

TÉRMINOS DE REFERENCIA PARA
CONTRATACIÓN DEL CONSULTOR EXPERTO PARA EL
DESARROLLO DE LA ETAPA DE VALIDACIÓN ESTRATÉGICA
PROGRAMA TERRITORIAL INTEGRADO – “**ENOTURISMO
VALLE DEL BIO BIO**”
CÓDIGO: **24PTI - 269123**

LEVANTAMIENTO, CARACTERIZACIÓN, VALIDACIÓN Y CO-
CONSTRUCCIÓN DE UN MODELO DE GESTIÓN TERRITORIAL

Contenido

1. TÉRMINOS DE REFERENCIA.....	3
2. ANTECEDENTES TÉCNICOS GENERALES.....	3
2.1. PROGRAMAS TERRITORIALES INTEGRADOS - PTI	3
2.1.1. <i>Objetivos de los PTI</i>	<i>3</i>
2.1.2. <i>Instancias y Etapas de los PTI.....</i>	<i>3</i>
2.2. PROGRAMA TERRITORIAL INTEGRADO “ENOTURISMO VALLE DEL BIO BÍO”, REGIÓN “BIOBÍO”	4
2.2.1. <i>Antecedentes generales y Contexto PTI “Enoturismo Valle del Bio Bío”</i>	<i>5</i>
3. ANTECEDENTES METODOLÓGICOS	14
3.1. OBJETIVO DE LA CONSULTORÍA	14
3.1.1. <i>Objetivo general</i>	<i>14</i>
3.1.2. <i>Objetivos Específicos</i>	<i>15</i>
3.2. REGLAMENTOS, MANUALES Y DOCUMENTOS	15
3.3. FASES Y CONTENIDOS DE LOS INFORMES	15
3.3.1. <i>Ajuste metodológico. Fase 0</i>	<i>16</i>
3.3.2. <i>Informe de avance. Fase 1.....</i>	<i>17</i>
3.3.3. <i>Informe Final. Fase 2</i>	<i>21</i>
3.3.4. <i>Borrador formulario de postulación Etapa Ejecución año 1.....</i>	<i>24</i>
4. ANTECEDENTES ADMINISTRATIVOS	26
4.1. DISPOSICIONES GENERALES	26
4.1.1. <i>Consultores que pueden participar</i>	<i>26</i>
4.1.2. <i>Contraparte técnica y administrativa.....</i>	<i>26</i>
4.2. ASPECTOS DE LA CONVOCATORIA	26
4.2.1. <i>Presentación de las ofertas</i>	<i>26</i>
4.2.2. <i>Contenido mínimo de la oferta.....</i>	<i>26</i>
4.2.3. <i>Evaluación de la oferta.....</i>	<i>27</i>
4.2.4. <i>Criterios de evaluación</i>	<i>27</i>
5. ANTECEDENTES LEGALES DE LA EMPRESA	28
5.1. ASPECTOS DEL CONTRATO	28
5.1.1. <i>Plazo de ejecución</i>	<i>28</i>
5.1.2. <i>Presupuesto.....</i>	<i>28</i>
5.1.3. <i>Entregables y forma de pago</i>	<i>29</i>
5.1.4. <i>Características de la Empresa</i>	<i>30</i>
5.1.5. <i>Características del Equipo de trabajo.....</i>	<i>30</i>
5.1.6. <i>Responsabilidades del/de la Consultor/a</i>	<i>30</i>
5.1.7. <i>Exposición de resultados</i>	<i>31</i>
5.2. ANEXO 1: FORMULARIO POSTULACIÓN ETAPA DE EJECUCIÓN AÑO 1	32
5.3. ANEXO 2: EMPRESA CONSULTORA	48
5.4. ANEXO 3: EQUIPO PROFESIONAL DE LA EMPRESA	49
5.5. ANEXO 4: PLAN DE TRABAJO	50
5.6. ANEXO 5: OFERTA ECONÓMICA	53

1. TÉRMINOS DE REFERENCIA

El presente documento tiene por objetivo establecer los antecedentes y especificaciones técnicas para la contratación de la consultoría que permite ejecutar la etapa de Validación Estratégica del Programa Territorial Integrado “ENOTURISMO VALLE DEL BIO BÍO”, de la región del Biobío.

En este documento, y, en primer lugar, se mencionan las características generales de los Programas Territoriales Integrados impulsados por Corfo, su objetivos y etapas. A continuación, se entregan las especificaciones del PTI ENOTURISMO VALLE DEL BIO BÍO del Biobío, detallando las características de la actividad productiva, territorio y masa crítica que espera impactar. El último apartado del documento contiene el detalle de las actividades, para cuya ejecución se contrata al consultor.

2. ANTECEDENTES TÉCNICOS GENERALES

2.1. Programas Territoriales Integrados - PTI

Los Programas Territoriales Integrados son una propuesta de desarrollo económico territorial que se acerca a la región desde sus vocaciones productivas¹ y las cadenas de valor. Tiene por foco el escalamiento competitivo de éstos y el impacto en las economías locales.

Su diseño se sustenta en la capacidad de gestionar el apalancamiento de recursos privados y públicos, con el fin de implementar una cartera de iniciativas de inversión en fomento productivo y condiciones habilitantes. Se parte de la premisa de que, si no existen inversiones, es poco probable que las cadenas de valor escalen en competitividad y, menos aún, se genere impacto en las economías locales.

2.1.1. Objetivos de los PTI

Objetivo General

Apoyar la coordinación y articulación de acciones y proyectos destinados a mejorar la competitividad de un territorio, que fomenten el desarrollo productivo sustentable de cadenas de valor y/o sectores con potencial de escalamiento y de impacto estratégico en la economía regional y/o local.

Objetivos específicos

- ✓ Contribuir a la coordinación e implementación de iniciativas productivas estratégicas, derivadas de acciones públicas y privadas relevantes para el territorio.
- ✓ Apoyar el desarrollo sinérgico de acciones e iniciativas de interés público y/o privado que fomente el desarrollo productivo sustentable de cadenas de valor con potencial de escalamiento y de impacto estratégico en la economía del territorio.
- ✓ Facilitar el uso de mecanismos de cofinanciamiento de Corfo-CDPR y el acceso a otras herramientas de apoyo y financiamiento.

2.1.2. Instancias y Etapas de los PTI

Previo a la ejecución de las etapas, el PTI considera la instancia de pertinencia de las iniciativas con potencial de ser abordadas a través de un proyecto PTI. Si las iniciativas son pertinentes, los proyectos se ejecutan en etapas sucesivas, siendo necesaria la ejecución, término, entrega de informes y rendición de cuentas de cada

¹ Una vocación productiva no es sólo un conjunto de actividades de producción de bienes y/o servicios asociados a uno o varios sectores económicos, que se encuentran localizadas territorialmente y que dan origen a un tejido productivo que se estructura en torno a éstos y sus ventajas comparativas, sino que, a su vez, es una historia productiva con fuerte raigambre cultural, que ha establecido un conjunto de conocimientos adquiridos y difundidos en el tiempo.

una de las etapas para pasar a la siguiente. La instancia y etapas de un PTI son: Pertinencia, Validación Estratégica y Ejecución.

Instancia de Pertinencia: Corresponde a la etapa en que Corfo evalúa la “pertinencia” de realizar un PTI en un territorio y para un sistema de valor en particular. La Dirección Regional de Corfo o CDPR es la responsable de presentar una propuesta de PTI al nivel central de la Corporación, la que es evaluada en base a la existencia de la cadena de valor, las oportunidades de generación de valor e impacto en las economías regionales y la masa empresarial existente en el territorio.

Etapas de Validación Estratégica: Corresponde en esta etapa la “validación de la hipótesis de agregación de valor a las cadenas identificadas que conforman la cadena de valor de la industria de interés” en la Etapa de Pertinencia, a partir de un levantamiento de información sobre los actores territoriales, brechas de competitividad y oportunidades.

En esta etapa se validarán y proyectarán las variables y acciones pertinentes al desarrollo territorial, la generación de capital social y/o las necesidades de coordinación, de acuerdo con las vocaciones productivas y la cadena de valor con potencial de escalamiento y de impacto estratégico en la economía del territorio.

Se asignarán recursos para financiar acciones destinadas a la validación de los objetivos del proyecto con actores relevantes del territorio, la definición del modelo organizacional del proyecto, la formulación de las líneas de acción y la construcción colaborativa del Modelo de Gestión Territorial.

La duración de esta etapa no podrá superar los tres (3) meses, ampliables hasta por un (1) mes, por el Director Ejecutivo del CDPR, lo cual debe solicitarse por escrito, de manera fundada y previo al cumplimiento del plazo inicial.

Etapas de Ejecución: En esta etapa se lleva a cabo un conjunto sistemático de acciones orientadas a implementar el Modelo de Gestión Territorial (diseñado en la Etapa de Validación Estratégica), para la coordinación y desarrollo sinérgico de acciones e iniciativas de interés público y/o privado que fomenten el desarrollo productivo sustentable del sistema de valor con potencial de escalamiento y de impacto estratégico en la economía del territorio.

La duración de esta etapa no podrá ser superior a tres (3) años, renovables anualmente y ampliables hasta por dos (2) meses por cada año de ejecución, por el Director Ejecutivo del CDPR.

La consultoría a contratar en virtud del proceso regulado por estos Términos de Referencia es para ejecutar la Etapa de Validación Estratégica, en los términos establecidos en el Acuerdo N° 334 adoptado por el Consejo Directivo CDPR en su sesión N°94, de 09 de agosto de 2024, la que aprobó y asignó recursos para dicha etapa, del Programa Territorial Integrado (PTI) denominado “ENOTURISMO VALLE DEL BIO BIO”, Código 24PTI-269123, el cual tiene por objetivo general:

“Diseñar y validar un modelo de gestión territorial que permita fortalecer la cadena de valor de la industria del enoturismo de la región del Biobío, articulando y coordinando a los principales actores públicos y privados”

2.2. Programa Territorial Integrado “Enoturismo Valle del Biobío”, región “Biobío”

Es requerimiento del CDPR Biobío desarrollar la Etapa de Validación Estratégica el PTI denominado

“Enoturismo Valle del Biobío”.

El territorio que se pretende abarcar con el mencionado PTI corresponde a **“todas las comunas de la Región del Biobío que registran actividades directas e indirectas de enoturismo asociadas a la actividad vitivinícola²”**. A continuación, se presentan antecedentes de contexto que permitirán entender la cadena de valor que se espera intervenir, sus empresas y territorio.

2.2.1. Antecedentes generales y Contexto PTI “Enoturismo Valle del Bio Bio”

En este apartado se incorporan antecedentes generales del PTI “Enoturismo Valle del Biobío”, que servirán de contexto. Estos elementos corresponden a distintas consideraciones y factores a priori que, en algunos casos también servirán como precursores para la detección de posibles brechas competitivas durante el desarrollo de la consultoría.

2.2.1.1. Estrategia Regional de Desarrollo

En relación con la Estrategia Regional de Desarrollo, esta no hace referencia directa a ningún sector productivo en específico, sin embargo podemos decir que en la emergente de la Industria del Enoturismo presente en la Región, encontramos elementos que se alinean con esta Estrategia, particularmente lo que dice relación con la “IDENTIDAD LOCAL” y de sobre manera, lo que dice relación con propender a un desarrollo económico y social equilibrado y lo que dice relación con fortalecer y diversificar la matriz productiva y exportadora de la región.

Otro elemento central en la Estrategia es la “SOSTENIBILIDAD”, que estará presente en todas las actividades directas e indirectas vinculadas a la industria del enoturismo regional que se persigue desarrollar.

2.2.1.2. Nivel de desarrollo del sector e industria en el territorio

El enoturismo en la Región del Biobío, Chile, ha ganado popularidad en los últimos años gracias a sus condiciones climáticas y geográficas que son propicias para la viticultura. La región, ubicada al sur del país, ofrece un paisaje diverso que incluye montañas, ríos y un clima que varía desde templado a mediterráneo, lo cual es ideal para el cultivo de diversas variedades de uvas.

