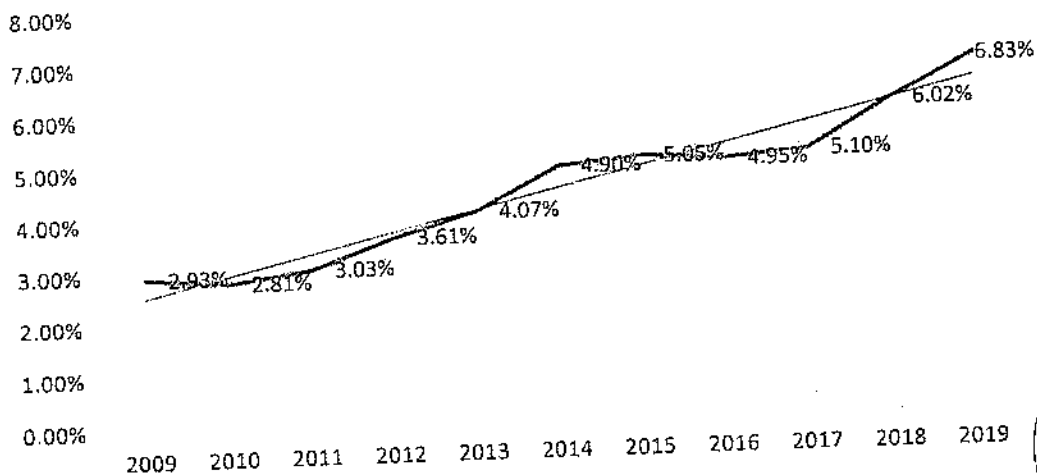
Gráfico 2
Ingresos provenientes del turismo
Miles de US\$. 2009-2019



Fuente: Elaboración propia en base a datos de CORSATUR.

22. La participación de los ingresos que genera el turismo en el Producto Interno Bruto (PIB) ha tendido a incrementarse durante la pasada década. En 2009 era de 2.9%, mientras que para el año 2019 se ubicó cerca del 7%, lo que representó una variación del 133% en 10 años (gráfico 3).

Gráfico 3
Participación de los ingresos provenientes del turismo en el PIB
En porcentajes. 2009-2019.

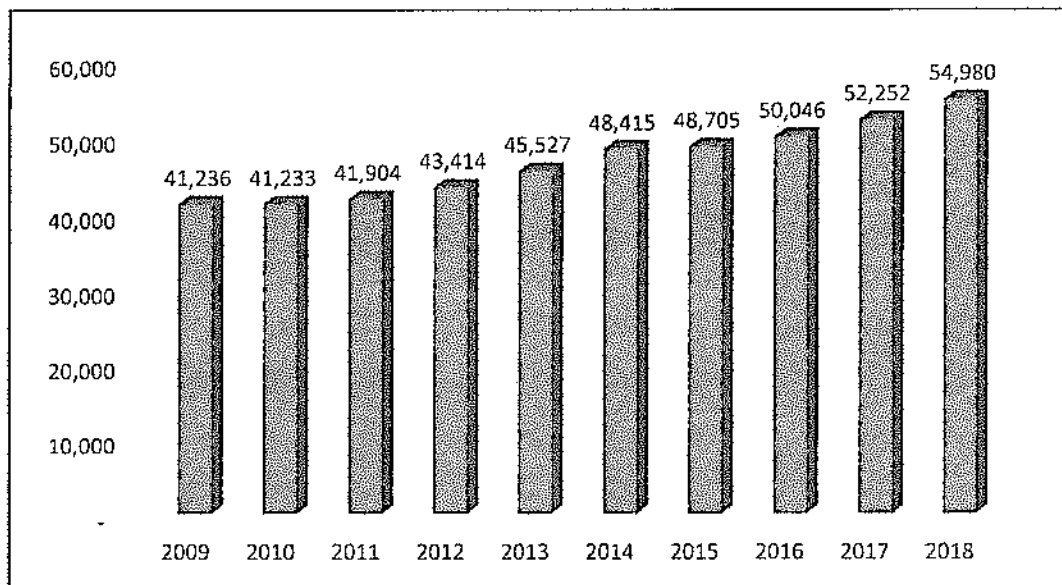


Fuente: Elaboración propia en base en datos de CORSATUR.



23. Por su parte, el empleo directo generado por el turismo durante el período 2009/2018 aumentó un 33.3%, de 41,236 a 54,980 (gráfico 4). Es importante tener presente que cada empleo directo que se genera en el turismo equivale a 5 indirectos, lo que significa que para el 2018 se crearon 274,900 indirectos, siendo uno de los mercados más importantes de la economía en términos del aporte de empleos.

Gráfico 4
Número de empleos directos generados por el turismo
2009-2018



Fuente: Elaboración propia con base en datos de CORSATUR.

24. La franja costera marina cuenta con un nivel base de inversiones, especialmente, en el área de infraestructura vial y de alojamientos (hoteles). Estas inversiones constituyen una plataforma importante para el surgimiento de nuevos emprendimientos relacionados con el turismo de playa en la zona costera donde se desarrollará el Proyecto Surf City.
25. En los ocho departamentos costeros que incluye la franja del proyecto se identifica un total de 71 hoteles de playa, de los cuales, 42 se identifican con el criterio de clasificación según la cantidad de estrellas ⁹. Se observan hoteles de una hasta cinco estrellas, lo que significa que

⁹ El número de estrellas no refleja necesariamente todas las comodidades o servicios que están disponibles en un hotel o en cada una de las habitaciones en un hotel con determinada clasificación. **Una Estrella (Económico)**: se relaciona con un

cumplen con estándares de servicio ya sea básicos o hasta superiores de calidad. Los precios de los hoteles tienen un rango amplio, en general desde los US\$8.73 hasta los US\$440.0 por noche (cuadro 1).¹⁰

Cuadro 1
Disponibilidad de hoteles en la zona de incidencia del Proyecto Surf City
2020

Departamento	Número de playas	Número de hoteles de playa	Hoteles con estrellas	Precio promedio	Precio máximo	Precio mínimo
Ahuachapán	10	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Sonsonate	8	4	3	\$170.86	\$324.67	\$64.00
La Libertad	19	43	22	\$128.23	\$440.00	\$8.73
La paz	8	8	6	\$153.74	\$210.00	\$96.00
San Vicente	1	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Usulután	4	2	2	\$150.38	\$150.38	\$150.38
San Miguel	3	11	6	\$115.97	\$416.33	\$60.00
La Unión	14	3	3	\$153.00	\$153.00	\$153.00
Total	67	71	42			

Fuente: Elaboración propia con base en información de MITUR, Defensoría del Consumidor y buscadores de hoteles Tripadvisor (2020), Booking (2020), Trivago (2020) y Expedia (2020).

26. El departamento que cuenta con la mayor disponibilidad de hoteles de playa es La Libertad, con un total de 43, le sigue San Miguel con 11 y la Paz con 8. En el caso particular de Ahuachapán, a pesar de que cuenta con 10 playas en su costa, no dispone de hoteles, lo que representa una zona con potencial para el desarrollo hotelero.
27. A nivel departamental, incluyendo todo tipo de hoteles, el porcentaje de ocupación que se registra es baja, a excepción de los niveles observados en La Libertad, Sonsonate y San Salvador, que superan el 50% de ocupación (gráfico 5).

alojamiento limpio, básico, con pocas o ninguna instalación. Es ideal para el viajero con poco presupuesto, donde el precio es la principal preocupación.

Dos Estrellas (Valor): Alojamiento limpio y básico. Estos pueden tener o no un centro de negocios o acceso a internet, pero por lo general no tienen salas de reuniones, botones, gimnasio o instalaciones recreativas. Es ideal para viajeros de negocios o exploradores; donde el costo es un factor, pero si se desean servicios básicos.

Tres Estrellas (Calidad): Pone mayor énfasis en la comodidad, estilo y servicio personalizado. A menudo tienen un restaurante en el hotel, alberca, gimnasio, una tienda de conveniencia y botones. Es ideal para viajeros de negocios o de placer en busca de un poco más que los servicios básicos.

Cuatro Estrellas (Superior): Ofrece más de un restaurante, bar y servicio a cuartos con horario prolongado. Los servicios disponibles pueden incluir botones, conserje y servicio de valet parking. Es ideal para viajeros que buscan más servicios y amenidades y un mayor nivel de confort.

