

**BASES TÉCNICAS CONSULTORÍA “ENOTURISMO YUMBEL; MÁS QUE UNA TRADICIÓN”, CÓDIGO  
24REDME-256746-2, ETAPA DE DESARROLLO AÑO 1”**

## **1. ANTECEDENTES GENERALES**

### **1.1. Descripción de Proyecto**

El proyecto consiste en el desarrollo, implementación y consolidación de la ruta enoturística “Enoturismo Yumbel, más que una tradición”, con objeto de impulsar el desarrollo del sector enoturístico en la Región del Biobío, ofreciendo a los visitantes una experiencia única que combina la tradición y la innovación.

Esto se efectuará a través de expandir la ruta a mercados internacionales específicamente apuntando a Brasil y Argentina a través de una estrategia comercial sólida que incluye el desarrollo de una estrategia comercial a través de un plan de marketing y promoción para poder vender y distribuir a través de actores relevantes de la industria, que permitan minimizar las brechas transversales que presentan las empresas y la Ruta, entregando las herramientas necesarias para la exportación del circuito a mercados internacionales. Contempla asesorías por parte de expertos y actores relevantes del ecosistema exportador en materia turística, comercial y operativa. Para potenciar estos objetivos, se considerarán alianzas con tour operadores, Sernatur, Prochile y expertos en turismo, comercio y operaciones.

En la comuna de Yumbel, donde la historia se entrelaza con la tradición, nace este proyecto que reúne a cinco empresas visionarias. Unidas por el amor a su tierra y el potencial de crecimiento, estas empresas -dedicadas a la producción de vino, gastronomía, flores (incluidos los tulipanes) y transporte- se embarcan en una aventura conjunta: Enoturismo Yumbel, más que una tradición.

Esta ruta no es solo un destino, es una experiencia que nace de la cooperación y el trabajo en equipo entre las empresas participantes. Juntas, buscan fomentar el asociativismo comercial y potenciar su oferta turística y económica, aprovechando al máximo el potencial de la región. Además, se distingue por su relato único que hunde sus raíces en la rica historia, tradiciones y patrimonios locales. Este relato se convierte en un factor diferenciador clave, atrayendo a turistas de mercados objetivos como Brasil y Argentina, ansiosos por vivir nuevas experiencias.

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 transversalmente enfrentan como grupo, y que fueron levantados 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 de detectar las brechas individuales y como ruta, 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.

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. Esta ruta busca destacar el enoturismo basado en la experiencia del turista en un ambiente rural rodeado de historia, patrimonio y costumbres ancestrales basadas en la experiencia enoturística traspasada de generación en generación, mostrando lo que es el territorio y la calidad de sus vinos y cepas.

Así mismo, 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, considerando los aspectos más relevantes a comunicar mediante plan estratégico de ventas a aplicar con otros agregados comerciales y/o posibles clientes en donde logren vinculación. Para ello, se elaborarán materiales de difusión en formato textual, digital y audiovisual en diferentes idiomas que le permitan poner su producto en el mercado internacional objetivo.

### **1.1. 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 cinco empresas de la Región del Biobío, de la comuna de Yumbel del rubro vitivinícola, gastronómico, producción de flores y transporte.

### **1.2. Objetivos Específicos**

1. Consolidar la ruta enoturística de Yumbel con una identidad única y atractiva para diferenciarla de otras ofertas enoturísticas y posicionarla en mercados objetivos internacionales, esto a través del relato histórico de cada una de las empresas apoyado por el contexto territorial, patrimonial, cultural y costumbrista del territorio.
2. Permitir que agentes operadores nacionales e internacionales, prensa digital y profesionales expertos en la materia accedan a la ejecución de la ruta. Estos expertos actuarán como embajadores de la ruta en los países que componen el mercado objetivo.
3. Establecer un modelo de gestión asociativo y colaborativo que consolide un modelo de negocio sólido, mecanismos de monitoreo, indicadores de éxito, planes de comunicación, estrategias de gestión de riesgos y planes de sostenibilidad.