Entre las principales características del enoturismo en el Biobío, podemos señalar:

- ✓ **Viñedos y Bodegas:** La región cuenta con varias viñas que han comenzado a destacar a nivel nacional e internacional. Viñas como Viña Santa Ema, Viña del Río y otras han abierto sus puertas al público, ofreciendo tours, degustaciones y experiencias enoturísticas.
- ✓ **Rutas del Vino:** Se han desarrollado rutas del vino que permiten a los visitantes explorar diversas bodegas y viñedos, disfrutar de catas de vino y conocer el proceso de producción. Estas rutas son ideales para quienes desean combinar el turismo con la educación sobre el vino.
- ✓ **Gastronomía Local:** La oferta gastronómica va de la mano con el enoturismo. Muchos viñedos tienen restaurantes que ofrecen platos típicos de la región, acompañados de sus propios vinos. Esto permite a los visitantes disfrutar de una experiencia culinaria completa.

² Se sugiere recurrir a los registros del SAG de los años 2022 y 2023.

- ✓ Actividades complementarias: Además de las catas y tours, muchas bodegas ofrecen actividades complementarias como paseos a caballo, recorridos en bicicleta y talleres de cocina, lo que enriquece la experiencia del visitante.
- ✓ Accesibilidad y Atractivos Naturales: La Región del Biobío tiene atractivos naturales impresionantes, incluyendo la cordillera de los Andes, el río Biobío y parques nacionales, lo que permite combinar el enoturismo con actividades al aire libre como el senderismo y la observación de la fauna.
- ✓ Cultura y Tradiciones: El enoturismo en el Biobío también permite a los visitantes conocer más sobre la cultura local, las tradiciones y la historia asociada a la agricultura y la vinificación en la región.

Si bien el desarrollo de esta industria a nivel regional, es aún incipiente, esta iniciativa se sustenta en numerosas e importantes acciones tempranas que ya se están ejecutando en torno a esta industria, acciones que se explicarán en detalle en los capítulos siguientes, que se comienzan a realizar a partir de inicios del presente año, producto de la definición estratégica del Comité Regional de Desarrollo Productivo de la Región del Biobío, de las cuales ya existen avances significativos y muy relevantes, como se explicará.

Las acciones mencionadas recogen las iniciativas que emergen de la Mesa de Enoturismo Regional liderada por SERNATUR y en donde CORFO es participe, junto a otras entidades públicas sumado empresarios líderes de la actividad. También surgen de la motivación expresada por varios empresarios del vino que deseaban entrar a desarrollar la actividad del enoturismo. También surgen de las Unidades de Fomento Productivo de los Municipios de las comunas en donde se desarrolla la actividad vitivinícola, coincidentemente comunas que requieren ser apoyadas por sus precarios indicadores de desempeño económico como Yumbel, Nacimiento, Negrete, Laja, San Rosendo Florida, Santa Juana y Tomé. Es decir, ya se pudo constatar la articulación de actores público – público y la articulación público - privada.

Otra fuente muy relevante para el levantamiento de iniciativas tempranas fue la realización durante el año 2023, del Programa Acelera de CORFO, ejecutado en las mencionadas comunas declaradas como en rezago económico, justamente donde están emplazadas la mayoría de los viñedos y bodegas. Este programa fue una gran contribución a los importantes logros alcanzados a la fecha, que más abajo se enumeran, ya que permitió visibilizar a pequeños empresarios, que, por ello, no pueden o no logran alcanzar o acceder a los apoyos de CORFO-CDPR o de otras entidades de fomento productivo y coincidentemente, fueron muchas de ellas (19) que ya están vinculadas a iniciativas asociativas en torno al enoturismo y/o inversiones orientadas al enoturismo, como se mostrará en el próximo capítulo.

En resumen, se pueden mencionar las siguientes acciones tempranas, que en tan solo 6 meses se han verificado y que dan lugar a pensar y concluir que están las condiciones y la masa crítica, para construir los cimientos de una nueva industria de alto impacto en las empresas que la promueven y empresas de entorno de cadena de valor. A mencionar a continuación, las siguientes acciones e iniciativas tempranas:

- ✓ 11 proyectos asociativos REDME de enoturismo y 1 Proyecto REDASO de enoturismo. aprobados por el Comité de Desarrollo Productivo (en mayo 2024), que trabajarán asociativamente en desarrollar rutas enoturísticas en la locación en donde desarrollan la actividad vitivinícola. Las empresas involucradas a la fecha, son ya cerca de 50.
- ✓ 11 proyectos de inversión en enoturismo, aprobados en el mes de Junio de 2024, en donde, a través del instrumento ACTIVA INVERSION, 11 empresas invertirán en infraestructura orientada al enoturismo.
- ✓ 19 empresas del programa ACELERA de CORFO, que trabajarán asociativamente proyectos REDME de enoturismo ya mencionados y ya aprobados y en donde varios de ellos realizarán, además, importantes inversiones orientadas al enoturismo, a través del instrumento Activa Inversión.

Respecto de lo anterior, también se pudo mencionar que, como fruto temprano, se verificará, producto de los 11 proyectos de Activa Inversión, recién aprobados para infraestructura enoturística, se verificará, de aquí a un año, la inversión de 480 millones de pesos por parte de CORFO – CDPR y un apalancamiento privado de 330 millones de pesos.

Según Enoturismo Chile, la región del Biobío, aporta 5 viñedos y bodegas abiertos al enoturismo, entonces, es posible definir otro indicador de éxito del Programa Territorial, el cual consistiría en aumentar el aporte en bodegas abiertas al enoturismo.

Lo antes mencionado, y los notables avances en tan corto plazo, está demostrando la gran motivación que está suscitando, en el ámbito público y empresarial, el impulsar esta emergente industria del enoturismo en la región.

Con estas acciones y en tan corto plazo (5 meses), se está impactando en comunas con indicadores económicos de rezago, se está impactando también, ya, en un gran número de empresas, a través de un gran número de proyectos asociativos y de inversión productiva, todo orientado a potenciar esta emergente industria para la región del Biobío.

Lo anterior, también demuestra que existe una masa crítica de empresas, de toda la cadena de valor de la industria del Enoturismo, que está muy motivada y ya involucrada en proyectos asociativos de enoturismo y proyectos de inversión para el enoturismo.

Por lo tanto, se puede concluir que ya están dadas las condiciones de base, como para impulsar un PTI de Enoturismo, que sea el articulador, que ponga en valor, y posicione a la región y al Valle del Biobío, como un polo del enoturismo de calidad y de atractivo mundial.

Cuáles serán entonces, algunas de las importantes acciones que debiera realizar el presente PTI de Enoturismo, y que altamente probable, estén presentes en la Planes de trabajo anuales:

- Articular, coordinar y fortalecer, las iniciativas público – público; público – privado; y privado-privado
- Ser la plataforma que coordine, ponga en valor, visibilice y posicione en los mercados objetivos que se definan, la oferta perfeccionada de las 11 rutas enoturísticas (y las emerjan a futuro) aprobadas por CORFO – CDPR, que están iniciando el trabajo de diseño y puesta en valor.
- Propiciar y apoyar iniciativas de innovación
- Propiciar y apoyar iniciativas de atracción de inversiones
- Propiciar y apoyar iniciativas de generación de capital humano avanzado.
- Propiciar y apoyar iniciativas de inversión
- Propiciar y apoyar iniciativas de mejoramiento de la calidad y de certificaciones.
- Propiciar y apoyar iniciativas de sostenibilidad ambiental
- Propiciar y apoyar iniciativas de integración y de género
- Propiciar y apoyar iniciativas de asociatividad

2.2.1.3. Desarrollo de la cadena de valor del enoturismo del Biobío

La cadena de valor del enoturismo abarca todas las etapas involucradas en la producción y comercialización de vinos, así como en la experiencia turística relacionada con la visita a bodegas y viñedos. Comienza con la producción de la uva en los viñedos, seguido por el proceso de vinificación en las bodegas, la comercialización y distribución de los vinos, y finalmente la experiencia turística que incluye visitas guiadas, catas de vino, maridajes, eventos especiales, entre otros.

Cada etapa de la cadena de valor del enoturismo agrega valor al producto final y contribuye a la experiencia global del turista. La calidad de la uva, la técnica de vinificación, la marca y la promoción del vino, así como la hospitalidad y el servicio ofrecido durante la visita a las bodegas, son aspectos clave que influyen en la percepción y satisfacción del turista.

La Cadena de Valor de la Industria del Enoturismo, se puede explicar en base al diagrama que se presenta a continuación:



La cadena de valor de la industria del enoturismo es altamente integradora, como lo es la industria del turismo. Están absolutamente integrados eslabones como lo son los productores de uva, productores de vino, gastronomía, logística, actividades de entretenimiento, comercio, artesanía; la academia como fuente del conocimiento y la innovación y el sector público sintetizado con la participación activa de entidades de fomento productivo y la gobernanza local reflejado en la importante presencia de los municipios de localidades por lo general de características rurales.

A modo de ejemplo, se muestran los encadenamientos y como se vinculan los diferentes eslabones de la cadena de valor y se describen las áreas de desarrollo para fortalecer a los diferentes eslabones de la cadena de valor de esta incipiente industria en la región:

Actividades en Bodega:

- **Recorridos por bodegas y viñedos:** Tours guiados que muestran el proceso de cultivo, cosecha y producción del vino, ofreciendo a los visitantes una visión integral de la viticultura.
- **Degustación y catas:** Sesiones de cata de vinos donde los visitantes pueden probar diferentes variedades de vinos producidos en la bodega, acompañadas de explicaciones sobre sus características y procesos de producción.
- **Tiendas:** Espacios de venta donde los visitantes pueden adquirir vinos y otros productos relacionados directamente de la bodega.
- **Museo del vino:** Instalaciones dedicadas a la historia y cultura del vino, proporcionando un contexto histórico y educativo a los visitantes.
- **Eventos especiales:** Organización de eventos como festivales de vendimia, cenas maridaje, y otros eventos temáticos que atraen a un público diverso.
- **Alojamiento:** Algunas bodegas ofrecen servicios de alojamiento, permitiendo a los visitantes disfrutar de una estancia completa inmersa en el entorno vinícola.
- **Restaurantes:** Ofrecen experiencias gastronómicas que maridan los vinos locales con la cocina regional, mejorando la experiencia del visitante.

Oferta Complementaria en el Destino

La oferta complementaria en el destino abarca una gama más amplia de servicios turísticos que se encuentran en las proximidades de las bodegas y viñedos. Estos servicios complementan la experiencia enoturística y promueven una estancia prolongada en la región, contribuyendo al desarrollo económico local.

Alojamiento:

- **Hoteles:** Establecimientos que proporcionan hospedaje de diferentes categorías, desde hoteles boutique hasta hoteles de lujo.
- **Hostales:** Opciones de alojamiento más económicas que ofrecen una experiencia más accesible.
- **Bed & Breakfast (B&B):** Alojamiento que incluye desayuno, a menudo en un entorno más íntimo y familiar.
- **Cabañas:** Opciones de alojamiento independientes, a menudo ubicadas en entornos naturales.

Actividades:

- **Bicicletas:** Rutas y alquiler de bicicletas para explorar los viñedos y paisajes circundantes.
- **Cabalgatas:** Paseos a caballo que permiten a los visitantes disfrutar del entorno natural y de los viñedos desde una perspectiva diferente.
- **Trekking:** Senderismo y caminatas por rutas escénicas que atraviesan viñedos y áreas naturales.
- **Paseos:** Actividades de recreación y exploración que pueden incluir visitas a lugares de interés cercanos.
- **Museos:** Visitas a museos locales que complementan la oferta cultural y educativa del destino.
- **City Tour:** Recorridos por las ciudades y pueblos cercanos, mostrando su patrimonio histórico y cultural.

