

BASES TÉCNICAS CONSULTORÍA: ETAPA DE DESARROLLO RED MERCADOS: “CARRETERA FLUVIAL DEL VINO, UNIENDO CULTURAS DEL BIOBÍO”, ETAPA DE DESARROLLO AÑO 1, CODIGO 24REDME-256750-2

1. ANTECEDENTES GENERALES

1.1. Descripción de Proyecto

- 1.1. El proyecto propone la creación de una ruta o circuito turístico basado en 5 empresas localizadas en la comuna de Nacimiento, Región del Biobío, del rubro vitivinícola, artesanía, hotelería y transporte acuático que permitirán potenciar la identidad local, difundir la historia y cultura de la zona, permitiendo crecer no solo a las cinco empresas postulante sino aquellas que se podrán sumar o complementar a ésta, potenciando otras actividades económicas locales diversificando su matriz económica centrada hoy en lo forestal.
- 1.2. Esto se llevará a cabo a través de tres estrategias: 1) Desarrollo de un plan de marketing y promoción, 2) Establecimiento de alianzas estratégicas y 3) Asesorías especializadas, lo anterior permitirá mayor visibilidad y posicionamiento de la Ruta en el mercado nacional e internacional, aumento en la afluencia de turistas al circuito, fortalecimiento de las capacidades empresariales de las empresas participantes, reducción de las brechas transversales que afectan el desarrollo del circuito y generación de nuevos empleos y oportunidades de negocio. Serán aliados claves agentes como tour operadores, SERNATUR y expertos en turismo, comercio y operaciones. Este plan integral permitirá potenciar el éxito de la Ruta, convirtiéndola en un destino turístico atractivo y competitivo a nivel nacional e internacional.

1.3. Objetivo General

El objetivo general del proyecto es la ejecución de una ruta enoturística orientada, preferentemente, a clientes internacionales, que buscan vivir experiencias únicas e inolvidables, innovadoras, versátiles, dinámicas y de calidad, combinando experiencias, historia regional, recorriendo diversos paisajes típicos de la zona y disfrutando de una gastronomía tradicional y local, además de fomentar el turismo sostenible y respetuoso con el medio ambiente. Esto se logrará a través de una red colaborativa de 5 empresas de la Región del Biobío, de la comuna de Nacimiento, de los rubros vitivinícola, artesanía, hotelería y transporte acuático.

1.2. Objetivos Específicos

1. Consolidar la Ruta enoturística a través de la creación de una identidad propia que permita a las empresas participantes, a partir del relato histórico de cada una de ellas apoyado por el contexto territorial, patrimonial, cultural y costumbrista del territorio, exportar la Ruta a sus mercados objetivos con una identidad local y diferenciadora, promoción a realizar a través de RRSS.
2. Disponibilizar el acceso a la ejecución de la ruta por parte de agente operadores nacionales e internacionales, prensa digital y profesionales expertos en la materia como embajadores de la ruta en sus diversos países que conforman el mercado objetivo.
3. Generar un modelo de gestión asociativo y colaborativo, que permita contar con el un modelo de negocio sólido, monitoreo, indicadores de éxito, y planes de comunicación, gestión de riesgo y sostenibilidad.

1.3. Antecedentes del Programa

El proyecto consiste en la conformación de un grupo de cinco empresas de actividades complementarias sector enoturístico, gastronómico, alojamiento, artesanía, transporte acuático y transporte terrestre localizadas en el sector de Millapoa, comuna de Nacimiento, quienes cuentan con potencial de crecimiento y de atracción de turistas de los mercados objetivos: Alemania, España, Brasil, Argentina, EEUU, mercado europeo y mercado asiático. Esta ruta sobre la ribera sur del río Biobío, colecta actividades que potencian el turismo a través del realce valórico de las viñas y de la carretera fluvial más importante de la región con la posibilidad cierta de unir a otro potencial circuito que como es el de Laja- San Rosendo a través del río Biobío. Asimismo, se potencia la ruta con la incorporación de una empresa de cerámicas, actividad reconocida nacionalmente por la producción de tejas y tinajas y una hostería. Asimismo, esta ruta también ofrecerá actividades relacionadas al territorio como son visitas a sitios históricos como el fuerte y puente colgante conocer sus leyendas como los de la piedra de la sirena , la piedra Chancuda y el Cerro Catiray así como asistir a fiestas costumbristas, y mercados. Lo anterior con el propósito de fomentar la cooperación y asociatividad comercial de las empresas participantes con un relato basado en la historia, tradiciones y patrimonios locales como un factor clave de diferenciación de la Ruta exportable y a su vez diversificación de la oferta turística y económica local, generando una base basada en el trabajo en equipo, la cooperación y el encadenamiento productivo, en la cual alianzas estratégicas, junto a la transferencia de conocimientos por parte de agentes relevantes del ecosistema exportador, incentiven y promuevan un trabajo colaborativo para la exportación de la Ruta.