### 1.3. Antecedentes del Programa

En la comuna de Yumbel, donde la historia se entrelaza con la tradición, nace este proyecto que reúne a cinco empresas visionarias. Unidas por el amor a su tierra y el potencial de crecimiento, estas empresas -dedicadas a la producción de vino, gastronomía, flores (incluidos los tulipanes) y transporte- se embarcan en una aventura conjunta: Enoturismo Yumbel, más que una tradición.

Esta ruta no es solo un destino, es una experiencia que nace de la cooperación y el trabajo en equipo entre las empresas participantes. Juntas, buscan fomentar el asociativismo comercial y potenciar su oferta turística y económica, aprovechando al máximo el potencial de la región. Además, se distingue por su relato único que hunde sus raíces en la rica historia, tradiciones y patrimonios locales. Este relato se convierte en un factor diferenciador clave, atrayendo a turistas de mercados objetivos como Brasil y Argentina, ansiosos por vivir nuevas experiencias.

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 transversalmente enfrentan como grupo, y que fueron levantados 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 de detectar las brechas individuales y como ruta, 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.

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. Esta ruta busca destacar el enoturismo basado en la experiencia del turista en un ambiente rural rodeado de historia, patrimonio y costumbres ancestrales basadas en la experiencia enoturística traspasada de generación en generación, mostrando lo que es el territorio y la calidad de sus vinos y cepas.

#### 1.4. Resultados esperados

A continuación, se indican los productos y resultados que se espera alcanzar en el proyecto:

- 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
- 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
- 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)
- 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
- 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, 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.
- Fam press nacional: Actividad enfocada en brindar a periodistas, bloggers 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.
- Asistencia técnica en atención al cliente: Enfocado en turismo de intereses especiales, vale decir servicios gastronómicos, tipos de turistas o clientes, tópicos generales de atención, dependiendo el tipo de servicio o evento
- Elaboración de material de difusión innovado: Se elaborarán señaléticas, cartas menú y páginas web en al menos dos idiomas, e inclusión de códigos QR en idiomas alternativos que muestre la ruta creada basada en lo natural, vitivinícola y gastronómico para difundir en distintos puntos de los mercados objetivos
- Gira 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
- 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.
- Asesoría en gestión comercial: Realizar asesoría grupal en gestión comercial de tal manera de aumentar las ventas y la rentabilidad de una empresa mediante la planificación, organización, dirección

y control de las actividades comerciales.

- Asesoría en marketing turístico y gestión integral: La asesoría permitirá definir objetivos al incorporar códigos QR, a donde dirigir a los clientes pág. web o redes sociales, ofrecer información de la ruta, diseño de elementos publicitarios, branding, identidad y diseño de código QR. Además de considerar aspectos relevantes de gestión integral
- Modelo de gestión empresarial: Se elaborará un modelo de gestión que incluya el modelo de negocio, el monitoreo, indicadores de éxito, y planes de comunicación, gestión de riesgo y sostenibilidad
- Curso en primeros auxilios: El objetivo principal capacitar o asesorar en primeros auxilios en turismo es capacitar a los participantes para brindar asistencia inmediata y efectiva en caso de accidentes o emergencias médicas que puedan ocurrir durante actividades turísticas. Estas clases están diseñadas para que los participantes puedan actuar con confianza y rapidez en situaciones que podrían poner en riesgo la vida de otras personas.

1. Encadenamiento productivo de las empresas que participan de la Ruta: 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.
2. Turistas extranjeros que visitan la ruta: Consolidación de la ruta y poner en valor como destino turístico la comuna de Yumbel, además aumentarían los ingresos por gasto de estos visitantes en la zona. En particular sobre los servicios de quienes participan de la ruta.
3. Actividades directas y complementarias que entrega la Ruta: 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.