Comercio:

- **Tiendas:** Venta de productos locales, artesanías y recuerdos que los visitantes pueden llevarse como memoria de su experiencia.
- **Artesanía:** Productos artesanales que reflejan la cultura y tradiciones locales.
- **Transporte:** Servicios de transporte que facilitan el traslado de los visitantes entre las bodegas y otros puntos de interés.

Alimentación:

- **Restaurantes:** Ofrecen una variedad de opciones gastronómicas, desde cocina local hasta gourmet, en ambientes que complementan la experiencia enoturística.
- **Bares:** Espacios donde los visitantes pueden disfrutar de vinos locales en un ambiente relajado.
- **Cafeterías:** Lugares que ofrecen bebidas y comidas ligeras.
- **Emporios:** Tiendas que venden productos alimenticios locales y gourmet.

Agentes Intermediarios

Los agentes intermediarios juegan un papel crucial en la promoción y comercialización de la oferta enoturística. Estos incluyen:

- **Tour Operadores:** Empresas que organizan y venden paquetes turísticos que incluyen visitas a bodegas y actividades enoturísticas.
- **Agencias de viaje:** Facilitan la reserva y venta de experiencias enoturísticas.
- **Operadores locales:** Empresas y guías locales que proporcionan servicios y tours en la región.

- **Operadores online:** Plataformas digitales que promueven y venden experiencias enoturísticas a un público global.

La cadena de valor de la industria involucra a muchos actores, y por tratarse, el enoturismo de un tipo particular de turismo obliga, más que otras industrias, a **desarrollar un trabajo altamente asociativo y colaborativo entre todos los actores**. El análisis de la situación mundial, país y regional dará cuenta de ello, y de ello habrá que sacar y aprender de experiencias exitosas para que esta iniciativa, también lo sea.

Probables brechas que habrá que trabajar en este Programa y que probablemente estarán presentes en los planes de trabajo anual, son las siguientes:

- 1. Falta de identidad del producto
- 2. Escasa diversificación y sofisticación de la oferta enoturística.
- 3. Falta de señalética y problemas de conectividad
- 4. Bajo desarrollo y certificación del capital humano asociado al sector
- 5. Desconocimiento del perfil del enoturista
- 6. Ausencia de estrategia de promoción y comercialización Enoturismo
- 7. Dificultades para la comercialización
- 8. Ausencia de un sistema de inteligencia de mercado
- 9. Desconocimiento de la sustentabilidad aplicada al enoturismo.
- 10. Bajos niveles de calidad y sustentabilidad en la oferta
- 11. Bajo nivel de asociatividad del sector
- 12. Falta de coordinación público-privada y de sinergias interregionales

- **Posibles encadenamientos productivos:**

El enoturismo, que combina el turismo y la cultura del vino, puede generar una serie de encadenamientos productivos que impactan de manera positiva tanto en la economía local como en la cultura y sostenibilidad de las regiones. A continuación, se indican algunos posibles encadenamientos productivos:

Producción Vitivinícola: El corazón del enoturismo es la producción de vino. Las bodegas no solo producen vino, sino que también pueden involucrarse en prácticas de viticultura sostenible que valoran el medio ambiente y fomentan la biodiversidad.

Turismo: Las bodegas se convierten en destinos turísticos. Las visitas a las bodegas, las catas de vino y las experiencias de cosecha son atractivos que atraen turistas nacionales e internacionales, fomentando así la industria turística local.

Gastronomía Local: Este tipo de turismo a menudo va de la mano con la gastronomía local. Las bodegas pueden colaborar con restaurantes y productores locales para ofrecer menús que mariden con sus vinos, lo que impulsa la demanda de productos agrícolas y alimentarios locales.

Fabricación de Productos Derivados: Con la producción de vino también surgen oportunidades para crear productos derivados, como vinagres, licores, o productos gourmet que incorporen vino, lo que diversifica aún más la oferta.

Artesanías y Souvenirs: Las bodegas pueden vender productos artesanales relacionados con el vino, como copas, decantadores, u otros souvenirs que atraigan a los turistas y les permitan llevarse un recuerdo de su visita.

Experiencias y Actividades: El enoturismo también puede incluir actividades como paseos en bicicleta por los viñedos, rutas de senderismo, talleres de cata, y clases de cocina, lo que genera ingresos adicionales para empresas y emprendedores locales.

Empleo Local: Todas estas actividades generan empleo en diversas áreas, desde la agricultura hasta la hostelería, el transporte y el entretenimiento, contribuyendo al desarrollo económico de la región.

Promoción Cultural: El enoturismo puede fomentar la promoción de la cultura local a través de festivales del vino, ferias gastronómicas y eventos culturales, lo que a su vez puede atraer más visitantes y realzar la identidad de la región.

Sostenibilidad: Las prácticas sostenibles en la viticultura también generan un impacto positivo en el medio ambiente, promoviendo un enfoque más consciente del turismo que puede atraer a un segmento de mercado preocupado por dichas prácticas.

Investigación y Educación: La colaboración con universidades y centros de investigación en temas relacionados con la enología, la agricultura sostenible y el turismo puede fomentar la innovación y la formación de nuevos profesionales en el sector.

En resumen, el programa no solo se limitará a la promoción del vino, sino que también implicará una amplia red de interacciones y beneficios económicos, culturales y ambientales que pueden enriquecer a comunidades enteras.

- **Cartera de productos/servicios:**

La industria del enoturismo ofrece una gran variedad de productos y servicios que pueden atraer a diferentes tipos de visitantes. A continuación, se muestra una cartera de productos y servicios que podrían incluirse en una oferta de enoturismo:

1. **1 Visitas Guiadas a Bodegas:**
 - **Visita Estándar:** Recorrido por la bodega, explicación del proceso de elaboración del vino y degustación de diferentes variedades.
 - **Visita Premium:** Incluye una cata de vinos selectos y maridajes.
 2. **Experiencias de Cata:**
 - **Cata Comparativa:** Comparación de varios vinos de la bodega para aprender sobre sus distintos perfiles de sabor.
 - **Cata a Ciegas:** Degustación de vinos sin conocer sus etiquetas para desarrollar las habilidades de cata.
 3. **Eventos Especiales:**
 - **Cenas Maridaje:** Cenas gourmet que combinan platos locales con vinos de la bodega.
 - **Eventos Musicales o Artísticos:** Conciertos, exposiciones de arte u otras actividades culturales en la bodega.
 4. **Talleres y Clases:**
 - **Clases de Cocina y Maridaje:** Aprendizaje sobre la armonización de platos locales con vinos.
 - **Talleres de Elaboración de Vino:** Experiencia práctica en la elaboración de vino para turistas interesados.
 5. **Experiencias al Aire Libre:**
 - **Picnics en el Viñedo:** Cestas de picnic con productos locales y vinos para disfrutar en el viñedo.
 - **Rutas en Bicicleta entre Viñedos:** Recorridos en bicicleta por los viñedos con paradas para degustaciones.
 6. **Paquetes Turísticos:**
 - **Paquete Fin de Semana:** Incluye alojamiento, visitas a bodegas, cenas y actividades enoturísticas.
 - **Paquete Romántico:** Diseñado para parejas e incluye cenas románticas, cata de vinos y alojamiento de lujo.
 7. **Venta de Productos Relacionados:**
 - **Vino embotellado:** Venta de las variedades producidas por la bodega.
 - **Souvenirs y Regalos:** Copas de vino grabadas, sacacorchos personalizados, entre otros.
- **Oportunidades de mercado:**
 - ✓ Si en 2016 había 119 viñas con actividad turística en Chile, el número de bodegas que reciben visitantes aumentó a un total de 153 (Enoturismo Chile - 2023).
 - ✓ Es interesante saber que desde 2016 al 2023 es decir en 7 años, el incremento del número de viñedos abiertos se incrementó en un 34 %.
 - ✓ Se debe hacer notar que en Chile existen del orden de 800 bodegas, de las cuales solo 153 están abiertas al enoturismo, lo que representa solo el 20%, lo que está lejos de lo que sucede en USA en donde cerca del 90% de las bodegas están abiertas al enoturismo, lo que

explica, en gran medida, el enorme nivel de ingresos producto del desarrollo de esta actividad (15.000 millones/año).

- ✓ Se estima en 130 US\$ el gasto de un turista en una visita a un viñedo y bodega.
- ✓ La demanda extranjera desestacionaliza la actividad lo que es muy bueno de punto de vista del flujo de caja de los actores de la cadena de valor que trabajan en torno a la actividad. Lo otro importante, es que la oferta nacional es atractiva para el extranjero, destacando Brasil como el primer país emisor de enoturistas hacia Chile, lo que es también muy bueno, por la distancia y por el gran mercado (en volumen y poder adquisitivo) que, para Chile, representa Brasil. Por tanto, este es un mercado objetivo interesante de estudiar y aprovechar.
- ✓ Entre los principales motivos de la demanda enoturística en Chile, se destacan la compra de vino, catas y gastronomía como las principales motivaciones de los enoturistas. Sin lugar a dudas, que aquí hay un trabajo grande por hacer, en agregar más atractivos, como culturales y patrimoniales, así como, actividades y experiencias diferenciadas y memorables al aire libre, que complementadas y articuladas, hagan atractiva y grata, la visita del enoturista.
- ✓ En el caso del enoturismo del Valle del Biobío, de acuerdo al conocimiento inicial que se tienen hasta este momento de la industria, se trataría de una oferta muy diferenciada a lo existente en otros valles del país. Ello porque en el Valle del Biobío, los viñedos y bodegas son de pequeña escala (desde 1 ha hasta 10 has aprox.), casi todas trabajando en producción orgánica, por lo general con viñedos ancestrales, y con una fuerte raíz costumbrista, en donde el paisaje, la cultura, el patrimonio, calidez y los sabores, harán la diferencia

- **Oportunidades de incorporación de tecnologías:**

La intersección de la tecnología y el enoturismo ha transformado la forma en que los visitantes experimentan las regiones vitivinícolas. Aquí hay algunos ejemplos de cómo la tecnología está influyendo en el enoturismo:

- ✓ Aplicaciones Móviles: Muchas bodegas han desarrollado aplicaciones que permiten a los visitantes obtener información sobre los diferentes vinos, hacer reservas y compras, y acceder a promociones especiales. Estas aplicaciones pueden incluir mapas interactivos de viñedos y recomendaciones personalizadas.
- ✓ Tours Guiados con Tecnología: Los tours autoguiados que utilizan dispositivos móviles o audioguías digitales permiten a los visitantes aprender sobre la historia y el proceso de producción del vino a su propio ritmo.
- ✓ Drones: Los drones se están utilizando para monitorear los viñedos, ayudar en la cosecha, y ofrecer vistas aéreas que pueden ser atractivas para los turistas y mejorar la experiencia de marketing.
- ✓ Big Data y Análisis: Las bodegas pueden utilizar datos de clientes y tendencias de consumo para personalizar las experiencias de enoturismo y mejorar la calidad de sus servicios. El análisis de datos puede ayudar a las empresas a identificar preferencias y optimizar sus ofertas.
- ✓ Marketing Digital: Las redes sociales y otras plataformas de marketing digital son fundamentales para promocionar experiencias de enoturismo. Las bodegas pueden compartir contenido atractivo, historias sobre su producción y eventos especiales, lo que les permite llegar a un público más amplio.
- ✓ Sostenibilidad y Tecnología: La tecnología también está ayudando a las bodegas a implementar prácticas sostenibles, que son cada vez más relevantes para los turistas. El uso de sistemas de gestión de recursos y energías renovables no solo mejora la eficiencia, sino que también es un punto de venta para los consumidores conscientes del medio ambiente.
- ✓ Blockchain: Algunas bodegas están explorando el uso de blockchain para proporcionar información sobre la procedencia de sus vinos, aumentando la transparencia y la confianza del consumidor en los productos.