Por otra parte la consolidación de la red que sustenta la Ruta, presenta una oportunidad de crecimiento económico, expansivo, de cobertura y de imagen, permitiendo a los beneficiarios posicionarse en el exterior, realizar nuevas alianzas estratégicas, trabajar en conjunto, visibilizar nuevos canales de comercialización y estudiar industrias que resulten atractivas y/o potenciales destinos, lo cual en conjunto con el resto de actividades contribuirá al mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos relacionados con la explotación y desarrollo de la Ruta. Lo anterior basado en la minimización de sus brechas que fueron levantadas en la etapa de diagnóstico, análisis de los elementos claves diferenciadores y considerando la promoción sustentable de la Ruta en lo social, económico y ambiental, lo que permitirá competir de mejor forma en el mercado. El

diagnóstico permitió además proponer un itinerario, duración de cada actividad, actividades complementarias, recomendaciones estratégicas y valor mínimo a cobrar por persona para realizar esta Ruta, dicho levantamiento fue contrastado con lo existente en el mercado actual del enoturismo como oferta nacional y con el perfil enoturístico de los países seleccionados como mercados objetivos.

A partir de lo anterior, y para la etapa de desarrollo se propone las asesorías especializadas en que permitan abordar las brechas, como son: : creación de un relato común, generación de marca conjunta, difusión y canales de comercialización, idioma y diferenciación de la Ruta con respecto a otras en desarrollo o existentes.

Asimismo, mediante una gira los participantes de la ruta conocerán experiencias exitosas similares, sus desafíos y potencial diferenciador, resolviendo interrogantes e inquietudes que a la fecha presentan los empresarios pertenecientes a la Ruta de exportación.

Por otro lado, mediante una asesoría experta orientada al desarrollo comercial, se propone que las empresas puedan ordenar su idea de modelo de negocio mediante una descripción breve, clara y coherente generando materiales de difusión en formato textual, digital y audiovisual en diferentes idiomas que le permitan poner su producto en el mercado internacional objetivo.

Una vez realizado lo antes descrito, se realizará un encuentro comercial con los interesados para el acceso efectivo de beneficiarios a potenciales compradores de las Rutas desde Alemania, España, Brasil, Argentina, EEUU, mercado europeo, mercado asiático. Lo anterior, con el objetivo principal de que los empresarios puedan realizar reuniones con operadores de mercados internacionales y así logren relacionarse y aprender sobre el perfil de los turistas potenciales, permitiendo la vinculación directa para la presentación y exposición de sus servicios turísticos.

Las condiciones comerciales dependen además de otros actores como los operadores turísticos, PRO-CHILE y el Servicio Nacional de Turismo, quienes conocen los canales para llegar al enoturista extranjero. Por otra parte como parte de los canales de comercialización se invitará a prensa especializada y e influencer internacionales que puedan difundir la ruta en medios internacionales.

1.4. Resultados esperados

Producto 1: Nombre comercial de la ruta e identidad visual. Resultado asociado: Se espera contar con una reconocimiento y visibilidad diferenciadora respecto a la competencia. Si además esta es atractiva, generará interés en la ruta y motivar a los viajeros a visitarla. Al crear una conexión con los visitantes, será más fácil de recordar y fomentará su regreso a la ruta en el futuro.

Producto 2: Relato histórico patrimonial. Resultado asociado: Que el visitante relacione la ruta con el territorio de esta manera se difunde también otros atractivos de la localidad, además de dar a conocer la historia y patrimonio de los mismos emprendimientos.