Cinco Estrellas (Excepcional): Orientado al servicio y brinda altos estándares de comodidad y calidad. Cuenta con más de un restaurante, a menudo incluyendo una opción de restaurante gourmet, así como un bar o sala de estar y servicio a cuartos las 24 horas. Es ideal para los viajeros exigentes que buscan un servicio personalizado, instalaciones de alta calidad y una variedad de servicios e instalaciones en el lugar. <https://www.pricetravel.com.mx/info/atributos/categoria>.

¹⁰ Información obtenida de buscadores de hoteles Tripadvisor (2020), Booking (2020), Trivago (2020) y Expedia (2020).

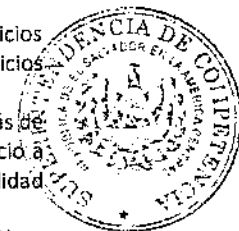
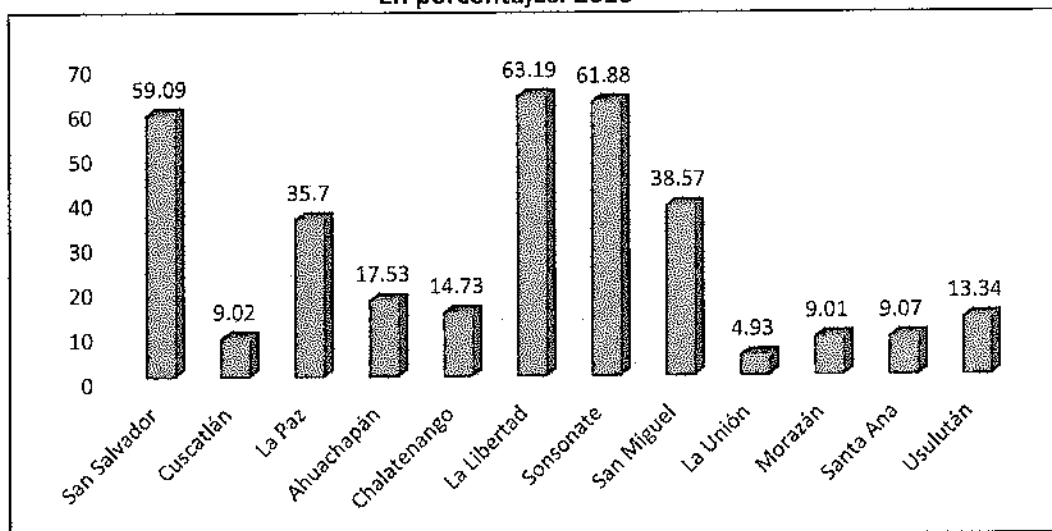


Gráfico 5
Nivel de ocupación hotelera por departamento
En porcentajes. 2018



Fuente: Elaboración propia con base en datos de CORSATUR.

28. El resto de los hoteles se encuentran muy por debajo de ese porcentaje; por, ejemplo, en los departamentos como Chalatenango y Morazán, a pesar de ser considerados con mucha actividad turística local, se observan muy bajos niveles de ocupación ¹¹.
29. La expansión que está observando el sector hotelero en la zona costera del país requiere del conocimiento público de estadísticas que reflejen la oferta y demanda de servicios, y reglas claras, con el objetivo de diseñar políticas públicas en general que incentiven el crecimiento del sector y especialmente las que persigan el logro de una mayor eficiencia en el mercado.

IV. Justificación del estudio

30. Algunos datos sobre precios como los presentados en el cuadro 1 muestran los altos cobros que realizan algunos hoteles (US\$440 por noche) sobre todo los ubicados en la zona de La Libertad, localidad donde se concentra el mayor número de hoteles de playa.

¹¹ Cabañas y San Vicente no reportan cantidad de hoteles.

31. El desarrollo del Proyecto Surf City motivará la atracción de nuevas inversiones, especialmente, en los hoteles de playa. Esta situación demandará de las instituciones del Estado ya sea reguladoras o que vigilan los mercados, a un mayor accionar sobre el sector acorde con sus facultades, incluyendo a la Superintendencia de Competencia.
32. Es importante considerar que el nivel de competencia o rivalidad en este mercado no ha sido conocido o estudiado previamente, por tanto, en un ambiente propicio para el desarrollo económico y social mediante la implementación del Plan Despegue Económico, resulta estratégico diagnosticar, con un propósito preventivo, si existen restricciones en el mercado de hoteles de playa debido a una posible falta de competencia.
33. Por tanto, considerando la importancia que tiene el turismo de playa y concretamente el sector de alojamiento en la generación de empleo, así como por su nivel de encadenamientos productivos con otros sectores de la economía, resulta necesario analizar la competencia en el mercado, partiendo del levantamiento de información de las características de la oferta y demanda del mercado de hoteles de la franja costera marina circunscrita a los Departamentos de La Libertad y de San Miguel.
34. Existe la percepción de altas tarifas en hoteles grandes y la existencia de asimetrías de información que desfavorece a los consumidores. Además, una característica de este mercado es la existencia de una oferta y demanda particular para distintos segmentos de mercado, lo cual indica la potencialidad de analizar los mercados diferenciándolos acorde a sus características en términos de precios, servicios brindados y preferencias de sus demandantes.
35. Los factores anteriores exigen la elaboración de un estudio de competencia en el mercado de hoteles situados en la franja costero marina de los departamentos de La Libertad y San Miguel. El estudio describirá las características de la oferta de hoteles y sus servicios, el perfil de los demandantes, las posibles distorsiones en este mercado, tales como la existencia de barreras a la entrada (incluyendo su normativa relacionada), el poder de mercado o posición de dominio de competidores, el nivel de transparencia, y los posibles riesgos de cometimiento de prácticas anticompetitivas.



36. De los resultados de esos análisis, surgirán recomendaciones de medidas de política pública, incluyendo normativa, a fin de incentivar a una mayor eficiencia o transparencia en los servicios ofrecidos por los hoteles de playa, promover su rivalidad, y de esta manera generar un mayor bienestar para el consumidor.

V. Objetivos

a) Objetivo contractual

37. Definir y acordar los términos para la prestación de servicios especializados de consultoría para la elaboración del “Estudio sobre las Condiciones de Competencia en el Mercado de Hoteles de Playa en El Salvador”.

b) Objetivo general del estudio

38. Evaluar las condiciones de competencia en el mercado de hoteles de playa, con el fin de conocer el nivel de rivalidad que existe entre los oferentes y sus efectos, la idoneidad de la normativa existente, las barreras de entrada, la existencia de posición de dominio, poder de mercado u otro tipo de riesgos para la competencia y, en ese marco, promover medidas de política pública que propicien una mejora en la eficiencia del mercado y el bienestar de los consumidores.

c) Objetivos específicos

- i) Caracterizar la oferta y demanda del mercado de hoteles de playa, incluyendo los servicios ofrecidos y los diferentes perfiles de demandantes, identificando las especificidades en términos de estructura y dinámica competitiva del mismo.
- ii) Analizar la existencia de restricciones competitivas en el mercado, mediante la evaluación de barreras de entrada, niveles de integración (horizontal y vertical), niveles de concentración, existencia de posición dominante o poder de mercado, y riesgos para el cometimiento de prácticas anticompetitivas.
- iii) Analizar los determinantes de la formación de precios de la oferta de hoteles de playa, y el nivel de transparencia del mercado.

- iv) Formular recomendaciones de política pública, incluyendo normativa relacionada al mercado, tendientes a mejorar su eficiencia y el bienestar de los consumidores.

VI. Equipo contraparte del consultor

- 39. El equipo contraparte estará conformado por personal de la Intendencia Económica, en adelante IE, dependencia interna de la SC, que será responsable de las siguientes actividades:
 - a. Apoyar al consultor en el logro de los objetivos perseguidos con el Estudio.
 - b. Apoyar al consultor con la gestión de los requerimientos de información que servirán de insumos para la elaboración del estudio.
 - c. Apoyar en la organización y acompañamiento del consultor en las misiones a desarrollar.
 - d. Evaluar los informes elaborados y realizar la retroalimentación que corresponda con el consultor, a fin de verificar el cumplimiento de las condiciones contractuales, los elementos de contenido requeridos para garantizar la calidad de los informes, y en general, su entrega satisfactoria.
 - e. De acuerdo con las indicaciones de las autoridades superiores de la Superintendencia, procurar la promoción y divulgación de los resultados del Estudio, incluyendo, de considerarse necesario, la edición del informe final de la consultoría para su circulación pública.
- 40. Durante el desarrollo de la consultoría, la Superintendencia se comunicará con el consultor, o en su defecto, con el equipo de consultores a cargo del Estudio en relación con las tareas relacionadas con la contraparte técnica, a través de la IE.
- 41. El consultor mantendrá contacto permanente con la IE, ya sea mediante reuniones presenciales, llamadas telefónicas, sistemas de mensajería electrónicos, conferencias en línea o a través



cualquier medio que asegure una comunicación adecuada y segura, según se considere necesario.