- **Oportunidades de escalamiento competitivo de carácter productivo y/o habilitante:**

Para avanzar se han identificado las siguientes oportunidades de carácter productivo y habilitante,

- ✓ El enoturismo, como se ha mencionado, no solo es un gusto para los amantes del vino, sino también un motor significativo para el desarrollo de las economías locales en las regiones vitivinícolas de todo el

mundo. Dos aspectos claves que hacen que el enoturismo sea un impulso económico fundamental son la generación de empleo y la creación de oportunidades de negocio.

- ✓ Facilitar la creación y el fortalecimiento de **“Empresas tractoras”** capaces de arrastrar a todos los carros de la industria, hacia la innovación y agregación de valor.
- ✓ Otras acciones tempranas que se pueden mencionar son relativas al ámbito de la **generación de capital humano avanzado** para la industria del enoturismo. Se tienen ya un gran vínculo con INACAP, para trabajos conjuntos en los programas y proyectos antes mencionados. Por otra parte, se puede mencionar el ya acercamiento directo con la Escuela del Vino y del Enoturismo (2.800 alumnos) de Brasil a través de Thiago Méndez, su Director, con quien se pretende construir lazos de intercambio académico, intercambio técnico y tecnológico y construir potentes e importantes vínculos comerciales en el ámbito del enoturismo con Brasil, un mercado del enoturismo muy grande y muy atractivo para la oferta enoturística que se desarrollará.
- ✓ Incorporar en las actividades de la industria de enoturismo y toda su cadena de valor, el concepto y la orientación hacia la **sostenibilidad ambiental**, representará una herramienta valiosa para comunicar las prácticas de gestión sostenible implementadas en los viñedos y por las bodegas, a lo largo de la cadena de valor (viticultura, elaboración de vino y distribución), así como para contribuir al desarrollo económico, social y medioambiental en los viñedos y en las bodegas. De hecho, la relación entre las actividades sostenibles desarrolladas por estas y el enoturismo se ve reforzada a medida que incrementa su intensidad: cuantas más prácticas sostenibles se implementen, existirá una mayor capacidad de atracción de enoturistas cada vez más concientizados con el medioambiente, lo que, a su vez, permitirá mejorar los procesos y productos ecológicos ofrecidos por las bodegas mediante el nuevo conocimiento ecológico alcanzado. Por tanto, el enoturismo puede ser considerado como un elemento clave tanto para comunicar el enfoque sostenible seguido por los viñedos y las bodegas y las regiones vitivinícolas, como para alcanzar, finalmente, su desarrollo sostenible. En la Región del Biobío, la mayoría de las empresas productoras de vinos, que exportan, están o van hacia la producción orgánica del vino, incorporando en todas las líneas de procesos, acciones con trazabilidad demostrable, que como resultado sea un vino de calidad y orgánico, una diferenciación relevante especialmente en nichos de mercado que valoran y pagan esa valiosa diferenciación.

2.2.1.4 .-ACTORES DEL TERRITORIO

Actualmente, existe un universo cercano a 60 empresas involucradas, las cuales pertenecen a los diferentes eslabones de la cadena de valor de la industria del enoturismo. Estas empresas ya están siendo atendidas con los instrumentos de fomento y trabajan en el desarrollo asociativo de rutas enoturísticas atractivas y/o en la inversión en infraestructura enoturística. La etapa de validación permitirá identificar a otros participantes de la cadena.

a. Detalle las empresas que participan de la o las cadenas de valor que serán intervenidas por el PTI, diferenciando entre el potencial (universo de empresas) y posibles participantes del proyecto:

Nombre Empresa
HARAS SANTA AMELIA SPA
Agrícola y Vitivinícola Malvoa SpA
Vitivinícola Estación Yumbel SPA
VICTOR GALDAMEZ BARNACHEA
Sociedad Quinta Rosa Ltda.
ANA ELIZABETH PEREZ MONTOYA
Agrícola Barrancas SpA
CHALTUMAY PRODUCTOS SPA
Macchiavello Goldberg imitada
DESARROLLO TURISTICO MOSCOSO LIMITADA
Claudio Chandía Nailef
Restaurante Porto Bello - Cocholgüe Tomé
Chaltumay vegetales y algas – Caleta Peroné - Hualpen

Restaurante 4 estaciones – Laja
Haras Santa Amelia - Negrete
Rapallo Charcuteria - Florida
Gastronomía Macera – San Pedro de la Paz
Artesanía greda - Nacimiento
Restaurante Olguita Marina - Hualqui

b. Instituciones públicas y/o privadas que deberían participar de esta iniciativa:

A nivel público: ProChile; SERNATUR, SAG, SEREMI Agricultura; Municipalidades de: Florida, Tomé; Yumbel, Laja; San Rosendo, Nacimiento, Negrete, Santa Juana (oficinas de Fomento Productivos); Gobierno Regional, Sercotec y CORFO.

A nivel académico: Universidad de Concepción (Facultad de Agronomía); Universidad del Biobío (Centro de Agronegocios); UCSC (Centro Regional de Estudios Ambientales); Inacap (Dirección de Innovación y Vinculación con el Medio y Dirección carrera de Turismo); Universidad de Talca Centro Tecnológico de la Vid y el Vino del Maule. Aliado estratégico: Escuela del Vino y del Enoturismo de San Paulo Brasil

A nivel privado han manifestado su interés por participar del PTI: Asociación Gremial de Viñateros de la Región del Biobío Área Yumbel; Asociación viñateros Tanahuillin de Santa Juana; Asociación de viñateros Los Notros de Nacimiento; Contur Los Angeles, Todo el directorio de la Mesa de Enoturismo de la región del Biobío. Se suman líderes del enoturismo regional como: Viña Cacique Maravilla; Viña Barrancas; Viña San Roque; Viña Henriquez; Viña los Troncos; Viña Umpel; Viña Santa Rosa; Viña los Almendros; Viña Estación Yumbel; Viña Malvoa; Viña Aristos.

Se trabajará también con Mesa Cruceros y con Convention Bureau.

Por una parte, existe falta de coordinación entre las distintas instituciones tanto de la industria, como de quienes la apoyan lo que genera que los esfuerzos que cada una de ellas realiza, no se encuentren en sinergia. Esto ocurre por falta de planificación estratégica a nivel regional.

Por otra parte, como ya se ha indicado anteriormente es necesario estrechar vínculos entre los distintos actores que hoy componen la cadena de valor del enoturismo en la región del Biobío, para que se conozcan, conecten, interactúen, colaboren y busquen sinergias y nuevas iniciativas que permitan aprovechar las nuevas oportunidades.

Finalmente, un mapa de actores de la cadena de valor no puede dejar de considerar a los entes de apoyo público, que para la industria del vino ODEPA, FIA, SAG, INIA, MINAGRI, SII, SERCOTEC, PROCHILE, CORFO, ya sean desde el punto de vista regulatorio, como de manejo de información relevante y cofinanciamientos que fomentan el desarrollo local.

3. ANTECEDENTES METODOLÓGICOS

A continuación, los aspectos metodológicos que deberán estar contemplados en la propuesta del consultor/a:

3.1. Objetivo de la consultoría

3.1.1. Objetivo general

Diseñar y validar un modelo de gestión territorial que permita fortalecer la cadena de valor de la industria del enoturismo de la región del Biobío, articulando y coordinando a los principales actores públicos y

privados.

3.1.2. Objetivos Específicos

OE 1: Levantar y validar información primaria y secundaria que permita diagnosticar las brechas competitivas y oportunidades de la cadena de valor de la Industria del Enoturismo, contemplando las diversas expresiones productivas directas e indirectas a la industria de interés, presentes actualmente en la Región.

OE 2: *Construir y Validar el mapa de Actores relevantes para el escalamiento competitivo de la cadena de valor, y seleccionar los socios estratégicos.*

OE 3: *Validar y priorizar una cartera de iniciativas de inversión productiva y habilitante, además de los socios estratégicos que posibilitarán el escalamiento competitivo y sustentable de la cadena de valor de la industria del Enoturismo de la Región del Biobío.*

OE 4: *Elaborar un Plan de Trabajo a tres años, con indicadores a lograr en ese plazo, una propuesta de Organización de la Gobernanza que considere niveles de articulación y coordinación, priorizando los socios estratégicos que se comprometan a implementar con CDPR, este programa y las inversiones productiva y/o habilitantes.*

3.2. Reglamentos, manuales y documentos

El consultor deberá realizar los estudios y análisis necesarios para cumplir con los objetivos señalados en los presentes Términos de Referencia, considerando las instrucciones e indicaciones contenidas en los siguientes documentos u otros que entregue la contraparte técnica y administrativa, en sus versiones vigentes al inicio de la presente consultoría, incluidas todas las actualizaciones hasta dicha fecha.

- a. Resolución (A) N°85, de 2022, de Corfo, deja sin efecto reglamentos anteriores y aprueba texto Bases de los Programas Territoriales Integrados – PTI.
- b. Resolución (E) N° **215-24**, de 12 de agosto de 2024, del CDPR, que ejecutó el Acuerdo adoptado por el Comité de Consejo Directivo CDPR- en su sesión N° **94**, de **09** de agosto de 2024, que aprobó y asignó recursos para la Etapa de Validación Estratégica del Programa Territorial Integrado (PTI) denominado **Enoturismo Valle del Biobío, Código 24 PTI-269123**.
- c. Resolución (E) N°3142, de 2023, Gobierno Regional del Biobío, aprueba ajustes año 2023 a la Estrategia Regional de desarrollo de la región del Biobío 2022-2030.
- d. Listado de proyectos financiados/cofinanciados por CORFO en ejecución en el territorio.

3.3. Fases y Contenidos de los informes

La consultoría se realizará en 3 fases sucesivas, debiendo el/la consultor/a presentar, dentro de los plazos establecidos, los respectivos informes de avance y final.

El consultor, deberá realizar una presentación que contengan los elementos más importantes de cada informe a entregar. En dicha reunión, deberá participar la contraparte técnica y la Dirección de Aceleración Territorial, de la Gerencia de Redes y Competitividad. El contenido de cada informe debe ser, al menos, los indicados en

la tabla que se muestra a continuación.

Tabla Nº 1 Fases y contenidos de informes

Fase	Contenido de los informes	Duración de la etapa
0	Informe inicial (ajuste metodológico)	10 días corridos
1	Informe de avance	80 días corridos
	Elaboración de mapa de actores	
	Caracterización territorial	
	Contexto (internacional, nacional y regional) de la Industria del enoturismo	
	Caracterización de la cadena de valor de la industria del enoturismo a nivel regional, en situación actual y deseada	
	Identificación y propuesta de priorización de brechas competitivas	
	Plan de actividades participativas de validación	
2	Informe final	60 días corridos
	Selección y validación de brechas competitivas a abordar con el presente PTI	
	Identificación y validación de cartera de iniciativas de escalamiento competitivo para disminuir brechas competitivas validadas	
	Modelo de Gestión Territorial	
	Indicadores de Desempeño	
	Borrador formulario de postulación Etapa Ejecución año 1	

Nota: El consultor **podrá proponer un ajuste a los contenidos** y plazos establecidos, no obstante, lo descrito en la tabla debe ser incorporado en cada informe.

Cabe mencionar, que los contenidos de los informes que se vayan realizando durante la consultoría, deberán ser actualizados al momento de entregar el informe inmediatamente siguiente, como mínimo en los contenidos que se mencionan a continuación:

- ✓ Mapa de actores
- ✓ Elementos de contexto en caso de generarse alguna situación contingente que lo amerite:
Caracterización territorial, contexto nacional e internacional, cadena de valor, brechas competitivas de competitividad o iniciativas de inversión.

La información de fuentes secundaria que se recabe, de todo tipo, con el objetivo de realizar un análisis de la cadena de valor, que se pretende intervenir debe contener una data, lo suficientemente próxima, o de lo contrario, tener la debida justificación, para asegurar que las conclusiones den cuenta de la situación actual de la cadena y no de situaciones anteriores, previas al contexto nacional en el que nos encontramos, donde las consecuencias de las crisis tanto social como sanitaria u otra, deben ser consideradas.