Producto 3: Relato técnico del proceso de cultivo de uva, producción caracterización de vino, artesanía, comidas, entre otros. Resultado asociado: Que las explicaciones que se den a los diversos tipos de turistas sean sólidos y veraces, generando credibilidad en el conocimiento que adquiere el enoturista durante las visitas y actividades.

Producto 4: Acuerdos de colaboración con agentes y operadores turísticos nacionales e internacionales. Resultado asociado: Contar con aliados estratégicos que serán finalmente los encargados de difundir y tener el

primer contacto con el turista. Se espera contar con visitantes de los países del mercado objetivo.

Producto 5: Página web y redes sociales para la ruta. Resultado asociado: Visibilizar, difundir e informar al turista internacional respecto a la ruta, los participantes, servicios, historia, características del patrimonio y vivencias.

Producto 6: Implementación de QR en al menos dos idiomas para incluir en productos para el merchandising y en indicaciones en las paradas de la ruta. Resultado asociado: Incorporar tecnología que facilite la comunicación entre los que entregan el servicio y quienes visitan la ruta, dando velocidad a esta entrega, pensando en enoturistas que no hablan español. Asimismo, se pretende difundir algunas artesanías propias de este territorio que podrá llevarse el turista a sus países, con QR impreso.

Producto 7: Modelo de gestión. Resultado asociado: Contar con indicadores de éxito, y planes de comunicación, plan gestión de riesgo y plan de sostenibilidad

Producto 8: Fam tour nacional. Resultado asociado: Brindar a operadores turísticos y agentes de viaje nacionales cuyo objetivo es que puedan evaluar la calidad de los productos y servicios que ofrece la ruta

Producto 9: Fam press nacional. Resultado asociado: Evaluar la calidad de los productos y servicios que ofrece la ruta

Producto 10: Fam tour internacional. Resultado asociado: Brindar a operadores turísticos y agentes de viaje internacionales cuyo objetivo es que puedan evaluar la calidad de los productos y servicios que ofrece la ruta

Producto 11: Fam press internacional. Resultado asociado: Brindar a periodistas, Blogger e influencers internacionales. El objetivo es generar cobertura mediática positiva sobre la ruta

Producto 12: Gira nacional. Resultado asociado: Transferencia de buenas prácticas, donde los miembros de la ruta visiten experiencia exitosa de similares características

Producto 13: Encuentro nacional de Enoturismo del Biobío para el mercado internacional. Resultado asociado: Promoción de los servicios turísticos del Producto 1: Nombre comercial de la ruta e identidad visual. Resultado asociado: Se espera contar con un reconocimiento y visibilidad diferenciadora respecto a la competencia. Si además esta es atractiva, generará interés en la ruta y motivar a los viajeros a visitarla. Al crear una conexión con los visitantes, será más fácil de recordar y fomentará su regreso a la ruta en el futuro.

Producto 2: Relato histórico patrimonial. Resultado asociado: Que el visitante relacione la ruta con el territorio de esta manera se difunde también otros atractivos de la localidad, además de dar a conocer la historia y patrimonio de los mismos emprendimientos.

Producto 3: Relato técnico del proceso de cultivo de uva, producción caracterización de vino, artesanía, comidas, entre otros. Resultado asociado: Que las explicaciones que se den a los diversos tipos de turistas sean sólidos y veraces, generando credibilidad en el conocimiento que adquiere el enoturista durante las visitas y actividades.

Producto 4: Acuerdos de colaboración con agentes y operadores turísticos nacionales e internacionales. Resultado asociado: Contar con aliados estratégicos que serán finalmente los encargados de difundir y tener el primer contacto con el turista. Se espera contar con visitantes de los países del mercado objetivo.

Producto 5: Página web y redes sociales para la ruta. Resultado asociado: Visibilizar, difundir e informar al turista internacional respecto a la ruta, los participantes, servicios, historia, características del patrimonio y vivencias.

Producto 6: Implementación de QR en al menos dos idiomas para incluir en productos para el merchandising y en indicaciones en las paradas de la ruta. Resultado asociado: Incorporar tecnología que facilite la comunicación entre los que entregan el servicio y quienes visitan la ruta, dando velocidad a esta entrega, pensando en enoturistas que no hablan español. Asimismo, se pretende difundir algunas artesanías propias de este territorio

que podrá llevarse el turista a sus países, con QR impreso.