VII. Metodología a emplear

42. Para el presente estudio se propone efectuar una investigación que incluya información de base de tipo cualitativo y cuantitativo.
43. Adicionalmente, se solicitará información complementaria acorde con los objetivos de la investigación mediante requerimientos de información por escrito a los agentes económicos, instituciones gubernamentales como el MITUR, CORSATUR, organismos de cooperación internacional involucrados y otros interesados en el mercado que se consideren pertinentes. El consultor propondrá los instrumentos de investigación necesarios para cumplir con los objetivos planteados en estos TDR's.
44. En lo pertinente, el consultor deberá sustentar el desarrollo del Estudio y el análisis practicado en la doctrina de competencia, corrientes de pensamiento vigentes, herramientas técnicas de análisis que resulten apropiadas y, en lo que corresponda, en las disposiciones establecidas en la LC y su reglamento, así como en el marco normativo que regula las actividades del sector turismo y hotelero.
45. La SC podrá entregar al consultor, de ser necesario, una credencial en que se haga constar que ha sido contratado para realizar el estudio relacionado y, como tal, está facultado para realizar entrevistas con autoridades y agentes económicos vinculados al sector.
46. El consultor sostendrá reuniones con representantes de instituciones públicas como el Ministerio de Turismo (MITUR), Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), Alcaldes de Municipios que abarca el área geográfica del estudio, Defensoría del Consumidor (DC), Ministerio de salud (MINSAL), Administración Nacional de Acueductos y Alcantarillados (ANDA), Policía de Turismo (Politur), Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR), Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN), agentes económicos dedicados a la actividad hotelera, agencias de viaje, promotoras de turismo, etc.

47. El consultor deberá recopilar información de carácter público, por ejemplo, directamente de los sitios web tanto de los agentes económicos privados que participen en la provisión de los servicios de alojamiento, como de instituciones públicas involucradas en el sector, así como de artículos, revistas especializadas, entre otros.
48. Asimismo, deberá tomar en cuenta los estudios realizados en materia de competencia y áreas afines relacionados con el mercado de hoteles de playa, investigaciones sobre conductas anticompetitivas, análisis de concentraciones económicas realizadas por otras autoridades de competencia, instituciones académicas o investigadores, así como otros instrumentos bibliográficos existentes relacionados al objeto de estudio.
49. En virtud de que se anticipa que buena parte de los oferentes del mercado de hoteles de playa son micro y pequeñas empresas que operan en los departamentos identificados, que requerirán levantamiento de información en campo, el (los) consultor(es) deberá(n) proponer la metodología que utilizarán para la recolección de la información de este segmento, basado en encuestas u otra metodología que se considere idónea, ya sea a los oferentes, demandantes o ambos.
50. En cuanto a la información privada o sensible que esté bajo la disposición y custodia de autoridades o agentes económicos de mayor tamaño, relacionados al sector, deberá obtenerse a través de requerimientos de información que se elaborarán de forma escrita.
51. El consultor deberá redactar las propuestas de requerimientos de información, incluyendo las plantillas en formato digital apropiado para que le sea presentada, y las trasladará a la SC para su aprobación. La SC, a través de sus facultades legales, realizará los requerimientos mediante nota oficial. Se propone, de forma preliminar, que los requerimientos definitivos sean elaborados posterior a la primera misión.
52. Será responsabilidad del consultor verificar que la información presentada por los sujetos requeridos esté completa. El consultor deberá comunicar a la SC si la información está o no completa. De estar completa deberá expresar la recepción y aceptación de esta.



53. En caso de que el sujeto o agente económico no otorgue la información solicitada, o lo haga de manera incompleta, en el plazo señalado, la SC determinará si inicia el correspondiente procedimiento sancionador o si realiza directamente un nuevo requerimiento de información.
54. El consultor deberá presentar los productos de la consultoría a la Superintendencia según la programación de presentación de informes detallados en el numeral VIII. Todos los productos serán sometidos a la revisión del equipo contraparte. En caso de presentar observaciones, el consultor deberá subsanar las observaciones formuladas a cada uno de los productos, a fin de que se les dé por aprobados (ver acápite "consultas y/o aclaraciones"). Posterior a su aprobación definitiva, el consultor deberá entregar la versión aprobada de cada producto.

VIII. Productos esperados y forma de entrega

55. El consultor deberá entregar tres (3) productos al equipo contraparte, los cuales son denominados como producto 1 (Metodología, Plan de Trabajo y calendario de actividades), producto 2 (Primer Informe) y producto 3 (Informe Final). Una breve descripción de estos, así como los puntos mínimos esperados de cada uno de estos productos, se detallan a continuación:

A. Producto 1: Metodología de investigación, plan de trabajo y calendario

Fecha de entrega

56. El primer producto contendrá la metodología de investigación pormenorizada a emplear, el plan de trabajo y el cronograma de actividades detallado. El documento deberá ser entregado vía electrónica a la Superintendencia, a más tardar, el último día hábil de la segunda (2) semana posterior a la firma del contrato.

Contenido mínimo

57. El producto debe contener, como mínimo, los siguientes aspectos:
 - a) Marco teórico sobre la metodología de análisis a utilizar;

- b) Metodología de análisis de la información cualitativa y cuantitativa a utilizar, detallando la tipología de los instrumentos de investigación, sus objetivos y otros elementos pertinentes;
- c) Detalle del contenido del Plan de Trabajo a realizar, considerando para ello las principales actividades a desarrollar con su respectivo cronograma, con el fin de alcanzar los objetivos planteados en el estudio;
- d) Listado de los agentes económicos que se propone sean parte del estudio, tomando como base los distintos eslabones de la cadena productiva;
- e) Propuesta preliminar de requerimientos de información que serán remitidos a oferentes, instituciones públicas correspondientes, entre otras entidades consideradas relevantes
- f) Anexos.

B. Producto 2: Informe preliminar

Fecha de entrega

58. Este producto deberá ser entregado por el consultor vía electrónica a la Superintendencia, a más tardar, el último día hábil de la semana catorce (14) posterior a la firma del contrato.

Contenido mínimo:

- a) Introducción
- b) Marco teórico aplicado al análisis de competencia en el mercado de hoteles de playa;
- c) Descripción de la cadena productiva del mercado de hoteles de playa, así como los agentes económicos que participan. Deberá incluir un análisis descriptivo de las principales variables que caracterizan a la oferta y demanda de hoteles de playa: número de habitaciones, servicios ofrecidos, precios, amenidades ofrecidas, paquetes en temporada regular y temporada alta, perfiles de clientes que los visitan, noches promedio de permanencia, nacionalidad de visitantes, etc.;
- d) Análisis de la normativa que incide sobre la competencia en el mercado de hoteles de playa;



- e) Definición de mercados relevantes de producto y geográfico, tomando en cuenta los criterios al respecto planteados por la Ley de Competencia y su Reglamento; y
- f) Análisis de Barreras a la Entrada concernientes a los mercados relevantes.

C. Producto 3: Informe Final

Fecha de entrega

59. Este producto deberá ser presentado a la Superintendencia, a más tardar, el último día hábil de la semana veintiséis (26) posterior a la firma del contrato. El documento se remitirá vía electrónica a esta superintendencia, acompañado de la nota de remisión.