3.3.1. Ajuste metodológico. Fase 0

Una vez suscrito el contrato de la consultoría, el/la consultor/a deberá participar en una reunión inicial con la contraparte técnica y administrativa, cuya fecha y lugar será informada oportunamente, para profundizar respecto del trabajo a realizar, acordar aspectos necesarios o aclarar dudas respecto del resultado esperado de la consultoría. Producto de esta reunión podrá realizarse un ajuste metodológico a la propuesta presentada por el/la consultor/a en el proceso de selección. En esta reunión deberá participar la Dirección de Aceleración Territorial de la Gerencia de Redes y Competitividad, para exponer sus opiniones técnicas.

En un plazo no superior a 5 días corridos, el consultor enviará al AOI la metodología con los ajustes

incorporados, convirtiéndose en este documento en la versión que contendrá las acciones y productos a desarrollar.

El/la consultor/a deberá ejecutar el trabajo de manera coordinada con la contraparte técnica y administrativa (ver 4.1.2) designada para este efecto. Lo anterior es sin perjuicio de las reuniones que se estime conveniente llevar a cabo con otros profesionales ligados a la materia en estudio. En todo momento el equipo consultor deberá responder a los requerimientos de información, de avance del trabajo, reuniones y otros que le solicite la contraparte técnica y administrativa.

La metodología para cumplir cada objetivo específico deberá ser propuesta por el/la consultor/a, sin perjuicio de los aspectos mínimos que, a modo indicativo, a continuación, se señalan para una correcta ejecución de la consultoría:

3.3.2. Informe de avance. Fase 1

El/la consultor/a, en el plazo otorgado, deberá presentar el informe de avance de la Fase 1 de la consultoría. Dicho informe deberá ser aprobado por el AOI, contando previamente con la opinión técnica de la DR/CDPR y de la Dirección de Aceleración Territorial.

El informe deberá contener los resultados de las actividades indicadas en los apartados que siguen:

3.3.2.1. Elaboración de mapa de actores

Elaborar, de acuerdo con la Metodología de Mapa de Actores Clave, un mapeo actualizado del ecosistema de actores (mapa relacional) que componen la cadena de valor a intervenir por el presente programa, en todas las comunas de la Región del Biobío en que se desarrolla la Industria. El Mapa de Actores también deberá identificar otros actores que pueden no pertenecer al territorio, pero que tienen influencia sobre él y la industria local del enoturismo.

Los actores para detectar deben provenir de las distintas disciplinas que de una u otra forma, influyen en el desarrollo de la industria en estudio, los cuales pueden ser:

- ✓ Institucionales, autoridades y/o equipos técnicos de instituciones públicas regionales (intendentes, gobernadores, seremis, directores de servicio, entre otros).
- ✓ Empresas y asociaciones empresariales que formarán parte del PTI y que se constituirán en beneficiarios de las acciones que emanen del proyecto.
- ✓ Individuales, como líderes de opinión, expertos o referentes calificados en ámbitos relevantes para el proyecto.
- ✓ Academia y otros organismos, no gubernamentales y no empresariales, sin fines de lucro.

Adicionalmente se deberá caracterizar a los actores de la cadena de valor de acuerdo con su participación en el proceso productivo, entre productores, transformadores, comercializadores, proveedores de bienes y servicios, centros de formación e investigación e instituciones públicas y privadas relevantes. Además, se deberá identificar a los actores con perfil innovador, y a las empresas líderes.

Para la elaboración del mapa, como primera acción, el/la consultor/a deberá realizar una identificación y análisis de los actores que están vinculados al territorio y a la cadena de valor objeto de análisis, debiendo caracterizar a cada uno de ellos para luego establecer su nivel de importancia en lo que respecta al desarrollo

del presente proyecto.

Con respecto a la caracterización, esta deberá contener al menos los siguientes elementos:

- ✓ Sectorial: Sector público, privado y/o academia.
- ✓ Participación del proceso productivo: (productores, transformadores, distribuidores, comercializadores, proveedores de insumos, proveedores de bienes y de servicios, entidades de apoyo como centros de formación e investigación e instituciones públicas y privadas)
- ✓ Misión
- ✓ Funciones
- ✓ Rol que posee dentro de la cadena de valor.
- ✓ Representantes y/o personas claves.
- ✓ Georreferenciación
- ✓ Datos de contacto (dirección, teléfonos, email, pagina web si la tiene)

En **materia de relevancia** de cada actor, el consultor podrá incorporar las variables que estime convenientes, debiendo incorporar como mínimo, las siguientes:

- ✓ **Nivel de poder/influencia:** Esta variable debe ser entendida como la capacidad de influencia que tiene un determinado actor en el proyecto o programa en cuestión, considerando la complejidad que esta dimensión implica.
- ✓ **Nivel de interés/Apoyo:** Interés y disposición a apoyar o participar por parte de los actores en el proyecto o programa en cuestión. Esto puede ir variando en función del acceso a información que adquieren los actores para tomar una posición, el nivel de influencia que tenga cada uno sobre los otros, los intereses o necesidades subyacentes a una decisión, entre otros.
- ✓ **Profesional/Disciplinaria:** El objetivo de incluir esta variable es tener una mirada multidisciplinaria, desde las distintas áreas del conocimiento que podrían influir en la realización del proyecto o programa.
- ✓ **Relacional:** El aspecto relacional adquiere gran importancia ya que considera los tipos y niveles de relaciones que existen entre los actores identificados en todas sus dimensiones, y cuya lectura y comprensión permitirá delinear las estrategias de vinculación con cada uno de ellos.

Una vez realizado el mapa de actores, se tendrá como resultado aquellos actores que se consideran más relevantes y por ende más necesarios de contactar y asociar al programa. Estos actores y sus personas claves de ser necesario deberán ser perfilados detalladamente, incorporando los elementos que el consultor estime, pero teniendo como mínimo, los siguientes:

- ✓ Temas de interés
- ✓ Justificación de involucramiento en el programa
- ✓ Objetivos estratégicos que persigue
- ✓ Oferta PTI-Actor

El mapa deberá ser actualizado permanentemente, conforme se vayan identificando nuevos actores durante el desarrollo de la consultoría. Del mismo modo, se deberá indicar que actores finalmente concretaron su participación en el programa. Esto implica, necesariamente, que el mapa de actores presentado en el informe

final deberá incorporar las modificaciones ocurridas durante la consultoría.

Adicionalmente al informe, toda la información deberá ser entregada en forma resumida en una base de datos actualizable según se avance en las etapas de esta consultoría, con un especial énfasis en obtener la información de la totalidad de los actores directos e indirectos de la industria del enoturismo de la Región del Biobío, en cuyo caso también se deberá incorporar datos productivos.

3.3.2.2. Caracterización territorial

El/la consultor/a deberá identificar el área de influencia del PTI y de la cadena de valor en análisis. Deberá realizar una breve descripción del territorio, relevando aquellos aspectos que han determinado la realización de la actividad productiva en el territorio. Para la mejor comprensión de la unidad de análisis, se deberá incorporar dos mapas con los principales elementos territoriales.

Adicionalmente, deberá entregar en archivo KMZ (Google Earth) las coberturas elaboradas para la construcción del mapa, junto a la georreferenciación de los actores regionales y actores del enoturismo regionales indicados más arriba. Y un segundo mapa, archivo KMZ, para los actores más relevantes de la cadena de valor que se localizan fuera de la región del Biobío.

Este ítem deberá ser actualizado constantemente conforme a como avance la consultoría, de manera que el producto final contenga la información lo más trabajada y actualizada posible.

3.3.2.3. Contexto (internacional, nacional) de la Industria del enoturismo

A modo de contexto, a partir del levantamiento de información de fuentes secundaria, el/la consultor/a deberá analizar la situación de la industria del enoturismo. Con ello se espera conocer los mercados, estadísticas y otro tipo de información relevante que permita tener claridad sobre las brechas de competitividad y las oportunidades para el sector y de manera particular, los eslabones débiles o descubiertos de la cadena de valor de la industria, destacando la necesidad de incorporar nuevos jugadores (tipificarlos y caracterizarlos) dentro de los respectivos eslabones de la cadena, todo ello bajo un enfoque de clúster. Adicionalmente, se deberá fundamentar, a través de un análisis de tendencias de los mercados en que participa, la industria en estudio, factores económicos asociados, cambios esperados a nivel productivo, innovaciones esperadas, perspectiva de género, sostenibilidad, oportunidades entre otros.

3.3.2.4. Caracterización de la industria en situación actual y situación deseada

Corresponde a la caracterización de la cadena de valor de la industria del enoturismo de la Región del Biobío, para lo cual el/la consultor/a deberá realizar a lo menos lo siguiente:

- ✓ Definir la cadena de valor de la industria del enoturismo de la Región del Biobío y sus componentes, utilizando para tal efecto los flujos productivos considerando, entre otros, los componentes de distribución y comercialización (como por ejemplo tour operadores, redes sociales y tecnologías de la información); proveedores de tecnología; provisión de servicios auxiliares (como por ejemplo servicios de logística, transporte, asesorías especializadas como enología, ilustradores de etiquetas, sommeliers, arquitectura, historiadores etc.), entidades de apoyo como los centros de investigación públicas y/o privadas que aporten o puedan aportar en investigación, desarrollo e innovación y emprendimiento (universidades, centros de investigación de I+D públicos y/o privados) y las entidades públicas (como por ejemplo GORE BIOBIO, MUNICIPIOS, ODEPA, FIA, SAG, INIA, MINAGRI,

DGA– MOP, SII, SERCOTEC, PROCHILE, CORFO, etc.) y privadas pertinentes (como por ejemplo la Mesa del enoturismo, Asociaciones Gremiales, Enoturismo Chile, etc).

- ✓ Por cada componente de la cadena de valor, se deberá realizar una descripción de los procesos productivos o características de interés turístico relevantes, en la agregación de valor, poniendo énfasis en los nudos y grado de articulación existente entre ellos.
- ✓ Por cada componente de la cadena de valor, se deberá señalar los actores relevantes (regionales, nacionales o internacionales si corresponde) como potenciales participantes del proyecto y su rol en éste.
- ✓ Se deberá elaborar dos diagramas. En uno de ellos se debe graficar la cadena de valor en situación actual y en el otro, la situación deseada.
- ✓ Se deberán entregar antecedentes relevantes en cuanto a la oferta y la demanda de los productos/servicios asociados a la cadena de valor integrada.
- ✓ Se deberá caracterizar la oferta de enoturismo regional en base a los últimos 2 años, y según a lo menos las siguientes clasificaciones: edad, origen o procedencia del enoturista, gasto en destino, motivaciones y cualquier otro aspecto de interés.
- ✓ Se deberán detectar y desarrollar las **oportunidades de nuevos negocios y emprendimientos dinámicos**, profundizando en aquellos productos y/o servicios más demandados y de mayor interés especialmente del enoturista extranjero, caracterizando y categorizando y en aquellos que fortalecen a la industria del enoturismo del Biobío, bajo un enfoque de clúster.
- ✓ Se deberá cuantificar la demanda actual y potencial por aquellos productos/servicios.
- ✓ Se deberá estimar la capacidad de carga y técnica de la oferta, en función de la demanda estudiada.
- ✓ Se deberá entregar además una base de datos de los actores, que contenga la información resumida de contacto (nombre del actor, representante legal, comuna, dirección, fono de contacto, email de contacto, página web si posee, georreferencia) y productiva de los actores, con un especial énfasis en la información de la totalidad de actores del enoturismo (considerando toda la cadena de valor) de la Región del Biobío, en cuyo caso también se deberá incorporar datos productivos y capacidades relevantes.

3.3.2.5. Identificación y propuesta de priorización de brechas competitivas

Del análisis de antecedentes de fuentes primarias y fuentes secundarias, el/la consultor/a deberá elaborar un documento con la identificación de brechas competitivas, necesidades o déficit, en el que se incorpore una descripción de cada una, indicando su estado actual o situación base (que permita, luego establecer indicadores, idealmente cuantitativos, y medir su cumplimiento), nivel a alcanzar y propuesta de tiempos para lograrlo.