Producto 7: Modelo de gestión. Resultado asociado: Contar con indicadores de éxito, y planes de comunicación, plan gestión de riesgo y plan de sostenibilidad

Producto 8: Fam tour nacional. Resultado asociado: Brindar a operadores turísticos y agentes de viaje nacionales cuyo objetivo es que puedan evaluar la calidad de los productos y servicios que ofrece la ruta

Producto 9: Fam press nacional. Resultado asociado: Evaluar la calidad de los productos y servicios que ofrece la ruta

Producto 10: Fam tour internacional. Resultado asociado: Brindar a operadores turísticos y agentes de viaje internacionales cuyo objetivo es que puedan evaluar la calidad de los productos y servicios que ofrece la ruta

Producto 11: Fam press internacional. Resultado asociado: Brindar a periodistas, Blogger e influencers internacionales. El objetivo es generar cobertura mediática positiva sobre la ruta

Producto 12: Gira nacional. Resultado asociado: Transferencia de buenas prácticas, donde los miembros de la ruta visiten experiencia exitosa de similares características

Producto 13: Encuentro nacional de Enoturismo del Biobío para el mercado internacional. Resultado asociado: Promoción de los servicios turísticos de la ruta, así como lugares y actividades a visitar en la comuna de Nacimiento. Se invitaría el ecosistema nacional e internacional de los mercados objetivos. A ruta, así como lugares y actividades a visitar en la comuna de Nacimiento. Se invitaría el ecosistema nacional e internacional de los mercados objetivos.

2. OBJETO DEL PRESENTE LLAMADO.

COPEVAL, en su calidad de Entidad Gestora del proyecto ante el Comité de Desarrollo Productivo Regional del Biobío, cuya función es administrar todas las acciones necesarias para cumplir las actividades y objetivos del programa, requiere contratar los servicios de la Entidad ejecutora con el objetivo de llevar a cabo las actividades del plan de trabajo aprobado en su etapa de Desarrollo, que beneficia al grupo de empresas del sector vitivinícola y turístico de la región del Biobío que participan del proyecto.

En consecuencia, los presentes Términos de Referencia fijan el procedimiento a través del cual COPEVAL seleccionará a la Empresa que ejecutará el servicio descrito, de acuerdo a la propuesta presentada por esta en relación a los requerimientos que se indican en el punto 3 del presente documento.

3. ACTIVIDADES

El plan de trabajo aprobado por el Comité de Desarrollo Productivo Regional del Biobío consta de las siguientes actividades y presupuestos