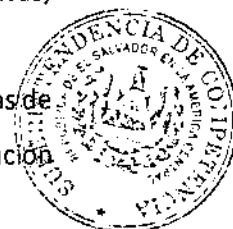
Contenido mínimo

60. Este deberá contener los siguientes aspectos mínimos:
- a) Introducción;
 - b) Los contenidos del informe preliminar, con sus observaciones subsanadas;
 - c) Evolución y análisis de los principales indicadores de concentración económica en los mercados relevantes;
 - d) Constatación del grado de competencia y concentración de los mercados relevantes a través del desarrollo de herramientas cuantitativas;
 - e) Especificación de los factores que determinan los precios de los hoteles de playa (costos, rivalidad entre oferentes, entre otros);
 - f) Evolución de los márgenes de rentabilidad y verificación de sus sensibilidades ante cambios contextuales;
 - g) Análisis del nivel de integración horizontal y vertical de los distintos oferentes de servicios de hotel, así como de sus implicaciones económicas en términos de eficiencia y de bienestar para los consumidores;
 - h) Análisis de posición dominante o poder de mercado de los agentes que participan en la cadena de valor de los hoteles de playa, utilizando indicadores cuantitativos e información de índole cualitativa;

- i) Identificación de la existencia de indicios o factores que pueden posibilitar (o posibilitan) prácticas anticompetitivas, según la descripción que de las mismas hace la Ley de Competencia;
- j) Conclusiones y recomendaciones:
 - a. Sobre el diagnóstico de la estructura, dinámica y desempeño actual del mercado de hoteles de playa para cada mercado relevante definido;
 - b. Respecto al grado de competencia identificado en cada mercado relevante, la posición dominante o poder de mercado, las barreras de entrada, marco normativo, nivel de concentración y el nivel de integración (horizontal y vertical);
 - c. Recomendaciones de políticas públicas y normativa para contribuir a lograr una mayor competencia en el mercado de hoteles de playa;
 - d. Sobre las modificaciones específicas que se pueden sugerir al marco normativo para solventar los problemas identificados;

61. Aspectos generales del informe final:

- i. Breve resumen ejecutivo que contenga los principales puntos y hallazgos de cada capítulo desarrollado en el estudio;
- ii. Índices de contenido, cuadros y gráficos;
- iii. Listado de abreviaturas utilizadas;
- iv. Definición de terminología utilizada, de ser necesario;
- v. Como propuesta, el documento deberá incluir de manera estructurada los siguientes capítulos, sin ser exhaustivos:
Introducción; Aspectos teóricos; Caracterización del mercado de hoteles de playa; Análisis del marco normativo; Mercado Relevante; Análisis de concentración en los mercados relevantes; Análisis de integración horizontal y vertical; Barreras a la entrada; Análisis de precios y márgenes; Análisis de posición de dominio; Factores que posibilitan restricciones a la competencia o prácticas anticompetitivas; conclusiones y recomendaciones; Anexos.
- vi. Referencias, anexos que incluyan bases de datos, listado de bibliografía, minutas de entrevistas, presentaciones elaboradas y otros insumos utilizados en la elaboración del estudio;



vii. Bases de datos entregadas digitalmente al equipo contraparte.

IX. Obligaciones y responsabilidades del consultor

62. El consultor está en la obligación de realizar como mínimo los trabajos detallados en los objetivos y productos esperados de estos términos de referencia; no obstante, podrá efectuar cualquier ampliación del contenido que conlleve un enriquecimiento del estudio. Por tanto, el consultor tendrá libertad para realizar cualquier otra actividad, aparte de las estipuladas en su metodología, que conlleve a la mejor conclusión de los productos esperados y objetivos de la presente consultoría.
63. Asimismo, está obligado a realizar su trabajo de forma responsable y eficiente, cuidando de mantener en todo momento los más altos estándares de calidad para el logro de los objetivos que se ha propuesto la Superintendencia de Competencia y tomando en cuenta el marco legal vigente.
64. El consultor deberá presentar los resultados detallados al equipo contraparte, según las fechas de presentación de informes señalados, el cual versa sobre los productos esperados y tiempos de entrega.
65. El consultor describirá, en su oferta técnica, la metodología que utilizará para desarrollar el estudio, anexando un programa de actividades y su correspondiente cronograma detallado, que servirá a la contraparte de la Superintendencia de Competencia para darle seguimiento. Además, deberá presentar un estimado de días-personas necesarias para realizar el trabajo, detallando en su programa la relación con los alcances señalados en estos términos de referencia.

X. Tiempo de ejecución

66. La duración de la consultoría se ha estimado en treinta y cuatro (34) semanas, contadas a partir de la firma del contrato, ajustándose al plan de trabajo correspondiente y a estos términos de referencia. Esta duración comprende el período de revisión y posterior aprobación del informe final, el cual será presentado en la semana veintiséis (26).

XI. Presentación de los resultados de los informes

67. El consultor o equipo deberá efectuar una presentación (ppt) de los productos 1 y 3 descritos ante el Consejo Directivo de esta Superintendencia y el equipo contraparte, con el fin de recibir retroalimentación sobre su contenido.
68. Análogamente, deberá sostener reuniones con los agentes económicos e instituciones vinculadas a la oferta de hoteles que estime relevantes para la realización del estudio; y, además, presentarles los resultados preliminares del informe final.
69. En el caso que el consultor no sea residente en El Salvador, deberá realizar al menos dos misiones al país. La primera deberá efectuarse al inicio de la consultoría, potencialmente, entre la segunda y tercera semana posteriores a la remisión por vía electrónica del producto 1 a la SC, con el propósito de discutirlo y recibir observaciones de la contraparte técnica.
70. Además, en el transcurso de dicha misión se realizarán reuniones, con carácter de entrevistas, con representantes de autoridades gubernamentales y agentes económicos vinculados al mercado en referencia. Esta misión incluirá una visita de campo a las zonas geográficas de los departamentos de La Libertad y San Miguel, a fin de reconocer el área de referencia del estudio y potencialmente recabar información cualitativa mediante entrevistas con representantes de los oferentes (hoteles de playa).
71. La última misión deberá realizarse al final del período de la consultoría, potencialmente, en el transcurso de las tres semanas siguientes a la entrega del producto 3, con el fin de presentar los resultados del estudio al Consejo Directivo de la SC, su personal y agentes económicos e instituciones involucradas que se consideren relevantes. Posteriormente, el equipo contraparte evaluará el cumplimiento o no de las condiciones contractuales y las potenciales observaciones efectuadas en la misión con el fin de declarar por aprobado el documento.
72. El número de días de cada misión se estipulará de común acuerdo entre la SC y el consultor. El total de días que durarán las misiones en conjunto no podrá ser menor de diez días hábiles. La SC, de común acuerdo con el consultor, podrá modificar la duración de las misiones, sin que se



afecte el número mínimo de días hábiles totales señalado. El costo de las referidas misiones será incluido en los honorarios de la consultoría.

XII. Derechos de propiedad intelectual

73. El consultor cederá a la Superintendencia de Competencia todas las facultades derivadas de los derechos de autor, cualesquiera que estos sean y de la naturaleza que fuesen, sobre cualquier material producido en el desarrollo de la presente consultoría.

XIII. Confidencialidad e información reservada

74. Toda la información que el consultor obtenga en el desarrollo de la consultoría y en particular, la información privada o reservada que reciba deberá ser manejada por el mismo de forma confidencial y no ser revelada a persona alguna, u otra entidad ajena a la Superintendencia.
75. El consultor deberá proteger y resguardar como información confidencial los contenidos de los informes o cualquier parte o versión de ellos que sean formulados o presentados en virtud de la consultoría a que se refieren los presentes términos de referencia. Se exceptúa de lo anterior la versión preliminar del informe final que sea aprobada por la Superintendencia. Será responsabilidad exclusiva de la SC efectuar la publicación de las partes del estudio que estime convenientes.
76. La obligación de confidencialidad y reserva seguirá vigente aún después de la expiración del contrato. El incumplimiento de la obligación de confidencialidad por parte del consultor dará lugar a la rescisión del contrato y al pago de una penalidad por el monto de la totalidad del valor del contrato, sin perjuicio de la responsabilidad civil y penal a que hubiere lugar. Además, conducirá a la SC a eliminar al contratado de su banco de consultores calificados y a no considerarlo para participar en futuros trabajos, haciendo de conocimiento público dicho incumplimiento.