Esta información sobre brechas competitivas o déficits identificados deberá otorgar antecedentes que sean útiles para la validación de la hipótesis inicial, o en caso contrario, el **replanteamiento de esta**. Diversos factores deberán ser considerados para realizar una propuesta de priorización de brechas, para lo cual, el consultor deberá presentar la metodología que estime pertinente y que considere los intereses de los actores más relevantes, del enoturismo, tendencias nacionales e internacionales, oportunidades de negocios identificadas, condiciones del territorio, factibilidad de atracción de inversiones, de innovación y de emprendimientos dinámicos, a través de proyectos de inversión, emprendimiento e innovación, enfoque de resultados a tres años, entre otros que factores que el consultor estime convenientes, que apunten a el

fortalecimiento y consolidación de la industria del enoturismo con enfoque de clúster.

Luego, considerando el análisis del territorio y de las oportunidades que se presentan para la industria del enoturismo del Biobío, el/la consultor/a deberá realizar una propuesta de priorización respecto del total de brechas identificadas. Es decir, deberá identificar aquellas brechas competitivas más relevantes para el mejoramiento de la competitividad del territorio y de la cadena de valor, para que sean abordadas por el PTI en su Etapa de Ejecución.

Dicha priorización de brechas debe ser **acotada**, con una posibilidad real de obtener resultados a tres años, que permitan su mitigación. Las iniciativas o proyectos de inversión, financiadas por terceros, que el programa promueva, deben estar en estrecha relación con esa selección acotada de brechas de competitividad.

3.3.2.6. Plan de actividades participativas de validación

Esta propuesta de brechas de competitividad deberá ser presentada a los actores, para su validación y priorización. Por consiguiente, se deberá indicar **una metodología dinámica, intensiva en talleres “participativos” (ejemplo: talleres Metaplan) con actores relevantes de la cadena de valor de la industria del enoturismo** que permita el aporte de los actores en tal definición. Además, esta actividad deberá ser registrada al menos fotográficamente y reportes de resultado y conclusiones de cada actividad.

3.3.2.7. Presentación de Avance Fase 1

El/la consultor/a deberá realizar una presentación de avance a la contraparte técnica y administrativa, la que considere los elementos principales del trabajo realizado. En dicha presentación, deberá estar presente la Dirección de Aceleración Territorial, de la Gerencia de Redes y Competitividad.

3.3.3. Informe Final. Fase 2

El/la consultor/a, en el plazo otorgado, deberá presentar el informe de la Fase 2 de la consultoría. Dicho informe deberá ser aprobado por el AOI, contando previamente con la opinión técnica del CDPR y de la Dirección de Aceleración Territorial.

El informe el cual deberá contener los resultados de las actividades indicadas en los apartados que siguen:

3.3.3.1. Selección y validación de brechas de competitividad a abordar con el presente PTI

A través de **mecanismos participativos** con actores relevantes de cada uno de los eslabones de la cadena de valor y con el aporte y acompañamiento de expertos internacionales de la industria del enoturismo, se deberá validar la priorización y seleccionar las brechas de competitividad que serán abordadas por el proyecto PTI en su etapa de ejecución, con la debida justificación y plan de acción correspondiente. Lo relevante de esta actividad radica en lograr priorizar, de la manera más consensuada posible, aquellas brechas conducentes a la obtención de resultados concretos para las empresas participantes del PTI, en un periodo de tres años. Lo anterior, deberá ser utilizado para la elaboración de la estrategia del PTI, que deberá estar plasmada en los objetivos específicos del programa.

El/la consultor/a, deberá presentar una metodología, acompañada del correspondiente **plan de actividades participativas**, que consideren a los actores que **formaran parte del programa**. Este conjunto de actividades tendrá la función de seleccionar aquellas brechas en las cuales hay mayor **capacidad y disposición** a trabajar,

lo cual permita focalizar el programa, hacia la obtención de resultados concretos en el plazo de 3 años.

3.3.3.2. Identificación y validación de la cartera de iniciativas de escalamiento competitivo para disminuir brechas de competitividad validadas

Para la disminución de las brechas antes seleccionadas y validadas se deberá identificar aquellas iniciativas públicas y privadas que se encuentren en cartera, **con o sin financiamiento**, y que requieran de acompañamiento en la gestión para dar curso a su ejecución. Éstas deben ser de impacto y aportar de forma directa a la disminución de las brechas y a crear las condiciones para la consolidación en un mediano plazo de la industria del enoturismo, trabajando el desarrollo de cada uno de los eslabones de la cadena de valor de la industria, bajo un enfoque de clúster, siempre tomando en consideración el alcance, el plazo de ejecución y los resultados esperados del programa.

A través de metodologías de análisis y de participación propuestas por el/la consultor/a, se deberá:

- ✓ Identificar las iniciativas y/o proyectos de escalamiento competitivo que se han planteado en las distintas instancias de planificación y articulación de actores y que no se han implementado hasta el momento. En general, esto se refiere a Anteproyecto Regional de Inversiones, Cartera Exploratoria MOP, Planes de Inversión Pública Sectoriales, Estrategias Regionales y/o Locales, Planes y Programas Regionales y/o Sectoriales, Políticas Regionales y otros instrumentos de carácter regional y/o local.
- ✓ Identificar Iniciativas y/o proyectos que ya han sido abordados en la región en forma parcial, describiendo los elementos que limitaron su total implementación y cuáles serían actualmente las variables consideradas que disminuirían esos riesgos.
- ✓ Validar y priorizar la Cartera de Iniciativas de Escalamiento Competitivo con los actores identificados en el Mapa de Actores, definiendo las iniciativas y proyectos que son efectivamente relevantes en el momento actual y a mediano y largo plazo (puede que por el momento en que fueron definidas y en consideración a las condiciones actuales no sean de impacto o pertinencia para el escalamiento competitivo). Las iniciativas y proyectos incorporados en la cartera deben estar acotados a aquellos imprescindibles para el objetivo del proyecto PTI³.

Presentar una cartera de iniciativas o proyectos de escalamiento competitivo de la cadena de valor del enoturismo de la Región del Biobío, expresados en formato a nivel de perfil.

NOTA: para los efectos del PTI, se entenderá como iniciativas o proyectos de escalamiento competitivo, aquellos que se orientan a:

Fomento Productivo: Son iniciativas y/o proyectos asociados a mejorar la productividad, diversificación/sofisticación y sustentabilidad de las empresas de la cadena de valor del enoturismo, del territorio, Región del Biobío. Estas iniciativas y/o proyectos son de carácter productivo y, en general, se asocian a empresas en particular o bien grupos de empresas; y, en este último caso, tiene un carácter asociativo o de valor colaborativo. Debe considerar, además, y de **manera intensa**, la innovación y el emprendimiento, más aún cuando se trata de una industria incipiente.

Plataformas Habilitantes: Son iniciativas y/o proyectos asociados a mejorar la competitividad de territorio y

³ Objetivo del proyecto: Resultado esperado (meta final), expresado en términos de desarrollo económico al que se espera que el proyecto o programa contribuya. El objetivo del proyecto debe responder al qué, para qué, cómo y con quién (o para quién) del proyecto.

que tiene impacto directo en la cadena de valor de la industria del enoturismo del territorio Región del Biobío. Estas iniciativas y/o proyectos, en general, se asocian a infraestructura, normativas, formación de capital humano, fomento de espacios de colaboración y todo lo relacionado con habilitar las condiciones del territorio para impulsar el escalamiento competitivo de la cadena de valor del enoturismo de la Región del Biobío. Estas iniciativas y/o proyectos son los que deben levantar financiamiento para su implementación.

La metodología para realizar tanto la selección como la priorización de las iniciativas anteriormente descritas, deberá ser propuesta por el/la consultor/a, incorporando al menos, los elementos que se mencionan a continuación:

- ✓ Valoración de las iniciativas por parte de los actores.
- ✓ Viabilidad de las iniciativas, considerando tanto elementos de factibilidad técnica y económica, como de percepción de los actores (valorización y duración estimadas).
- ✓ Impacto de las iniciativas en las brechas priorizadas.
- ✓ Resultados tangibles a obtener en 3 años.
- ✓ Intereses y participantes del desarrollo de las iniciativas.

Teniendo los resultados asociados a las acciones que se decidan realizar en función de lo anterior, el consultor deberá proponer una fase de “ajuste”, en la cual deberá incorporar las modificaciones necesarias, que permitan direccionar la priorización hacia un consenso entre los actores relevantes, velando por la ejecución de las iniciativas más valoradas, factibles y de impacto.

3.3.3.3. Modelo de Gestión Territorial

El/la consultor/a deberá proponer una metodología para el diseño y validación participativa de un modelo que contemple acciones de coordinación y articulación, modelo de organización y/o gobernanza e indicadores en el escalamiento competitivo. Estos componentes deberán contener, a lo menos:

Plan de Trabajo de Coordinación y Articulación: considera un conjunto de actividades y acciones de coordinación y articulación que viabilizan la implementación de la cartera de escalamiento competitivo identificada y validada según lo indicado en párrafos precedentes. Este plan se financia con los recursos del PTI en su etapa de ejecución.

Modelo de Organización y Gobernanza: considera el diseño de un modelo de gobernabilidad que permita el cumplimiento de:

- ✓ La implementación de la cartera de iniciativas de escalamiento competitivo;
- ✓ La articulación eficiente del proyecto y la creación y desarrollo de valor colaborativo (redes, articulación, aprendizaje) que permita el “arraigo” y “sostenibilidad” de los escalamientos productivos obtenidos durante el desarrollo del PTI.

3.3.3.4. Indicadores de desempeño

Se deberán construir y validar indicadores de monitoreo que permitan realizar seguimiento a los objetivos y actividades comprometidas en el Modelo de Gestión Territorial.

Para ello, a modo de ejemplo, la Tabla Nº 2 define tipos de indicadores de desempeño asociados a distintos

objetivos:

Tabla Nº 2 Ejemplo de indicadores de desempeño

Tipo de indicador	Descripción	Características	Ejemplos
Éxito	Los indicadores de éxito deben responder al objetivo general del proyecto. Se debe incluir al menos dos, de manera de representar de la manera más completa posible, el éxito o fracaso del proyecto (al menos uno de ellos debe ser cuantitativo).	Los indicadores deben ser medibles, específicos, accesibles, realistas y limitados a un periodo de tiempo. De igual modo, deben ser siempre representados a través de un número, independientemente de si refleja un aspecto	<u>Objetivo General:</u> Hacer más competitivo el sector enoturismo de una determinada región. <u>Indicador de éxito:</u> Aumento porcentual del número de noches que turistas extranjeros alojan en un determinado destino. 4,7 Aumento gasto en destino: US\$ /enoturista
Resultado	Los indicadores de resultado responden a los objetivos específicos del proyecto, los cuales a su vez responden al objetivo general. Se recomienda incluir al menos dos indicadores por objetivo (al menos uno cuantitativo por cada objetivo específico).	cuantitativo o cualitativo. Aquí se encuentra el desafío: Siempre un número. Finalmente, se recomienda hacer especial énfasis en la obtención de la línea de base del indicador lo cual otorga un piso para poder comparar y también identificar los	<u>Objetivo específico:</u> Facilitar e incentivar la generación de capital humano. <u>Indicador de resultado:</u> Número de guías turísticos capacitados y certificados a través de un determinado curso taller o seminario. 69%
Gestión	Los indicadores de gestión responden al desempeño de la ejecución del proyecto, tanto a nivel de actividades, presupuestaria, entre otros.	medios de verificación correspondientes que permitan acceder a los datos con los que son generados los indicadores.	Indicador de gestión: Porcentaje de actividades ejecutadas en relación a las planeadas. 87%

El diseño de los indicadores de desempeño anteriormente descritos debe considerar captar de la forma más completa posible, los resultados obtenidos por el programa y el correspondiente accionar de su gerente. Dicho diseño, debe alejarse de aquellos resultados que se encuentren explicados en gran proporción por factores o hechos externos, en los cuales el programa no tiene injerencia.

