

BASES TÉCNICAS CONSULTORÍA: RED MERCADO “EXPORTACIÓN DE VINO ORGÁNICO CON ENFOQUE SUSTENTABLE DE ALTO VALOR”, DESARROLLO AÑO 1, CÓDIGO 23REDME-249838-2

1. ANTECEDENTES GENERALES

1.1. Objetivo General

El objetivo general del proyecto es lograr la exportación de vinos naturales de alto valor agregado y productos vitivinícolas desde la Región del Biobío hacia el mercado asiático, a través de la consolidación de una red de tres empresas del sector vitivinícola de la región que producen vino sustentable y artesanal, aprovechando las excepcionales condiciones climáticas y geográficas de la región, para ofrecer al mercado asiático un producto único y diferenciado.

1.3 Objetivos Específicos

1. Consolidar la red exportadora de tres empresas del sector vitivinícola para la exportación de vino natural al mercado asiático.
2. Establecer alianzas estratégicas con empresas locales para facilitar la distribución y promoción de los vinos en Asia.
3. Implementar una estrategia de marketing y promoción efectiva para penetrar el mercado Asiático.

2.3 Antecedentes del Programa

Lo primero a considerar es que es un “vino natural”, así según la afamada crítica de vinos Jancis Robinson¹, “el vino natural no tiene una definición estricta, pero tiende a definirse por lo que no es; Todos, excepto los vinos más horriblemente industriales...Durante siglos, añade, el azufre o los compuestos a base de azufre se han utilizado para estabilizar y preservar la frescura en todos estos productos, pero, a medida que el conocimiento técnico aumentó en el siglo XX, también lo hizo la variedad de aditivos utilizados en la vinificación, tanto así que en la década de 1970, muchos vinos olían más al laboratorio de química que a la cesta de frutas”. Ahora, según Jenny Lefcourt, de Jenny & François Selections, una afamada importadora de vinos naturales para Estados Unidos, ella precisa “Los vinos naturales son de baja tecnología o sin tecnología. Estos son vinos hechos a mano en el sentido más verdadero de un grupo de enólogos apasionados que van un paso más allá que los productores orgánicos y biodinámicos mediante el uso de métodos orgánicos en la bodega y en el viñedo, lo que significa que no hay levaduras de laboratorio, enzimas, azúcar, concentradores artificiales, acidificación, o se agregan sulfitos durante la fermentación, y los vinos se envejecen y se embotellan sin estabilizadores, ni filtrado excesivo o sulfitos”.

Ahora, a nivel internacional el sector vitivinícola de vinos naturales está creciendo en todo el mundo. Cada vez hay más consumidores que buscan vinos naturales, y cada vez hay más bodegas que elaboran este tipo de vinos. Los principales países productores de vinos naturales son Francia, Italia, España, Alemania y Austria, y los principales mercados son Estados Unidos, Europa y Asia.

El sector vitivinícola de vinos naturales a nivel internacional se encuentra en un momento de crecimiento y expansión, pero también enfrenta una serie de desafíos que deben ser abordados para asegurar su sostenibilidad a largo plazo. Entre los principales desafíos encontramos:

- Falta de definición y regulación dado que no existe una definición única y universalmente aceptada de "vino natural", lo que genera confusión entre consumidores y productores. Esto implica que la falta de regulación clara dificulta la comercialización y el acceso a mercados internacionales para los vinos naturales.
- Dificultades en la producción ya que las prácticas de cultivo y elaboración de vinos naturales son más exigentes y requieren mayor mano de obra que la producción convencional esto es porque los vinos naturales son más susceptibles a enfermedades y plagas, lo que aumenta los riesgos para los productores, además, la certificación de vinos naturales puede ser un proceso costoso y complejo.
- Barreras de acceso al mercado, los vinos naturales suelen tener un precio más elevado que los vinos convencionales, lo que puede limitar su accesibilidad a algunos consumidores. Además, la falta de conocimiento sobre los vinos naturales entre los consumidores puede dificultar su comercialización y los canales de distribución tradicionales para el vino no siempre están adaptados a la venta de vinos naturales.
- Competencia con los vinos convencionales, la industria del vino convencional es mucho más grande y tiene mayores recursos que el sector de vinos naturales. Los vinos convencionales suelen tener una mayor presencia en supermercados y tiendas de bebidas alcohólicas y las campañas de marketing de estos pueden ser más agresivas y tener un mayor impacto en los consumidores.

• Impacto del cambio climático, estos cambios afectan los patrones climáticos en las regiones vitivinícolas, lo que puede tener un impacto negativo en la producción de uvas y la calidad del vino. Los eventos climáticos extremos como sequías, inundaciones y heladas pueden dañar los viñedos y reducir la cosecha también puede afectar la disponibilidad de agua para riego, un recurso esencial para la producción de vino.