XIV. Financiamiento, forma y condiciones de pago

77. La consultoría será cubierta con fondos del Gobierno de El Salvador, a través de la Superintendencia de Competencia. Al pago se le retendrá el impuesto sobre la renta y el impuesto a la transferencia de bienes muebles y a la prestación de servicios (IVA) que corresponde.
78. La forma y condiciones de pago serán las siguientes:
- a) 15% del costo total contra la entrega y aprobación del producto 1,
 - b) 40% del costo total contra la entrega y aprobación del producto 2;
 - c) 45% del costo total contra entrega y aprobación del producto 3.
79. La aprobación de los tres productos será emitida mediante un acta firmada por el administrador del contrato y el consultor.
80. Los pagos antes mencionados serán efectuados por el Tesorero Institucional de esta Superintendencia sesenta días después de la entrega del acta de recepción por parte del administrador del contrato, debidamente firmada y sellada por este y el consultor.

XV. Oferta técnica y económica

81. En virtud del monto presupuestado para esta consultoría, la forma de contratación es por Libre Gestión. El ofertante debe de considerar que el monto máximo presupuestado y disponible para esta contratación es de US\$72,000. Dicho monto es una cantidad exacta que incluye cualquier porcentaje de pago que deba realizarse en concepto de tributos aplicables. Considerando lo anterior, la adjudicación de la presente consultoría se fundamentará en términos técnicos y económicos.
82. El ofertante sufragará todos los costos relacionados con la preparación y presentación de su oferta. La Superintendencia no se hará responsable, en ningún caso por dichos costos independientemente de los resultados del proceso de libre gestión.



83. La oferta económica se considerará final, por lo tanto, no se aceptarán sustituciones ni correcciones una vez recibida; los precios serán cotizados en DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (US\$).
84. Después de recibidas las ofertas, la SC podrá solicitar por escrito a los ofertantes cualquier información o ampliación de conceptos sobre la oferta técnica o documentación formal, sin que esto signifique una modificación a la oferta presentada por éstos.
85. Podrán ofertar todas aquellas personas naturales o jurídicas que estén capacitadas y no tengan impedimento para hacerlo, según los artículos 25 y 26 de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública (LACAP).
86. El incumplimiento a lo establecido en los presentes términos de referencia será sancionado de conformidad a lo estipulado en el artículo 158 de la LACAP.
87. Las ofertas a presentarse deberán comprender dos partes, oferta técnica y oferta económica. Para su elaboración debe observarse lo establecido en estos TDR.

A. La oferta técnica se refiere a los documentos que acrediten la programación y metodología detallada que el interesado utilizará para la consecución de los objetivos del estudio, así como aquellos documentos que certifiquen la capacidad técnica y experiencia del oferente en relación a los servicios de consultoría requeridos. También se presentarán otros instrumentos de carácter legal y formal que acrediten la identidad y que respalden su propuesta.

Para ofertantes residentes en el país, la oferta técnica deberá ser presentada en un sobre rotulado como "sobre 1". Para ofertantes no residentes en el país, la oferta técnica deberá estar contenida en un archivo electrónico denominado "archivo A".

B. La oferta económica se refiere al monto total ofertado para la elaboración de la consultoría, la cual deberá incluir el Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios, conocido como IVA, y todos aquellos impuestos, tasas o

contribuciones que lo afecten, deberá estar expresado en dólares de los Estados Unidos de América.

- C. Los costos asociados al desempeño de la consultoría, como viajes, estadía, documentación y otros, serán a cuenta del consultor contratado. El consultor debe presentar en su oferta económica, el detalle de los costos estimados por cada una de las actividades de ejecución de los trabajos, es decir, especificar los costos de viaje, honorarios, viáticos y otros.
- D. Para ofertantes residentes en el país, la oferta económica deberá ser presentada en un sobre rotulado como "sobre 2". Para ofertantes no residentes en el país, la oferta económica deberá estar contenida en un archivo electrónico denominado "archivo B".

XVI. Consultas y/o Aclaraciones

- 88. Toda consulta y/o aclaración que los ofertantes consideren necesaria realizar sobre algún punto contenido en estos términos de referencia, deberá formularse por escrito al Jefe de la UACI de la SC, dentro del plazo de cinco días hábiles contados a partir del último día de publicación en COMPRASAL. El jefe UACI, las contestará por escrito.
- 89. Estas consultas deberán enviarse por escrito al Jefe UACI de la SC, a la siguiente dirección: Edificio Madre Selva, Primer Nivel, Calzada El Almendro y 1ª Avenida El Espino, número 82, Urbanización Madre Selva Cuarta Etapa, Antiguo Cuscatlán, Departamento de La Libertad; teléfono: 2523-6600; fax: 2523-6625; o al correo electrónicos rblanco@sc.gob.sv.
- 90. Si ningún ofertante no solicitare aclaraciones, queda entendido que el postulante al formular su oferta no tiene duda alguna sobre el contenido e interpretación de los TDR's, aplicándose lo más favorable para la SC. No se concederán prórrogas ni pagos adicionales a favor de los ofertantes por omisiones o errores cometidos en los documentos contractuales.
- 91. La SC no será responsable por las consecuencias derivadas de la falta de conocimiento, de no haber leído íntegramente el texto de estos términos de referencia y/o de la mala interpretación que de las mismas ; haga el ofertante / interesado.



XVII. Impedidos para ofertar

92. No podrán contratar aquellas personas que, en los tres años anteriores, en forma personal o a través de interpósita persona, hubiesen laborado, asesorado, representado o tuviere algún interés personal en los agentes económicos y reguladores partícipes del sector estudiado.
93. Se entenderá que se tiene un interés personal en dichos agentes económicos si el ofertante, su cónyuge o cualquiera de sus parientes dentro del cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad tienen actualmente con ellos alguna vinculación laboral o contractual o un interés financiero (socio, accionista, acreedor, proveedor o distribuidor).
94. Al tenor del art. 26 de la LACAP, no podrán participar como ofertantes:
 - a) El Presidente y Vicepresidente de la República, los Diputados Propietarios y Suplentes de la Asamblea Legislativa y del Parlamento Centroamericano, los miembros de los Concejos Municipales y del Consejo de Ministros, los Titulares del Ministerio Público, el Presidente y los Magistrados de la Corte Suprema de Justicia y de la Corte de Cuentas de la República, los miembros de la Junta Directiva del Instituto Salvadoreño del Seguro Social, de la Comisión Ejecutiva Hidroeléctrica del Río Lempa (CEL), los miembros de la Junta Directiva de las Instituciones Financieras y de Crédito Público tales como: Banco Central de Reserva de El Salvador, Fondo Social para la Vivienda (FSV), Fondo Nacional de Vivienda Popular (FONAVIPO), Banco de Fomento Agropecuario (BFA), Banco Hipotecario, Banco Multisectorial de Inversiones (BMI), así como los miembros del Tribunal de Servicio Civil, del Consejo Nacional de la Judicatura, del Tribunal Supremo Electoral, del Registro Nacional de las Personas Naturales, los miembros de las Juntas de Gobernadores o Consejos Directivos de las Instituciones Autónomas y todos los demás titulares de las instituciones públicas, ni las personas jurídicas en las que éstos ostenten la calidad de propietarios, socios, accionistas, administradores, gerentes, directivos, directores, concejales o representantes legales, no podrán ofertar en ninguna institución de la Administración Pública.

- b) Los funcionarios y empleados públicos y municipales, en su misma institución; ni las personas jurídicas en las que aquellos ostenten la calidad de propietarios, socios, accionistas, administradores, gerentes, directivos, directores, concejales o representantes legales. Esta disposición también será aplicable a los miembros de las Juntas o Consejos Directivos.
- c) El cónyuge o conviviente y las personas que tuvieren vínculo de parentesco hasta el segundo grado de afinidad y cuarto de consanguinidad, con los funcionarios públicos y empleados públicos mencionados en el literal anterior, así como las personas jurídicas en las que aquellos ostenten la calidad de propietarios, socios, accionistas, administradores, gerentes, directivos, directores, concejales o representantes legales.
- d) Las personas naturales o jurídicas que, en relación con procesos de adquisición o contratación, hayan sido sancionadas administrativa o judicialmente, o inhabilitados por cualquier institución de la administración pública, por el plazo en que dure la inhabilitación.
- e) Las personas naturales o jurídicas que hayan tenido relación de control por administración o propiedad, con las personas a que se refiere el literal anterior al momento de su incumplimiento.