Adicionalmente, los indicadores deberán ser ideados con la finalidad de medir, evaluar, comparar y posteriormente mejorar, aquellas áreas críticas para la mejora de la competitividad de la industria del enoturismo del Biobío y/o su cadena de valor.

3.3.4. Borrador formulario de postulación Etapa Ejecución año 1

El/la consultor/a, en el plazo otorgado, deberá presentar un borrador de postulación del proyecto a la Etapa de Ejecución año 1, completando para ello el formulario del **Anexo 1: Formulario postulación etapa de**

ejecución año 1. Dicho borrador deberá ser aprobado por el AOI, contando previamente con la opinión técnica del CDPR y de la Dirección de Aceleración Territorial.

El borrador de postulación será un insumo para que la Dirección Regional de Corfo o el Comité de Desarrollo Productivo Regional, según corresponda, formule el proyecto PTI y cumpla las etapas del programa.

4. ANTECEDENTES ADMINISTRATIVOS

4.1. Disposiciones generales

4.1.1. Consultores que pueden participar

Podrán participar en esta convocatoria las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, que cumplan con los antecedentes metodológicos definidos por Corfo /CDPR.

4.1.2. Contraparte técnica y administrativa

La contraparte técnica y administrativa de la consultoría estará a cargo del/la ejecutivo/a designado/a por la Dirección Regional de la Corporación o por el CDPR, según fuere el acuerdo del Comité de Asignación de Fondos o del Consejo Directivo del segundo

Para el caso de los proyectos con administración agenciada, se incluirá, además, a un/a Jefe/a de Proyecto del PTI, representante del Agente Operador Intermediario.

4.2. Aspectos de la convocatoria

El proceso de convocatoria con sus respectivas fechas y plazos se efectuará en conformidad con lo establecido en el calendario de la licitación, elaborado por la contraparte técnica y administrativa, de acuerdo a lo indicado en el numeral 4.1.1.

Dicho calendario podrá ser modificado siempre que los plazos que se están modificando no hayan vencido y sean notificados a las personas interesadas en la convocatoria.

4.2.1. Presentación de las ofertas

Las ofertas se deberán presentar en formato digital, en el lugar o sitio web comunicado por la contraparte técnica y administrativa, hasta el día y hora indicado en el calendario para el cierre de recepción de ofertas técnicas y económicas. Cada interesado/a será responsable de:

- ✓ De la veracidad e integridad de la información entregada en dichos documentos.
- ✓ Identificar claramente los documentos que componen la oferta técnica y económica.
- ✓ Presentar documentos legibles y que se encuentren disponibles en el momento de apertura de las ofertas.
- ✓ Presentar todos los documentos exigidos en la convocatoria. La falta de documentos será sancionada en la evaluación de la oferta, sin perjuicio que la contraparte técnica y administrativa podrá solicitar los antecedentes faltantes.

4.2.2. Contenido mínimo de la oferta

Será de responsabilidad de los/as interesados/as entregar todos los antecedentes que permitan evaluar adecuadamente sus propuestas. Los contenidos mínimos de la oferta son los que se mencionan a continuación:

Oferta técnica

- ✓ **Identificación y experiencia del consultor:** La propuesta técnica deberá contener una presentación de la empresa e informar la experiencia específica que posee en el desarrollo de este tipo de consultorías. Deberá proveer los antecedentes que avalen su experiencia en los últimos 5 años en este tipo de proyectos, incluyendo una nómina de clientes con la respectiva información de contacto. Esta información debe ser presentada utilizando el formato contenido en Anexo N° 2.

- ✓ **Identificación y experiencia del equipo de trabajo:** El/la proponente/a deberá incluir una descripción de la organización del equipo de trabajo propuesto, incorporando su organigrama y los curriculum vitae de cada uno de los profesionales que forman parte del equipo de trabajo de la consultoría. Se deberá indicar el nombre de los/as profesionales que componen el equipo de trabajo (incluyendo un/a coordinador/a o director/a) responsable por la prestación del servicio, señalando el nivel académico, experiencia profesional en roles en proyectos similares y las competencias de cada uno/a. Esta información debe ser presentada utilizando el formato contenido en Anexo N° 3.
- ✓ **Metodología:** El/la consultor/a deberá entregar el detalle del marco metodológico a utilizar y las metodologías específicas para cumplir cada objetivo, con el fin de conocer en detalle el alcance y nivel de profundidad con el que abordará este proyecto específico.
- ✓ **Plan de trabajo:** El/la consultor/a deberá entregar el plan de trabajo para el desarrollo de la consultoría, el que debe ser consistente a la metodología presentada. Se espera que, al menos, contenga:
 - Descripción detallada de las actividades a realizar.
 - Carta Gantt con el uso de los recursos (actividad, responsable, plazo, recursos).
 - Detalle de horas dedicadas, por profesional.

Esta información debe ser presentada utilizando el formato contenido en Anexo N° 4.

- ✓ **Descripción de los entregables:** El/la consultor/a deberá entregar una propuesta de plazos de entregas, contenidos y propuesta de actividad para la presentación de resultados de cada fase.

Oferta económica

- ✓ El/la consultor/a deberá entregar una propuesta económica con el precio final de la consultoría a realizar, en el formato disponible en Anexo N° 5.
- ✓ El precio debe incluir todos los impuestos que gravan el servicio.

4.2.3. Evaluación de la oferta

En aquellos PTI de administración directa, las ofertas técnicas y económicas recibidas serán evaluadas por una comisión evaluadora cuyos integrantes serán designados por la Dirección Regional de la Corporación o el Consejo Directivo del Comité de Desarrollo Productivo Regional, dejando constancia en un acta de evaluación. En aquellos PTI de administración agenciada, las ofertas técnicas y económicas recibidas serán evaluadas por el Agente Operador Intermediario, dejando constancia en un acta de evaluación.

4.2.4. Criterios de evaluación

La evaluación de la oferta se efectuará respecto de los antecedentes contenidos en la misma, sobre la base de una escala de notas de 1 a 5. Para cada una de las propuestas, se calculará un puntaje por calificación de la oferta económica y otro por calificación de la oferta técnica, obteniendo un puntaje final calculado de

acuerdo a la siguiente fórmula:

Puntaje total: (0,95) X POT + (0,05) X POE

Donde:

POT: Puntaje oferta técnica, aproximada a una décima.

POE: Puntaje oferta económica, aproximada a una décima.

Puntaje por oferta técnica

El puntaje de calificación de la oferta técnica se realizará en base a la evaluación de factores ponderados, aplicando la siguiente fórmula:

POT: (0,35) X F1 + (0,30) X F2 + (0,30) X F3 + (0,05) X F4

Donde:

Factores	Ponderación
Factor N° 1: Metodología y plan de trabajo	35%
Factor N° 2: Experiencia de la empresa	30%
Factor N° 3: Experiencia del equipo de trabajo	30%
Factor N° 4: Presentación formal de la propuesta	5%

Puntaje por oferta económica

El puntaje de calificación de la oferta económica se realizará en atención al valor total del servicio informado, asignando nota 5 a la única oferta o a la oferta de menor precio, en caso de haberse presentado más de una oferta. El valor asignado al resto de las ofertas, en su caso, se obtendrá de la aplicación de la siguiente fórmula:

$$PE(i) = \frac{P(min) * 5}{P(i)}$$

Donde:

PE(i): Puntaje Económico de la oferta i

P(min): Monto de la oferta de menor valor

P(i): Monto de la oferta i

En caso de empate entre dos o más propuestas técnicas, se resolverá adjudicar a aquella que haya obtenido una mejor calificación en el factor “Experiencia del Equipo de Trabajo”. Si el empate persistiere, se preferirá a aquella que obtenga la mejor calificación en el factor “Experiencia de la Empresa”.

5. ANTECEDENTES LEGALES DE LA EMPRESA

5.1. Aspectos del contrato

5.1.1. Plazo de ejecución

El plazo de ejecución del proyecto PTI es aquel otorgado por el acuerdo del Comité de Asignación de Fondos o el Consejo Directivo del CDPR en la instancia de aprobación y otorgamiento del cofinanciamiento. Si no hubiere un pronunciamiento expreso, se aplicarán los máximos establecidos por las Bases. En relación con lo anterior, el plazo de desarrollo de esta consultoría es de **tres meses**, contados desde la fecha de celebración del contrato con el/la consultor/a, pudiendo proponer, el/la consultor/a, un plazo menor de ejecución.

5.1.2. Presupuesto

El presupuesto máximo disponible para esta consultoría es de **veinte millones de pesos** (\$20.000.000),

impuestos incluidos. Este monto comprende todos los gastos para su ejecución por parte del/de la consultor/a.

5.1.3. Entregables y forma de pago

- ✓ **Informe Inicial:** el/la consultor/a entregará un informe inicial que contendrá las eventuales modificaciones al plan de ejecución presentado en su propuesta, así como los ajustes al cronograma inicial, atendiendo las recomendaciones y aclarando las preguntas surgidas durante la reunión inicial.
- ✓ **Informe de Avance:** el/la consultor/a deberá elaborar, en base al cronograma, un informe de avance cuyo contenido deberá tener plena concordancia con los Términos de Referencia y el plan de ejecución incluido en el informe inicial. Sin perjuicio de lo anterior, deberá incluir como mínimo los resultados asociados a los objetivos específicos 1, 2 y 3 del presente PTI (caracterización de la cadena de valor; brechas competitivas y oportunidades; mapa de Actores relevantes; cartera de iniciativas de inversión productiva y habilitante).
- ✓ **Informe final:** el/la consultor/a deberá elaborar un informe final de la consultoría, que contendrá, además de la información correspondiente a los informes anteriores, las actividades y productos obtenidos en el último período de ejecución, según cronograma y plan de ejecución aprobado. Deberá contener, como mínimo, los siguientes elementos:
 1. Resumen ejecutivo.
 2. Informe de avance debidamente corregido en base a observaciones de la contraparte técnica y administrativa.
 3. Reporte de actividades y productos del último período de la consultoría.
 4. Recomendaciones prácticas y lecciones aprendidas a partir de la consultoría realizada.
 5. Presentación de la consultoría (principales aspectos) en formato power point.

Los informes serán analizados por la contraparte técnica y administrativa y, a su vez, deberán contar con la opinión técnica de la Dirección de Aceleración Territorial. El/la consultor/a deberá realizar presentaciones dirigidas a ellos, lo cual será coordinado por la contraparte técnica y administrativa.

Si existieran observaciones, el/la consultor/a deberá mantenerse a disposición de la contraparte técnica y administrativa hasta que dichas observaciones sean respondidas satisfactoriamente.

Además, el/la consultor/a deberá entregar al Agente Operador Intermediario (en caso de que el proyecto sea agenciado), todos los documentos digitalizados finales e intermedios y archivos informáticos generados que se utilicen como soporte al análisis realizado en el transcurso de la consultoría. Dichos documentos serán rendidos por el AOI en las rendiciones trimestrales.

La Tabla Nº 3 indica los plazos de cada uno de los informes contemplados en la presente consultoría, así como el porcentaje del precio asociado.

Tabla Nº 3 Plazos y porcentajes de pago

Entrega	Plazos en días corridos para cada entrega	Porcentaje del monto total contratado
Informe inicial	10	20%
Informe de avance	55	30%
Informe Final	90	50%
Total	90	100%

El/la consultor/a podrá proponer plazo de entrega distinto, acorde a la planificación de actividades que presente, lo cual será materia de evaluación durante el proceso de selección. El pago efectivo de los montos contratados, de acuerdo con los porcentajes señalados en la Tabla Nº 3 , se realizará una vez que la

contraparte técnica y administrativa aprueben los informes.