## **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	Costo 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	1.000.000	900.000	100.000
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	1.000.000	900.000	100.000
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)	1.000.000	900.000	100.000
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
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, 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, bloggers 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
Asistencia técnica en atención al cliente	Enfocado en turismo de intereses especiales, vale decir servicios gastronómicos, tipos de turistas o clientes, tópicos generales de atención, dependiendo el tipo de servicio o evento	1.000.000	900.000	100.000
Elaboración de material de difusión innovador	Se elaborarán señaléticas, cartas menú y paginas web en al menos dos idiomas, e inclusión de códigos QR en idiomas alternativos que muestre la ruta creada basada en lo natural, vitivinícola y gastronómico para difundir en distintos puntos de los mercados objetivos	7.000.000	6.300.000	700.000
Gira 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	4.000.000	3.600.000	400.000
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.	5.000.000	4.500.000	500.000
Asesoría en gestión comercial	Realizar asesoría grupal en gestión comercial de tal manera de aumentar las ventas y la rentabilidad de una empresa mediante la planificación, organización, dirección y control de las actividades comerciales.	1.500.000	1.350.000	150.000
Asesoría en marketing turístico y gestión integral	La asesoría permitirá definir objetivos al incorporar códigos QR, a donde dirigir a los clientes pág. web o redes sociales, ofrecer información de la ruta, diseño de elementos publicitarios, branding, identidad y diseño de código QR. Además de considerar aspectos relevantes de gestión integral	5.000.000	4.500.000	500.000
Modelo de gestión empresarial	Se elaborará un modelo de gestión que incluya el modelo de negocio, el monitoreo, indicadores de éxito, y planes de comunicación, gestión de riesgo y sostenibilidad	5.000.000	4.500.000	500.000
Curso en primeros auxilios	El objetivo principal capacitar o asesorar en primeros auxilios en turismo es capacitar a los participantes para brindar asistencia inmediata y efectiva en caso de accidentes o emergencias médicas que puedan ocurrir durante actividades turísticas. Estas clases están diseñadas para que los participantes puedan actuar con confianza y rapidez en situaciones que podrían poner en riesgo la vida de otras personas.	500.000	450.000	50.000

#### 4. PRODUCTOS ESPERADOS

1. Encadenamiento productivo de las empresas que participan de la Ruta: 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.
2. Turistas extranjeros que visitan la ruta: Consolidación de la ruta y poner en valor como destino turístico la comuna de Yumbel, además aumentarían los ingresos por gasto de estos visitantes en la zona. En particular sobre los servicios de quienes participan de la ruta.
3. Actividades directas y complementarias que entrega la Ruta: 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.

Para el logro de acceder de mejor forma a los mercados internacionales, los empresarios deberán:

- Conocer a través de operadores turístico el perfil específico de su mercado específico, es decir fuente primaria.
- Incorporar mejores prácticas operacionales en cada ámbito empresarial de los componentes de la ruta, relacionada con el perfil de turista a recibir.
- Entender el entorno legal y regulatorio: Es fundamental que la empresa conozca y cumpla con todas las leyes, regulaciones y requisitos específicos de cada mercado internacional en el que pretende operar y de Chile. Esto incluye aspectos como: visas y requisitos de entrada para turistas, regulaciones sobre impuestos y comercio, leyes de protección al consumidor y normas de salud y seguridad.
- Contar con habilidades de comunicación intercultural, si bien el idioma es una limitante, existen aplicaciones que hoy se usan ampliamente para la traducción simultánea para una conversación de alcance turístico, también es importante que sepa que debe tener sensibilidad cultural y respeto por las diversidades, y capacidad para adaptar los productos, servicios y estrategias de marketing a diferentes culturas.
- Manejar de canales de comunicación y distribución adecuados para cada mercado y desarrollo de materiales de marketing adaptados a la cultura e idioma de cada mercado

La incorporación de nuevos conocimientos, técnicas y prácticas productivas tendrán impactos positivos en la productividad y competitividad de acuerdo con:

- Aumento en la productividad, al probar una actividad nueva que sería la ruta, probarla, y explotarla, le permitirá ir invirtiendo en la mejora de la eficiencia de los procesos involucrados, focalizar su negocio. Lo que permitirá a su vez potencialmente encontrar un nicho altamente diferenciador. Al estar en contacto con el ecosistema, le permitirá implementar planes que le permitan disminuir los errores y desperdicios en recursos y tiempo, mejorando la gestión a través de la optimización de los recursos. Se espera que este proyecto fomente el trabajo en equipo y la colaboración para un bien mayor y común como es la ruta, promoviendo a la comunicación abierta que permita mejorar la coordinación entre las empresas, aumentando la sinergia y potenciando la resolución creativa de problemas. Esto mismo podría llevar a la creación de nuevos productos colaborativos que nazcan desde la ruta, ampliando a la oferta. Para esto se asesorarán en capacitación sobre variados temas
- La implementación de medidas tendientes a la eficiencia y mejora de sus procesos y por ende de sus recursos traerá como impacto a la reducción de costos, por otra parte al cooperar con otros hay costos que serán repartidos en proporción, que en caso contrario debía asumir un solo empresario. Asimismo, con un producto tan expuesto a la evaluación, como es la ruta turística, se fuerza a la mejora continua de la calidad de los productos y servicios, todo con implementación de buena y mejores prácticas. A corto plazo debieran incorporar o incursionar en el desarrollo de nuevos productos o servicios: La investigación y desarrollo, la innovación y la creatividad pueden llevar al desarrollo de nuevos productos o servicios que satisfagan mejor las necesidades del mercado y diferencien a la empresa de sus competidores, otro aspecto relevante en cuanto a la competitividad es que se obtendría una mejora en la experiencia de usuario y potencialmente acceso a nuevos mercados.

Se suma a lo anterior, que mejorará la imagen de la explotación de la ruta como de sus participantes, al incorporar nuevos conocimientos y técnicas a sus procesos y gestión, dando una imagen más moderna y eficiente ante los clientes, proveedores, socios e inversores. Por lo demás, la incorporación de nuevos conocimientos y la mejora continua de los procesos pueden generar mayor confianza y credibilidad en la empresa, tanto entre los clientes como en otros actores del mercado. Esto se traduce en una mayor fidelización de clientes, mejores oportunidades de negocio y un acceso más fácil a financiamiento.

En general, la incorporación de nuevos conocimientos, técnicas y prácticas productivas en una nueva empresa, como es el caso de la Ruta, es una inversión estratégica que puede generar un impacto positivo y duradero en su productividad, competitividad, imagen y reputación. Sin embargo, es importante que este proceso se realice de manera planificada, considerando las necesidades específicas de las empresas y de la Ruta.

El éxito de una ruta enoturística depende en gran medida de su capacidad para atraer visitantes de todo el mundo. El acceso efectivo a nuevos mercados de exportación puede ser un factor determinante para impulsar el crecimiento y la rentabilidad de la ruta.

Dado lo anterior las estrategias de marketing deben adaptarse a las características y preferencias del mercado objetivo. Es importante considerar aspectos como el idioma, la cultura y los canales de comunicación más efectivos, además, el acceso a nuevos mercados puede permitir al proyecto turístico

diferenciarse de la competencia local, ofreciendo experiencias y productos únicos que atraigan a clientes internacionales.

## 5. PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución para el cumplimiento de las actividades tiene como fecha tope el 01 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 **martes 24 de septiembre de 2024 hasta el lunes 30 de septiembre del 2024, a las 12:00 hrs.**, vía correo electrónico dirigido a [cristian.becar@copeval.cl](mailto:cristian.becar@copeval.cl) con copia a [carolina.jarpa@copeval.cl](mailto: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](mailto:cristian.becar@copeval.cl) desde el envío de la invitación a postular hasta el **jueves 26 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%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

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 **martes 01 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: “ENOTURISMO YUMBEL;  
MÁS QUE UNA TRADICIÓN”, CÓDIGO 24REDME-256746-2, ETAPA DE DESARROLLO AÑO 1**

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: “ENOTURISMO YUMBEL;  
MÁS QUE UNA TRADICIÓN”, CÓDIGO 24REDME-256746-2, ETAPA DE DESARROLLO AÑO 1**

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: “ENOTURISMO YUMBEL; MÁS QUE UNA TRADICIÓN”, CÓDIGO 24REDME-256746-2, ETAPA DE DESARROLLO AÑO 1**

**EXPERIENCIA DEL OFERENTE**

<b>Nombre Oferte</b>	<b>Trayectoria en la materia/años de experiencia</b> (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**

<b>Nombre Cliente</b>	<b>Nombre Programa</b>	<b>Fecha de ejecución</b>	<b>Nombre Contacto</b>	<b>Fono o Correo Electrónico</b>

**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: “ENOTURISMO YUMBEL; MÁS QUE UNA TRADICIÓN”, CÓDIGO 24REDME-256746-2, ETAPA DE DESARROLLO AÑO 1**

- 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)