XVIII. Idioma de la oferta

- 95. La oferta, la correspondencia y demás documentos que presente el interesado e intercambie con la SC deberán redactarse en idioma castellano. Documentos complementarios podrán ser requeridos y presentados en su idioma original, aunque deberán acompañarse de una traducción al castellano debidamente autenticada por las autoridades correspondientes, por ejemplo: documentación legal, declaraciones juradas, escrituras de constitución de sociedades, credenciales societarias, poderes, estudios y/o documentos de trabajo, entre otros. Además, la SC podrá solicitar otra información sobre las ofertas en otros idiomas.
- 96. Para la interpretación de la oferta, su traducción al castellano prevalecerá sobre la oferta en idioma extranjero.



XIX. Recepción de ofertas

97. Las ofertas deberán ser presentadas a las oficinas de la Superintendencia de Competencia en el lugar, día y hora especificada a continuación:

Fecha de recepción de ofertas: hasta la fecha indicada en el anuncio de solicitud de presentación de ofertas expuesto (colgado) en COMPRASAL y en los portales web institucionales de la SC.

98. Los ofertantes no residentes en el país podrán enviar sus ofertas a los correos electrónicos: rblanco@sc.gob.sv, en el período antes establecido.
99. La presentación de las ofertas en tiempo y forma será responsabilidad del ofertante. Las ofertas presentadas extemporáneamente quedarán excluidas de pleno derecho, de conformidad al art. 53 de la LACAP.

XX. Condiciones de presentación de oferta

A. Condiciones generales

100. Las ofertas deberán presentarse sin borrones, testaduras, ni entrelineados. Se recomienda incorporar un índice con el contenido de la oferta y el número de las páginas.
101. Para **ofertantes residentes en el país**, la oferta preparada deberá presentarse en dos sobres cerrados, en el lugar, fecha y hora señalados en la publicación del presente proceso de libre gestión. El sobre 1 deberá contener la oferta técnica y el sobre 2, la oferta económica. La oferta original se presentará impresa, deberá estar firmada y sellada por el ofertante y presentarse debidamente foliada.
102. Para **ofertantes no residentes en el país**, la oferta deberá presentarse en dos archivos electrónicos debidamente diferenciados así: Archivo "A" oferta técnica y Archivo "B" oferta económica.

103. La revisión de las ofertas se realizará con base en la documentación presentada, para lo cual se examinará que los documentos contengan y cumplan con las condiciones y requisitos legales establecidos en estos TDR's, se verificará que no se haya omitido ningún documento solicitado, de ser necesario se le otorgaran tres días hábiles para subsanar la omisión de algún documento (exceptuando las solvencias solicitadas, las cuales podrán ser presentadas hasta el momento de suscribir el contrato, en caso de resultar adjudicado), caso contrario la oferta será denominada NO CUMPLE, para continuar con la evaluación del resto de ofertas.

B. Condiciones de presentación de la oferta técnica para el caso de residentes (Contenido del sobre 1: Oferta técnica)

104. El sobre 1, debidamente identificado, deberá contener el detalle de los documentos que acrediten la capacidad profesional y técnica, así como la experiencia del o los consultores que desarrollarían el estudio a contratar. Este sobre deberá incluir como mínimo:

- a) Detalle de los trabajos realizados por el consultor, identificando la entidad para la cual los realizó y su origen, nacional o extranjera;
- b) Hoja de vida o de experiencia de la persona natural o jurídica ofertante, según el caso. De tratarse de una persona jurídica también deberá presentarse las hojas de vida del personal que participará en la realización de la consultoría;
- c) Referencias de trabajos anteriores (tres como mínimo de los más recientes);
- d) Programación detallada del desarrollo de las principales actividades a realizar para cubrir la oferta, que deberá ser expresada en un plan de trabajo, de acuerdo a lo señalado en estos términos de referencia;
- e) Metodología detallada propuesta por el consultor, la cual deberá ser acorde con los objetivos presentados en estos términos de referencia;
- f) Dos ejemplares de estudios y/o documentos de trabajo que haya realizado, de preferencia en temas relacionados con economía, regulación económica o competencia. En caso de haber laborado en alguna agencia de competencia o regulador, dos muestras de escritos o resoluciones en los que haya sido responsable principal de su elaboración;
- g) Declaración jurada de acuerdo a la LACAP (Anexo 1);



h) Declaración jurada de acuerdo a la Ley de Competencia (Anexo 2).

105. Las personas naturales residentes deberán presentar además fotocopias de los siguientes documentos:

- a) Copia de Documento Único de Identidad (DUI). En caso de ser extranjera, presentará Pasaporte o Carné de Residente.
- b) Copia de Número de Identificación Tributaria (NIT).
- c) Copia de Registro de contribuyente del Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios (IVA).
- d) Carta de oferta (Ver Anexo 3).
- e) Formulario para la identificación del contratista (Ver Anexo 4).
- f) Acuerdo de participación conjunta celebrado por escritura pública, si es el caso.

106. Las personas jurídicas residentes deberán presentar además fotocopias de los siguientes documentos:

- a) Copia de Testimonio de escritura de constitución, modificación, transformación o fusión de la sociedad, inscrita debidamente en el Registro de Comercio.
- b) Copia de Credencial de representante legal u otro documento que lo acredite como tal.
- c) Copia de Testimonio del poder correspondiente, en caso de apoderados, debidamente inscrita en el Registro de Comercio.
- d) Copia de Constancia de matrícula de comercio vigente de comerciante social o en su defecto, recibo de pago de la misma, o constancias extendidas por el Registro de Comercio que la emisión de las matrículas se encuentra en trámite de emisión o renovación, según sea el caso.
- e) Copia de Número de Identificación Tributaria (NIT) de la sociedad.
- f) Copia de Número de Registro de Contribuyente de la sociedad oferente.
- g) Copia de Nómina de accionistas o socios, dependiendo del tipo de sociedad de que se trate.

- h) Copias de Documento Único de Identidad (DUI), Número de Identificación Tributaria (NIT), Pasaporte o Carné de Residente, vigentes a la apertura de la oferta, del representante legal de la sociedad.
- i) Carta de oferta (Ver Anexo 3).
- j) Formulario para la identificación del contratista (Ver Anexo 4).

C. Condiciones de presentación de la oferta técnica para el caso de consultores no residentes (Contenido del Archivo "A" oferta técnica)

107. El archivo deberá contener el detalle de los documentos que acrediten la capacidad profesional y técnica, así como la experiencia del o los consultores que desarrollarían el estudio a contratar, sobre la capacidad técnica para desempeñar la labor y la documentación legal requerida. Para ello el archivo deberá incluir:

- a) Detalle de los trabajos realizados por el consultor, identificando la entidad para la cual los realizó y su origen, nacional o extranjera;
- b) Hoja de vida o de experiencia de la persona natural o jurídica ofertante, según el caso. De tratarse de una persona jurídica también deberá presentarse las hojas de vida del personal que participará en la realización de la consultoría;
- c) Referencias de trabajos anteriores (tres como mínimo de los más recientes);
- d) Programación detallada del desarrollo de las principales actividades a realizar para cubrir la oferta, que deberá ser expresada en un plan de trabajo, de acuerdo a lo señalado en estos términos de referencia;
- e) Metodología detallada propuesta por el consultor, la cual deberá ser acorde con los objetivos presentados en estos términos de referencia;
- f) Dos ejemplares de estudios y/o documentos de trabajo que haya realizado, de preferencia en temas relacionados con el tema del estudio de la consultoría, economía, regulación económica o competencia. En caso de haber laborado en alguna agencia de competencia o regulador, dos muestras de escritos o resoluciones en los que haya sido el responsable principal de su elaboración;
- g) Declaración jurada de acuerdo a la LACAP (Anexo 1);
- h) Declaración jurada de acuerdo a la Ley de Competencia (Anexo 2).



108. Las personas naturales no residentes deberán agregar además copia electrónica de los siguientes documentos:

- a) Fotocopia de pasaporte vigente (debidamente autenticado o apostillado, según el caso, por la oficina encargada en su país);
- b) Cualquier otra documentación legal que sea de utilidad para identificar su calidad y que sea aplicable en su país de origen (debidamente apostillado por la oficina encargada en su país);
- c) Carta de oferta (Anexo 3);
- d) Formulario para la identificación del contratista (Anexo 4);
- e) Acuerdo de participación conjunta celebrado por escritura pública, si es el caso.

109. La documentación contenida en los literales a) y b), deberá ser presentada debidamente autenticada o apostillada, según el caso, por la oficina encargada en su país, al momento de la suscripción del contrato, en caso de resultar adjudicado.