Actividad	Descripción	Total \$	Aporte Corfo \$	Aporte Empresas \$
Asesoría especializada diseño producto enoturístico individual	Asesoría personalizada para crear una experiencia enoturística única y memorable para el cliente incluye: qué, cómo y en cuanto tiempo mostrar la empresa, cuanto cobrar	800.000	720.000	80.000
Asesoría especializada diseño producto enoturístico del grupo	Asesoría para Validar una experiencia enoturística única y memorable para el cliente incluye: definición del itinerario de la ruta, duración de las visitas y actividades complementarias	1.200.000	1.080.000	120.000
Asesoría experta para diseño y capacitación en relato técnico	Asesoría para crear y desarrollar relatos técnicos efectivos brindando las habilidades y conocimientos necesarios para comunicar la información técnica de manera profesional y persuasiva (planta, poda, vendimia, tipo de suelos y cepas, proceso de elaboración del vino)	800.000	720.000	80.000
Asesoría experta en relato histórico	Asesoría para crear y desarrollar relatos históricos y patrimonial atractivos y precisos lo que incluye recopilación de información de fuentes primarias y secundarias, evaluación de la evidencia histórica y la identificación de los puntos clave de la historia, desarrollo de narrativas, adaptación del relato a la audiencia, comunicación efectiva del relato	1.000.000	900.000	100.000
Asesoría técnica en inglés turístico	Asesoría en idioma inglés, enfocado al turismo y coloquio más habitual para ayudar a las empresas turísticas a mejorar su dominio del idioma inglés y sus habilidades de comunicación, con el fin de interactuar de manera efectiva con turistas internacionales.	1.000.000	900.000	100.000
Asesoría-capacitación en primeros auxilios y gestión de riesgos	Charla, inducción y apoyo a la implementación de medidas básicas de primeros auxilios y gestión de riesgos, como prevención a accidentes de los visitantes	500.000	450.000	50.000
Fam tour nacional	Actividad enfocada en brindar a operadores turísticos y agentes de viaje nacionales, a precio reducido o en forma gratuita, la experiencia completa de la ruta, incluyendo visitas a las viñas, alojamiento (cuando corresponda), restaurantes, atracciones turísticas, actividades, medios de transporte y proveedores locales. El objetivo es que puedan evaluar la calidad de los productos y servicios que ofrece la ruta, así como el potencial del destino para diferentes segmentos de mercado.	3.000.000	2.700.000	300.000
Fam press nacional	Actividad enfocada en brindar a periodistas, Blogger e influencers nacionales, a precio reducido o en forma gratuita, la experiencia completa de la ruta experimentando lo más destacado del destino y recibiendo información y materiales para crear contenido atractivo para sus audiencias. El objetivo es generar cobertura mediática positiva sobre la ruta.	3.000.000	2.700.000	300.000
Fam tour internacional	Enfocado en brindar a operadores turísticos y agentes de viaje internacionales, a precio reducido o en forma gratuita, la experiencia completa de la ruta, incluyendo visitas a las viñas, alojamiento (cuando corresponda) restaurantes, atracciones turísticas, actividades, medios de transporte y proveedores locales. El objetivo es que puedan evaluar la calidad de los productos y servicios que ofrece la ruta, así como el potencial del destino para diferentes segmentos de mercado.	3.200.000	2.880.000	320.000
Fam press internacional	Enfocado en brindar a periodistas, Blogger e influencers internacionales, a precio reducido o en forma gratuita, la experiencia completa de la ruta experimentando lo más destacado del destino y recibiendo información y materiales para crear contenido atractivo para sus audiencias. El objetivo es generar cobertura mediática positiva sobre la ruta.	4.000.000	3.600.000	400.000
Gira nacional observación modelo enoturismo exportación	Realizar al menos una visita a otras viñas o rutas enoturísticas enoturismo. El objetivo es que los participantes conozcan y aprendan de los mejores ejemplos de enoturismo en Chile, con el fin de replicarlo en las nuevas rutas	6.000.000	5.400.000	600.000
Encuentros nacionales de enoturismo del Biobío para el mercado internacional	Realizar al menos un evento anual que reúna a profesionales del sector enoturístico de Chile y del extranjero con el objetivo de promover el enoturismo de la región del Biobío en el mercado nacional e internacional.	4.500.000	4.050.000	450.000
Asesoría en estrategia de marketing estratégico y táctico(considera diseño de QR) y gestión comercial turística	La asesoría permitirá definir objetivos al incorporar códigos QR, a donde dirigir a lo clientes pág. web o redes sociales, ofrecer información de la ruta, diseño y ubicación del código QR	2.500.000	2.250.000	250.000
Desarrollo de herramientas de marketing físicos, web y RRSS: Asesorías Especializadas;	A través de asesoría especializada, se elaboren pagina web, habilitarán redes sociales, así como la elaboración de cartas menú, señalética en al menos dos idiomas, e inclusión de códigos QR en idiomas alternativos, así como marca de la ruta y su implementación en los productos de los miembros de la ruta	3.500.000	3.150.000	350.000
Modelo de gestión de Integral	Se elaborará un modelo de gestión que incluya el modelo de negocio, el monitoreo, indicadores de éxito, y planes de comunicación y sostenibilidad. Se incluye capacitación en aspectos relacionados con comercio exterior	4.000.000	3.600.000	400.000
TOTAL PROYECTO		39.000.000	35.100.000	3.900.000

4. PRODUCTOS ESPERADOS

1. Empresas/emprendimientos complementarias que participan de la Ruta encadenamiento productivo: Los productos y resultados que se propone alcanzar al finalizar el proyecto son:

Producto 1: Empresas/emprendimientos complementarias que participan de la Ruta encadenamiento productivo. Resultado relacionado: Fortalecer el modelo de negocio y el encadenamiento productivo local y regional, con mayor participación de otros actores en forma complementaria a la ruta o como apoyo a ella. De esta forma se generarían impactos positivos en el empleo, aumento de ventas, posibilidad de mayor inversión, diversificación de la cartera económica

Producto 2: Turistas extranjeros que visitan la ruta. Resultado relacionado: Consolidación de la ruta y poner en valor como destino turístico la localidad de Nacimiento, además aumentarían los ingresos por gasto de estos visitantes en la zona. En particular sobre los servicios de quienes participan de la ruta.