A pesar de estos desafíos, el sector vitivinícola de vinos naturales tiene un gran potencial para seguir creciendo en los próximos años. La creciente demanda de productos sostenibles y artesanales por parte de los consumidores, junto con el mayor conocimiento sobre los beneficios de los vinos naturales, son factores que impulsan el optimismo para el futuro de este sector.

La producción mundial de vino orgánico en 2023 alcanzó los 2.710 millones de litros. Si consideramos que entre el 60% y el 70% de este vino orgánico puede considerarse "vino natural", el consumo mundial de vino natural en 2023 estaría entre 1.626 y 1.897 millones de litros, un estudio realizado por Rabobank en 2022 estimó que el mercado global de vino natural ya alcanzaba los USD\$ 2.3 mil millones y preveía un crecimiento anual del 20% para los próximos años.

3.3 Resultados esperados

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

1. Participación en ferias y eventos comerciales:

- Seleccionar al menos una feria y/o evento comercial relevante en Asia para promocionar el vino de las viñas esto podría ser participando con un stand en esas actividades
- Desarrollar un stand atractivo y participar activamente en las actividades del o los eventos.
- Generar contactos con importadores, distribuidores, compradores potenciales y medios de comunicación que participen del evento y que preferentemente sean seleccionados de antemano de manera de conocer previamente con quien se reunirán.

2. Desarrollo de materiales de marketing y promoción adaptados al mercado asiático, incluyendo:

- Folletos y catálogos en inglés y/o idioma local.
- Sitio web en inglés y/o idioma local con información sobre la viña, su historia, sus vinos, su experiencia a la fecha y filosofía de producción.
- Materiales de punto de venta para minoristas.
- Presentaciones para importadores y distribuidores.
- Contenidos en redes sociales para generar compromiso con el público objetivo.

3. Establecer objetivos específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con plazos definidos (SMART) para la exportación como:

- Volumen de ventas,
- Ingresos por exportación,
- Posicionamiento de marca y rentabilidad,
- Segmentar los mercados objetivo en países o regiones con mayor potencial.

1. Identificar y analizar los requisitos legales y regulatorios para la exportación de vino natural a los mercados objetivo en Asia lo que incluye obtener las certificaciones necesarias, como las de calidad, origen y producción sostenible y asegurarse de cumplir con las normas de etiquetado y rotulado específicas de cada país.

2. Seleccionar importadores y distribuidores confiables en los mercados objetivo de Asia considerando su experiencia en el sector vitivinícola, red de distribución, reputación y capacidad para llegar al público objetivo y negociar contratos de venta que establezcan condiciones comerciales favorables para la viña.

4. Implementar la estrategia de logística y transporte:

- Seleccionar un transportista marítimo confiable y competitivo para el transporte del vino al mercado asiático.
- Establecer procedimientos eficientes para el manejo, almacenamiento y transporte del vino, asegurando la

calidad y conservación del producto durante todo el proceso.

- Cumplir con los requisitos de documentación y aduanas para la exportación.
- Monitorear el desempeño y seguimiento de indicadores clave de rendimiento (KPIs):
- Establecer KPIs para medir el éxito del plan de exportación, como volumen de exportaciones, ingresos por ventas, rentabilidad, posicionamiento de marca y satisfacción del cliente.
- Recopilar datos de manera regular y analizar el desempeño en comparación con los objetivos establecidos.
- Realizar ajustes y optimización de la estrategia identificando las áreas de éxito y las que requieren mejoras en la estrategia de exportación.
- Realizar ajustes en la estrategia de marketing, ventas, logística y finanzas para optimizar el rendimiento.