110. Las **personas jurídicas no residentes** deberán agregar además copia electrónica de los siguientes documentos:

- a) Copia de Testimonio de escritura de constitución, modificación, transformación o fusión de la sociedad.
- b) Copia de Credencial de representante legal u otro documento que lo acredite como tal.
- c) Copia de Testimonio del poder correspondiente, en caso de apoderados del ofertante.
- d) Copia de Constancia de matrícula de comercio vigente de comerciante social o en su defecto, recibo de pago de la misma, o constancias extendidas por el registro de empresas mercantiles del país de origen.
- e) Copia de Número de registro de contribuyente de la sociedad; o lo que corresponda según su país de origen.
- f) Copia de Número de identificación tributaria de la sociedad o lo que corresponda según su país de origen.

- g) Copia de Pasaporte vigente del representante legal o apoderado de la sociedad, según aplique en el país de origen (debidamente apostillado por la oficina encargada en su país).
- h) Carta de oferta (Anexo 3); y
- i) Formulario para la identificación del contratista (Anexo 4).

- 111. La documentación contenida en los literales a), b), c) y d) deberá ser presentada debidamente autenticada o apostillada, según el caso, por la oficina encargada en su país, al momento de la suscripción del contrato, en caso de resultar adjudicado.
- 112. Para proceder a la contratación, el oferente adjudicatario no residente deberá presentar o remitir en original los documentos legales, declaraciones juradas, instrumentos autenticados y cualquier otro instrumento que le sea requerido por la Superintendencia de Competencia.

D. Contenido de la oferta económica (sobre "2" o archivo "B")

- 113. El sobre 2 y el archivo B, debidamente identificados, según el caso, contendrán la propuesta económica. El valor de la oferta correspondiente a la prestación de los servicios de consultoría deberá expresarse en dólares de los Estados Unidos de América, incluyendo el impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios (IVA) y todos aquellos impuestos, tasas o contribuciones que lo afecten.
- 114. Además del IVA (13%) y cualquier otro impuesto, tasa o contribución aplicable, se entenderá como incluido en la oferta técnica todos los costos operativos en los que debiese incurrirse para la ejecución de la consultoría.

XXIII. Evaluación de ofertas

- 115. La definición y aplicación de los criterios acá definidos son de entera exclusividad de la SC, y tienen como objeto cumplir con el art. 55 de la LACAP, así como velar por los intereses de la institución en la contratación de los servicios de consultoría.



116. Para la evaluación de las diferentes ofertas se considerarán dos parámetros principales, evaluación técnica y la económica, con las siguientes ponderaciones:

Evaluación técnica	80%
Evaluación económica	20%
<hr/>	
Total	100%

117. La revisión de las ofertas se realizará con base en la documentación presentada, para lo cual se examinará que los documentos contengan y cumplan con las condiciones y requisitos legales establecidos en estos TDR's, se verificará que no se haya omitido ningún documento solicitado, de ser necesario se le otorgaran tres días hábiles para subsanar la omisión de algún documento (exceptuando los documentos previamente señalados, las cuales podrán ser presentadas hasta el momento de suscribir el contrato, en caso de resultar adjudicado), caso contrario la oferta será denominada NO CUMPLE, para continuar con la evaluación del resto de ofertas.

A. Evaluación técnica

118. Esta evaluación tendrá una ponderación del 80% de la evaluación total considerada en el Sistema de Evaluación de Ofertas.

119. La evaluación técnica de las ofertas considerará los siguientes parámetros y ponderaciones:

Formación académica	25%
Experiencia profesional	25%
Evaluación de la metodología y el plan de trabajo	50%
<hr/>	
Total	100%

120. Solamente los ofertantes que alcancen un puntaje superior al 70% en la evaluación técnica pasarán a ser evaluados en su oferta económica.

i. Formación Académica (25%)

121. Tiene como objeto valorar que la formación y el grado académico de los oferentes estén orientados al campo de conocimientos técnicos requeridos por la presente consultoría. En el caso de los acuerdos de participación conjunta y de personas jurídicas se otorgará el puntaje con base a la formación académica del líder del equipo de consultores, el cual deberá identificarse como tal en la oferta correspondiente, de ser el caso.
122. El puntaje adjudicado en cuanto a la formación académica será calificado en conformidad con los criterios de la tabla siguiente:

Tabla 1
Criterios para la asignación de puntajes respecto a la formación académica del consultor

Máximo grado académico	Relacionado con el área del estudio	No Relacionado con el área de estudio
Licenciado/Ingeniero	15%	5%
Maestro	20%	10%
Doctor	25%	15%

123. A manera de referencia, la formación académica relacionada con el área de estudio se interpreta, para los estudios de grado universitario (licenciatura o ingeniero), como las titulaciones que poseen un fuerte componente en economía, o en análisis económico del Derecho, lo cual debe costar mediante una copia de su pensum de carrera. En el caso de los estudios de postgrado (maestrías o doctorados), como aquellas titulaciones donde el programa posee un fuerte contenido sobre economía, organización industrial, regulación económica y competencia, se aplicaría igual distinción.

ii. Experiencia profesional (25%)

124. Tiene como objeto evaluar que el consultor a contratar tenga un bagaje laboral apropiado para realizar los servicios requeridos. En tal sentido, la evaluación deberá estar orientada a verificar si el oferente posee un adecuado nivel de experticia práctica para realizar las tareas encomendadas, lo cual se concretará en un número determinado de actividades similares a las



ofertadas y en un número determinado de años de ejercicio profesional en los campos afines al objeto de la consultoría.

125. Los criterios específicos a ser tomados en cuenta para evaluar este rubro son, los cuales deberán demostrarse con los documentos presentados en su oferta:

- a) Experiencia profesional en análisis de competencia y regulación en mercados;
- b) Experiencia en el análisis de competencia, caracterización de mercado, o análisis regulatorio de la actividad de los servicios de hoteles o similares.
- c) Experiencia en el desarrollo de investigaciones con contenido estadístico, que incluya la implementación de métodos cuantitativos y cualitativos.

126. El puntaje adjudicado en cuanto a la experiencia profesional será calificado en conformidad con los criterios de la tabla siguiente:

Tabla 2
Criterios para la asignación de puntajes respecto a la experiencia profesional del consultor

Experiencia/Años de experiencia	Sin experiencia	5 o menos años (6.5%)	Entre 5 y 10 años (18%)	Más de 10 años (25%)
Experiencia profesional en autoridades de competencia o en consultorías desarrollando investigaciones o análisis de competencia, demostrado con los documentos presentados en su oferta	0%	3%	11%	14%
Experiencia profesional en el análisis de competencia, caracterizaciones, o análisis regulatorio en servicios hoteleros y similares, demostrado con los documentos presentados en su oferta	0%	1.5%	3%	5%
Experiencia en el desarrollo de investigaciones con contenido estadístico, que incluya la implementación de métodos cuantitativos y cualitativos.	0%	2%	4%	6%

127. En el caso de los acuerdos de participación conjunta y de personas jurídicas se evaluará y otorgará el puntaje con base en la experiencia del integrante del equipo de consultores con las mejores calificaciones.

iii. Metodología y plan de trabajo (50%)

128. Se evaluará el planteamiento detallado de la metodología a emplear en relación a su idoneidad para alcanzar los objetivos establecidos en estos TDR's y en relación con la programación de las actividades planteadas. Los documentos presentados deberán contener toda la información necesaria para que la comisión de evaluación de ofertas tenga claro cómo el consultor logrará cada uno de los objetivos generales y específicos de la consultoría. Adicionalmente, para auscultar sobre los aspectos técnicos planteados por los ofertantes, se realizarán entrevistas presenciales o por video conferencia.

129. Para la ponderación total de la metodología y el plan de trabajo se tomarán en cuenta los resultados de los siguientes aspectos:

Planteamientos expuestos en la oferta técnica	40%
Entrevista	10%
<hr/>	
Total	50%

B. Evaluación económica

130. La evaluación económica tendrá una ponderación del 20% de la evaluación total considerada en el sistema de Evaluación de Ofertas.

131. El monto de la oferta económica será tomado como precio exacto, e incluirá cualquier porcentaje de pago que deba realizarse en concepto de tributos aplicables.