Producto 3: Actividades directas y complementarias que entrega la Ruta. Resultado relacionado Se espera aumentar en número y tipo de actividades a incorporar en la ruta, una vez que termine lo que se denominará puesta en marcha, viendo la factibilidad que el turista extranjero pague por estos nuevos servicios: como cursos de cocinas, talleres artesanales, día de trekking, entre otros

5. PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución para el cumplimiento de las actividades tiene como fecha tope el 07 de agosto de 2025.

6. PAGOS

El Agente Operador Intermediario Copeval pagará, con los recursos transferidos por el Comité de Desarrollo Productivo Regional del Biobío, a la entidad Consultora contra aprobación de los avances técnicos y financieros reportados.

7. PARTICIPANTES

Podrán participar aquellas consultoras constituidas como persona jurídica que tributen en 1° categoría frente al Servicio de Impuestos Internos, que presenten interés y que respalden todos los antecedentes técnicos y administrativos requeridos en el presente TDR.

Se requiere que la entidad posea experiencia de más de 2 años en el desarrollo y ejecución de iniciativas ligadas al área de consultoría, además deberá contar con un equipo de trabajo idóneo con profesionales con vasta experiencia en consultorías y asesorías técnicas en el ámbito del emprendimiento y fomento Productivo.

La empresa consultora deberá cumplir como mínimo con los siguientes puntos:

- Contar al menos con un profesional, dentro del equipo de trabajo con experiencia comprobable de 2 años de trabajo en el área de ejecución de proyectos de apoyados por Corfo o CDPR
- Experiencia de al menos 2 años en la ejecución de programas de financiamiento de Corfo o CDPR, comprobable.
- Vinculación y redes con entidades nacionales y/o internacionales ligadas a la exportación de servicios enoturísticos. Comprobables.
- Vinculación a empresas del sector a abordar de la región del Biobío.

8. PRESENTACIÓN DE OFERTAS Y FECHAS DE CONSULTAS

Las ofertas serán recibidas a partir del **VIERNES 27 de septiembre de 2024 hasta el jueves 03 de octubre del 2024, a las 12:00 hrs.**, vía correo electrónico dirigido a cristian.becar@copeval.cl con copia a carolina.jarpa@copeval.cl

Se considerara fecha y hora de recepción, el momento en que se hace ingreso de la documentación a la casilla antes mencionada. Las Ofertas además, deberán adjuntar los siguientes Anexos:

- ANEXO A: Identificación del Oferente
- ANEXO B: Propuesta Técnica Oferente
- ANEXO C: Experiencia Profesional
- ANEXO D: Antecedentes Administrativos

Los postulantes podrán formular consultas acerca de los Términos de Referencia, exclusivamente, a través de la siguiente dirección de correo electrónico cristian.becar@copeval.cl desde el envío de la invitación a postular hasta el **lunes 30 de septiembre del 2024, hasta las 15:00 horas.**

Las aclaraciones serán respondidas en 1 día hábil siguiente a la recepción de la consulta, a través del mismo medio con copia a todos los invitados, para conocimiento de todos los postulantes, resguardando la identidad de los interesados que hubieren efectuado las consultas.

No se aceptarán ni responderán consultas planteadas por un conducto diferente al señalado o vencido el plazo dispuesto para tal efecto.

9. CRITERIO DE EVALUACIÓN

Para la evaluación de las propuestas se considerarán los siguientes criterios de evaluación:

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE
1.-Equipo de trabajo y / o Profesionales con experiencias comprobable en el ámbito de trabajo con empresas enoturísticas de la región del Biobío	20%
2.-Experiencia en la ejecución de programas financiados por Corfo o CDPR.	25%
3.-Vinculación con entidades nacionales y/o internacionales del sector a abordar	20%
4.- Propuesta Técnica y metodología para cumplir fielmente con las actividades, objetivos y resultados del proyecto.	35%
Total	100%

Cada factor será en una escala de notas de 1 a 4, conforme la ponderación recién señalada bajo la siguiente escala:

- 4: Muy bueno
- 3: Bueno
- 2: Suficiente
- 1: Insuficiente

La evaluación será realizada por el AOI COPEVAL DESARROLLA informando su resultado a Corfo para su posterior conformidad.