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

Plan de Actividades

| N° | Nombre actividad | Descripción | Resultado/meta actividad | Modalidad/sub contratación | Mes inicio | Mes término | Monto Total \$ | CDPR \$ | EMPRESA \$ |
|----|--|---|-------------------------------|----------------------------|------------|-------------|----------------|------------|------------|
| 1 | Asistencias a ferias y/o eventos en Asia | <p>El objetivo es ampliar la presencia de los vinos de las 3 viñas en el mercado asiático a través de la participación estratégica en ferias y eventos especializados en vino en China, Japón y Corea del Sur.</p> <p>Detalles estimado:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inscripción a evento • 4 días de estadía en país de evento • 1 representantes de | Informe, registro fotográfico | Sub contratación | 1 | 10 | 22.000.000 | 19.800.000 | 2.200.000 |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|--|-------------------------|---|----|-----------|-----------|---------|
| | | <p>cada viña</p> <ul style="list-style-type: none"> • asistencia a al menos 2 eventos del vino en Asia <p>Actividad Incluye: Los costos relacionados a esta actividad serán costo de la participación en feria y/o evento del vino, pasajes aéreos, alimentación, traslados, hospedaje, servicios de coordinación, registros de verificación, confección informe técnico, etc.</p> | | | | | | | |
| 2 | <p>Desarrollo de materiales de marketing y promoción adaptados al mercado asiático en los idiomas de los países a los que se apunta</p> | <p>El objetivo es ampliar la presencia de los vinos de las 3 viñas en el mercado asiático a través de la participación estratégica en ferias y eventos especializados en vino en China, Japón y Corea del Sur.</p> <p>Detalles estimado:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inscripción a evento • 4 días de estadía en país de evento • 1 representantes de cada viña • asistencia a al menos 2 eventos del vino en Asia <p>Actividad Incluye: Los costos relacionados a esta actividad serán costo de la participación en feria y/o evento del vino, pasajes aéreos, alimentación, traslados, hospedaje, servicios de coordinación, registros de verificación, confección informe técnico, etc.</p> | <p>Material de marketing e informe</p> | <p>Sub contratación</p> | 1 | 10 | 9.500.000 | 8.550.000 | 950.000 |
| 3 | <p>Asesoría técnica en exportaciones efectivas</p> | <p>Asesoría especializada en exportación efectiva lo que incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de un plan de exportación detallado, incluyendo objetivos, estrategias de marketing y ventas, y presupuesto. • Asesoramiento en materia de regulaciones sanitarias, fitosanitarias, aduaneras y otras normativas específicas de | <p>Informe</p> | <p>Sub contratación</p> | 1 | 10 | 4.500.000 | 4.050.000 | 450.000 |

| | | | | | | | | | |
|---------|---|--|---------|------------------|---|----|---------------------|---------------------|--------------------|
| | | <p>cada país de destino.</p> <ul style="list-style-type: none"> Búsqueda de fuentes de financiamiento para la exportación, como créditos a la exportación, seguros de crédito y otros instrumentos financieros. <p>Detalle estimado:</p> <p>HH profesional asesoría: 12 horas</p> <p>N° profesionales: 2</p> <p>Actividad Incluye:</p> <p>Los costos relacionados a esta actividad son los costos profesionales de la asesoría más costos operativos que se desprenden de la misma</p> | | | | | | | |
| 4 | Asesoría Técnica en Gestión estratégica internacional | <p>El objetivo de esta actividad es formalizar la creación de la red colaborativa entre las tres viñas, dotándola de una estructura tributaria, legal, organizacional y una identidad propia, para fortalecer su posicionamiento en el mercado y facilitar la gestión de sus actividades conjuntas.</p> <p>Detalle:</p> <p>Pago de especialista en gestión</p> <p>Pago de servicios de abogado y contador según corresponda</p> <p>Creación de la marca</p> <p>Actividad Incluye:</p> <p>Los costos relacionados a esta actividad serán los servicios profesionales para lograr la conformación de la institución más los costos operativos que se desprendan de ella.</p> | Informe | Sub contratación | 1 | 10 | 3.000.000 | 2.700.000 | 300.000 |
| Totales | | | | | | | \$39.000.000 | \$35.100.000 | \$3.900.000 |

4. PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución para el cumplimiento de las actividades tiene como fecha tope el 01 de agosto de 2025.

5. 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.

6. 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

De vinos, comprobables.

- Vinculación a empresas del sector a abordar de la región del Biobío.

7. PRESENTACIÓN DE OFERTAS Y FECHAS DE CONSULTAS

Las ofertas serán recibidas a partir del **viernes 11 de octubre de 2024 hasta el viernes 18 de octubre del 2024, a las 15:00 hrs.**, vía correo electrónico dirigido a nixsa.reyes@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 crislian.becar@copeval.cl desde el envío de la invitación a postular hasta el **martes 15 de octubre 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.

8. 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.

9. NOTIFICACIÓN DE RESULTADOS

Los resultados serán entregados a los postulantes el **lunes 21 de octubre de 2024** mediante correo electrónico.

10. 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 RED MERCADO “EXPORTACIÓN DE VINO ORGÁNICO CON ENFOQUE SUSTENTABLE DE ALTO VALOR”, DESARROLLO AÑO 1, CÓDIGO 23REDME-249838-2

| |
|--|
| |
|--|

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 MERCADO “EXPORTACIÓN DE VINO ORGÁNICO CON ENFOQUE SUSTENTABLE DE ALTO VALOR”, DESARROLLO AÑO 1, CÓDIGO 23REDME-249838-2

| |
|--|
| |
|--|

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

RED MERCADO “EXPORTACIÓN DE VINO ORGÁNICO CON ENFOQUE SUSTENTABLE DE ALTO VALOR”, DESARROLLO AÑO 1, CÓDIGO 23REDME-249838-2

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 MERCADO “EXPORTACIÓN DE VINO ORGÁNICO CON ENFOQUE SUSTENTABLE DE ALTO VALOR”, DESARROLLO AÑO 1, CÓDIGO 23REDME-249838-2

| |
|--|
| |
|--|

- 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)