132. Para la realización de esta evaluación se utilizará la fórmula siguiente:

$$SF = \frac{(100)(FM)}{FC}$$



Donde:

SF: Puntaje económico

FM: Menor oferta económica

FC: Oferta en consideración

XXIV. Adjudicación del contrato

A. Adjudicación

133. La Comisión de Evaluación de Ofertas elaborará un informe y recomendará al Superintendente de Competencia la adjudicación del proceso de libre gestión. La comisión recomendará al ofertante que presente la mejor puntuación técnica y económica alcanzada según los criterios establecidos en los apartados anteriores. En el mismo informe se incluirá la calificación de aquellos otros oferentes que hubiesen obtenido las mejores calificaciones y que, en defecto de la primera, representan opciones a tomarse en cuenta.
134. El Superintendente de Competencia, con base en el informe y recomendación, si estuviere de acuerdo, adjudicará en un plazo no mayor de 90 días, contado a partir de la fecha de la apertura de las ofertas.
135. En el caso en que el Superintendente de Competencia no aceptare la recomendación de la oferta mejor evaluada, previa consignación por escrito de tal decisión podrá optar por alguna de las otras ofertas consignadas en la misma recomendación, o declarar desierto.

B. Citación para firma de contrato

136. El adjudicatario será convocado para la firma del respectivo contrato en las oficinas de la SC, ubicada en Edificio Madre Selva, Calzada el Almendro y 1ª Avenida el Espino No. 82, Urbanización Madre Selva cuarta etapa, Bulevar Orden de Malta, Antiguo Cuscatlán, Departamento de La Libertad, El Salvador.

137. Si el adjudicatario no concurriere a firmar el contrato, vencido el plazo correspondiente, se podrá dejar sin efecto la resolución de adjudicación y concederla al ofertante que en la evaluación ocupase el segundo lugar.

C. Suscripción del contrato

138. La suscripción o firma del contrato deberá efectuarse en un plazo máximo de cinco días hábiles después de notificados los resultados, en las oficinas de la Superintendencia de Competencia, ubicadas en la dirección antes citada. Una vez presentados los documentos para el contrato, el oferente ganador por medio de su representante legal deberá presentarse sin necesidad de aviso alguno antes del vencimiento del plazo señalado, a las oficinas de la Superintendencia de Competencia para proceder a la firma del contrato.

D. Garantía a presentar

139. El contratista deberá rendir a satisfacción una GARANTÍA DE CUMPLIMIENTO DE CONTRATO, a favor de la SUPERINTENDENCIA DE COMPETENCIA, por un monto del 10% DEL VALOR DEL CONTRATO, y deberá estar vigente durante un período de 365 días, contados a partir de la fecha de suscripción del contrato respectivo.
140. La garantía de cumplimiento de contrato deberá ser presentada a la UACI de la SC, dentro del plazo de diez (10) días hábiles posteriores a la fecha de la recepción del contrato debidamente legalizado.
141. Documentos válidos que se aceptan como garantías:
- a) Fianzas emitidas por bancos, aseguradoras o afianzadoras, domiciliadas en El Salvador, debidamente autorizadas por la Superintendencia del Sistema Financiero. Los bancos, las sociedades de seguros y afianzadoras extranjeras podrán emitir garantías, siempre y cuando lo hicieren por medio de las instituciones del sistema financiero salvadoreño actuando como entidad confirmadora de la transacción.



- b) Transferencia bancaria a la cuenta corriente de la Superintendencia de Competencia, dicha transferencia deberá ser el equivalente al 10% del monto del contrato.
142. En caso de prórroga del contrato, el consultor deberá extender la garantía de cumplimiento de contrato vigente o rendir a entera satisfacción una nueva garantía por el mismo monto, a favor de la Superintendencia de Competencia, durante el período de ampliación del contrato, contado a partir de la fecha de prórroga del contrato respectivo.
143. Al contratista que incumpla alguna de las especificaciones consignadas en el contrato sin causa justificada, se le hará efectiva la garantía de cumplimiento de contrato, sin perjuicio de las responsabilidades en que incurra por el incumplimiento.
144. La efectividad de la garantía será exigible en proporción directa a la cuantía y valor de las obligaciones contractuales que no se hubieren cumplido.

E. Forma y trámite de pago

145. El pago de la presente consultoría se hará en tres pagos, contra entrega y aprobación de los informes establecidos en estos TDR's. Los pagos se harán efectivos una vez que cada producto haya sido recibido y aprobado a satisfacción por el equipo contraparte de la IE.
146. Se establece que es responsabilidad del consultor el cumplimiento de las leyes fiscales vigentes del país, para el pago de impuestos correspondientes según su aplicabilidad.
147. Cabe hacer mención del art. 158 del Código Tributario en virtud del cual se establece que del pago hecho a el(los) consultor(es) no residente(s), se retendrá el 20% en concepto de descuento por impuesto sobre la renta.
148. El pago se realizará en dólares de los Estados Unidos de América, dentro de los sesenta días calendario posteriores a la presentación de la documentación de pago correspondiente.

F. Forma de extinción del contrato

149. De acuerdo con la LACAP, el contrato podrá extinguirse por las causales siguientes:
- a) Por caducidad;
 - b) Por mutuo acuerdo de las partes contratantes;
 - c) Por revocatoria;
 - d) Por rescate;
 - e) Por las demás causas que se determinan contractualmente o por las disposiciones del derecho común, en cuanto fuere aplicable.
150. La Superintendencia de Competencia puede dar por extinguido el contrato sin necesidad de trámite judicial y sin responsabilidad alguna de su parte, si el contratista incurre en algunas de las causales contenidas en las formas de extinción.

G. Vicios o deficiencias

151. Si durante el plazo de la garantía de cumplimiento del contrato otorgada por el contratista de los servicios suministrados, se observare algún vicio o deficiencia, el administrador del contrato deberá formular por escrito al consultor contratado el reclamo respectivo, pedirá la subsanación de las deficiencias advertidas, la reposición de los productos requeridos, o la correspondiente prestación del servicio.
152. Antes de expirar el plazo de la garantía de cumplimiento del contrato indicada en el inciso anterior y comprobado que los bienes y servicios no pueden ser reparados, sustituidos o prestados, el administrador del contrato hará las gestiones necesarias para hacer efectiva la garantía de buen servicio o buen funcionamiento del bien, siempre y cuando sea por causas imputables al contratista. La institución contratante quedará exenta de cualquier pago pendiente y exigirá la devolución de cualquier pago que haya hecho al consultor contratado.



XXV. Coordinación y supervisión

153. La contraparte designada para el monitoreo y evaluación de la consultoría será el equipo técnico nombrado por la IE de la Superintendencia. El consultor mantendrá contacto permanente por diferentes medios con este equipo, ya sea por vía telefónica, mediante reuniones de trabajo, videoconferencias, el uso de correo electrónico u otros medios pertinentes, cuando se considere necesario.
154. La verificación del cumplimiento de las condiciones contractuales en cuanto a la entrega satisfactoria del plan de trabajo, metodología e informes presentados por el consultor será responsabilidad del administrador de contrato. Este será nombrado en cumplimiento al art. 82 –bis de la LACAP, por medio de un acuerdo emitido por el Superintendente de Competencia, detallando el nombre y el cargo para que el contratista conozca quien será su contraparte.

XXVI. Declaración de proceso de libre gestión como no adjudicado

155. La Superintendencia de Competencia podrá declarar no adjudicado el presente proceso, en los siguientes casos:
- a) Cuando a la convocatoria del proceso no concurre ofertante alguno. En ese sentido, la Comisión de Evaluación de Ofertas levantará el acta correspondiente, e informará al titular de la Superintendencia de Competencia para que la declare desierta, a fin de que promueva un segundo proceso;
 - b) Si a la convocatoria del proceso se presentare un solo ofertante, se dejará constancia de tal situación en el acta respectiva. Esta oferta única, será analizada por la Comisión de Evaluación de Ofertas para verificar si cumple con las especificaciones técnicas y con las condiciones requeridas en estos TDR's. Si la oferta cumple con los requisitos establecidos y estuviere acorde con los precios del mercado, se adjudicará a ésta la contratación. En el caso que la oferta no cumpliera con los requisitos establecidos, el equipo contraparte procederá a recomendar declarar la desierta y a proponer realizar una nueva gestión; y
 - c) Si ninguna de las ofertas se ajusta a lo presupuestado por la Superintendencia de Competencia o a los requerimientos del servicio solicitado en estos Términos de Referencia.