10. NOTIFICACIÓN DE RESULTADOS

Los resultados serán entregados a los postulantes el **viernes 03 de octubre de 2024** mediante correo electrónico.

11. FORMALIZACIÓN

El contrato se entenderá iniciado el primer día hábil siguiente a la fecha en que se envíe una carta al consultor, comunicándole la resolución aprobatoria del contrato. No obstante, la consultora podrá iniciar las actividades encomendadas, a su propio riesgo, antes de la fecha estipulada, previo aviso al AOI correspondiente, en conocimiento del beneficiario del programa. Los gastos serán asumidos por el consultor correspondiente si decide adelantar las actividades del plan de trabajo, sin percibir la aprobación de la licitación.

El postulante o el encargado responsable designado a través de un mandato debe tener firma electrónica avanzada.

Se deberá seleccionar en el mercado a una de las entidades acreditadas para la obtención de firma electrónica avanzada, las que se encuentran disponibles en el siguiente link: <https://www.entidadacreditadora.gob.cl/>

ANEXO A

Identificación del Oferente

BASES TÉCNICAS CONSULTORÍA: ETAPA DE DESARROLLO RED MERCADOS: “CARRETERA FLUVIAL DEL VINO, UNIENDO CULTURAS DEL BIOBÍO”, ETAPA DE DESARROLLO AÑO 1, CODIGO 24REDME-256750-2

Nombre completo persona natural o razón social proponente:

Nombre de fantasía (si lo tiene):

RUT del proponente:

Nombre representante:

RUT representante legal:

Dirección:

Ciudad:

Correo electrónico:

Firma representante legal:

ANEXO B

Propuesta Técnica Oferente

BASES TÉCNICAS CONSULTORÍA: ETAPA DE DESARROLLO RED MERCADOS: “CARRETERA FLUVIAL DEL VINO, UNIENDO CULTURAS DEL BIOBÍO”, ETAPA DE DESARROLLO AÑO 1, CODIGO 24REDME-256750-2

1. Propuesta Técnica y metodológica para abordar las actividades del punto 3 de las presentes bases técnicas.
2. Recursos y profesionales que se emplearán para la ejecución del programa.
3. Base de Datos de entidades Nacionales y/o Internacionales vinculadas al oferente.

ANEXO C

Experiencia profesional

BASES TÉCNICAS CONSULTORÍA: ETAPA DE DESARROLLO RED MERCADOS: “CARRETERA FLUVIAL DEL VINO, UNIENDO CULTURAS DEL BIOBÍO”, ETAPA DE DESARROLLO AÑO 1, CODIGO 24REDME-256750-2

EXPERIENCIA DEL OFERENTE

Nombre Oferente	Trayectoria en la materia/años de experiencia (Descripción relevante relacionada con el rubro de la licitación y sus temas afines, experiencia en el territorio con instituciones, productores y empresas).

EXPERIENCIA DETALLADA DEL OFERENTE ÚLTIMOS 2 AÑOS

Nombre Cliente	Nombre Programa	Fecha de ejecución	Nombre Contacto	Fono o Correo Electrónico

PROPUESTA DEL EQUIPO DE TRABAJO

**CURRICULUM VITAE DEL/LOS PROFESIONALES (MÁXIMO 3 HOJAS FORMATO LIBRE)
(Debe incluir copia simple certificado título, de cursos, postgrados).**

ANEXO D

Antecedentes Administrativos

BASES TÉCNICAS CONSULTORÍA: ETAPA DE DESARROLLO RED MERCADOS: “CARRETERA FLUVIAL DEL VINO, UNIENDO CULTURAS DEL BIOBÍO”, ETAPA DE DESARROLLO AÑO 1, CODIGO 24REDME-256750-2

- Escritura de la constitución de la sociedad y sus modificaciones o Estatuto
- Poder simple del representante Legal
- Certificado de vigencia
- Fotocopia Rut Empresa
- Fotocopia Rut Representantes
- Formulario 30 (Máximo 30 días de antigüedad)