5.1.4. Características de la Empresa

La empresa consultora deberá demostrar experiencia en la realización de consultorías de carácter estratégico, asociadas a temas territoriales y cadenas de valor, sectores económicos, con participación de actores públicos y/o privados. La experiencia de la empresa debe ser consignada en el Anexo N°2, entregando información de contacto de empresas o instituciones a las cuales prestó servicios con anterioridad.

5.1.5. Características del Equipo de trabajo

El equipo de trabajo de la consultoría deberá demostrar experiencia en estudios y/o proyectos orientados a:

- ✓ Temas territoriales y cadenas de valor, sectores económicos, con participación de actores públicos y/o privados.
- ✓ Diagnósticos estratégicos, identificación de brechas de competitividad, necesidades, déficit, oportunidades asociadas a desarrollo económico en un territorio.
- ✓ Trabajo colaborativo y gestión de redes público-privada-academia.
- ✓ Fomento de Pymes (p.ej. asesoría o mentoría empresarial).

Cualquier cambio en los integrantes del equipo de trabajo adjudicado, deberá ser informado al AOI y aprobado por éste previo a su ocurrencia. No obstante, en cualquier caso, el/la consultor/a reemplazará al/a la integrante por otra persona con calificaciones y experiencia similares a las de la persona reemplazada.

5.1.6. Responsabilidades del/de la Consultor/a

El/la consultor/a será responsable de las actividades y tareas descritas en los Términos de Referencia y en su oferta técnica, y de entregar los productos descritos en ellos.

Asimismo, se compromete a proveer las aclaraciones de términos de metodología, el perfil profesional y dedicación del personal propuesto u otros aspectos, a completa satisfacción conforme lo acordado en la reunión de inicio.

En este sentido, deberá:

- ✓ Desarrollar las actividades descritas en esta consultoría, utilizando procesos y prácticas de análisis estándar y debidamente fundadas.
- ✓ Suministrar los archivos digitales que sustenten los resultados de cualquier análisis numérico, modelo o diseño a ser revisado y que servirán de soporte a efectos de aprobación de los informes señalados en el 5.1.3. Todos los archivos deberán ser entregados en su versión 'editable' y los que no permitan su edición serán rechazados, salvo que hagan también entrega de la versión editable.
- ✓ Aceptar y colaborar con la supervisión y evaluación que se establezcan para el normal desarrollo de la consultoría y el cumplimiento del contrato.
- ✓ Elevar una propuesta basada en criterios técnicos, respetando las normas y políticas del Estado de Chile. Las características de la consultoría deberán ser tales que ofrezcan las mejores condiciones para entregar una visión independiente y equilibrada.
- ✓ Durante el período de la consultoría, mantendrá canales de comunicación abiertos para el intercambio de ideas sobre el desarrollo del proyecto.
- ✓ Integrar un equipo profesional que estará compuesto, como mínimo, por profesionales con experiencia demostrada en las materias de la consultoría, siendo determinantes la especialidad y la

experiencia.

5.1.7. Exposición de resultados

El/la Consultor/a deberá exponer a la contraparte técnica y administrativa (ver 4.1.2) los resultados iniciales, intermedios y finales de la consultoría, apoyado/a en medio visual, y a quien la contraparte incorpore. Se deberán considerar, además, reuniones intermedias a solicitud de la contraparte técnica y administrativa. El/la directora/a o coordinador/a del proyecto deberá estar presente en estas reuniones.

5.2. Anexo 1: Formulario postulación etapa de ejecución año 1

ANEXO Nº 1: FORMULARIO DE POSTULACIÓN ETAPA DE EJECUCIÓN AÑO 1

ANTECEDENTES GENERALES DEL PROYECTO

NOMBRE DEL PROYECTO	
CÓDIGO SGP	
REGIÓN	
PROVINCIAS	
COMUNAS DE INTERVENCIÓN	
SECTOR ECONÓMICO	Turismo
SISTEMA DE VALOR A INTERVENIR	
CADENAS DE VALOR QUE IMPACTA	
Nº POTENCIAL DE POBLACIÓN BENEFICIARIA ⁴	
MODALIDAD DE ADMINISTRACIÓN	Con agente operador intermediario
FUENTE DE FINANCIAMIENTO	Corfo
DIRECCIÓN REGIONAL/CDPR RESPONSABLE	CDPR Región del Biobío
EJECUTIVO/A REGIONAL RESPONSABLE	Pedro Cabezas Aguilera
NOMBRE AOI	COPEVAL
NOMBRE EJECUTIVO/A AOI	
RUT EJECUTIVO/A AOI	
CORREO ELECTRÓNICO EJECUTIVO/A AOI	

⁴ Indicar el número potencial de empresas y/o personas naturales que se espera atender (directa o indirectamente) con las actividades del programa.

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

RESUMEN EJECUTIVO (Máximo 3páginas)

Mencione el objetivo del proyecto, características del territorio, empresas de la o las cadenas de valor a intervenir y el foco de trabajo que el PTI tendrá. Además, describa la estrategia diseñada a 3 años para disminuir brechas identificadas en la etapa de Validación, mencione los proyectos habilitantes o de fomento para el escalamiento competitivo y actores más relevantes que coordinará el PTI.

Complete...

OBJETIVOS DEL PROYECTO

GENERAL ⁵ <i>(Indique el objetivo general del proyecto, considerando los 3 años de duración de la etapa de ejecución).</i>	
ESPECÍFICOS ⁶ <i>(Recuerde que los objetivos específicos se deben asociar a los productos o resultados por alcanzar, que son conducentes al logro de la meta u objetivo general del proyecto.)</i>	
OE 1	
OE 2	
OE 3	
OE 4	

JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

ESTRATEGIA TERRITORIAL (Máximo 2 páginas)

Justifique por qué el proyecto es relevante para el desarrollo de la región, del sector o territorio en que interviene, señalando:

Indique las comunas y/o unidad geográfica en la que se inserta el proyecto (valle, cuenca, borde costero, otro).

Agregue un mapa con la identificación del territorio que se ha considerado para el proyecto:

Complete...

Señale la relación del proyecto con la estrategia de desarrollo económico regional o local (sector/ territorio), con las políticas sectoriales nacionales y regionales. Además, señale cómo esta iniciativa contribuiría a la agregación de valor y la oportunidad que se visualiza de impacto estratégico:

Complete...

DESARROLLO ECONÓMICO (Máximo 2 páginas)

Describe las características de la o las cadenas de valor en el territorio y la relación con la economía local, señalando:

Describe y grafique la cadena de valor actual; describa los eslabones indicando la focalización del PTI. Grafique la cadena de valor proyectada con la acción del PTI:

Complete...

⁵ Objetivo general: Resultado esperado (meta final), expresado en términos de desarrollo económico al que se espera que el proyecto o programa contribuya. El objetivo del proyecto debe responder al qué, para qué, cómo y con quién (o para quién) del proyecto.

⁶ Se deberá agregar un objetivo específico fijo a todos los PTI, que diga relación con la **“integración o vinculación entre las empresas que conforman la cadena de valor intervenida”**. Una posible redacción de este objetivo puede ser “Contribuir a la generación de espacios o instancias de vinculación entre actores relevantes de la cadena de valor”, no obstante, esta recomendación, la región formuladora puede redactarlo de la forma que estime conveniente, resguardando sí que, asociado a este nuevo objetivo específico, irá el indicador: “Porcentaje de empresas que firman nuevos o mejorados contratos con clientes/empresas pertenecientes a la cadena de valor de intervención.” (Indicador aprobado por DIPRES en la ficha E, como el indicador principal o de resultado asociado a todos los PTI.

Identifique brechas de competitividad de la cadena de valor y señale en qué puede contribuir el proyecto para la mitigación de esas brechas, justificando la focalización y relacionándola con las inversiones para escalamiento competitivo en el marco de los 3 años de ejecución del proyecto:

Complete...

Señale las oportunidades comerciales que existen para el territorio y las empresas de la cadena si se mitigan las brechas de competitividad:

Complete...

En base a lo anterior, resuma la estrategia que implementará este PTI para los 3 años, utilizando para aquello el siguiente cuadro:

BRECHAS DE COMPETITIVIDAD QUE ABORDARÁ EL PTI	OBJETIVOS DEL PTI	INICIATIVAS DE ESCALAMIENTO COMPETITIVO	ACTIVIDADES DEL PLAN DE TRABAJO	RESULTADOS ESPERADOS DE LA ACTIVIDAD
Ejemplo: Variedades de frambuesa y arándano no acordes a las actuales necesidades de mercado.	Ejemplo: OE1 Apoyar la introducción de nuevos productos y/o mejorar los actuales	Ejemplo: Implementación de nuevos productos y/o atributos: Considerando estrategia regional, PTI se abocará en la incorporación de nuevos productos, trabajando de manera conjunta, con el PER Agroindustrial. Ambos programas son vinculados a centros de estudio y de investigación.	Ejemplo: Evaluación de nuevas variedades de Berries (Act 2 del plan de trabajo): Importación de 2 variedades, por parte del PTI en conjunto con INIA, para probar si atributos se corresponden con necesidades del mercado.	Ejemplo: Lograr introducir nuevas o mejoradas variedades

PARTICIPANTES DEL PTI

Identifique los actores del PTI, quienes respaldan y serán participantes del proyecto. Contabilice a cada actor en uno de los cuadros, sin duplicar.

POTENCIAL DE POBLACIÓN BENEFICIARIA ATENDIDA⁷

Señale las empresas y/o personas naturales que asistirán y/o participarán de las actividades del PTI, de acuerdo con lo señalado en el plan de trabajo del proyecto.

NOMBRE RESPONSABLE	NOMBRE EMPRESA	TIPO EMPRESA
1.		Elija un elemento.
2.		Elija un elemento.
3.		Elija un elemento.
4.		Elija un elemento.
5.		Elija un elemento.
6.		Elija un elemento.
7.		Elija un elemento.
8.		Elija un elemento.
9.		Elija un elemento.
10.		Elija un elemento.
11.		Elija un elemento.
12.		Elija un elemento.
13.		Elija un elemento.
14.		Elija un elemento.
15.		Elija un elemento.
16. (Incorporar filas en caso de ser necesario)		Elija un elemento.
TOTAL POBLACIÓN BENEFICIARIA		

ENTIDADES ASOCIADAS⁸

Identifique a quienes aportan cofinanciamiento para el desarrollo del proyecto.

NOMBRE RESPONSABLE	NOMBRE INSTITUCIÓN/ ÁREA DE TRABAJO	SECTOR
1.		Elija un elemento.
2.		Elija un elemento.
3.		Elija un elemento.
4.		Elija un elemento.
5.		Elija un elemento.
6.		Elija un elemento.
7.		Elija un elemento.
8.		Elija un elemento.
9.		Elija un elemento.
10.		Elija un elemento.
11.		Elija un elemento.
12.		Elija un elemento.
13. (Incorporar filas en caso de ser necesario)		Elija un elemento.
TOTAL ENTIDADES ASOCIADAS		

⁷ **Beneficiario atendido:** Es la entidad o persona cuya participación da pertinencia al proyecto y/o se beneficia directa o indirectamente de los resultados de éste (Res. 28 del 08/04/20 que aprueba bases administrativas generales para los instrumentos de la Corfo).

⁸ **Asociados:** Se trata de una o más personas, naturales o jurídicas, públicas o privadas, con o sin fines de lucro, que concurren cofinanciando el proyecto. Además, podrán concurrir en este rol, órganos de la Administración del Estado, Gobiernos Regionales y Municipalidades.

OTROS PARTICIPANTES

Identifique los actores que participan en el desarrollo del proyecto, los cuales no son beneficiarios y no aportan cofinanciamiento.

NOMBRE RESPONSABLE	NOMBRE INSTITUCIÓN/ ÁREA DE TRABAJO	SECTOR
1.		Elija un elemento.
2.		Elija un elemento.
3.		Elija un elemento.
4.		Elija un elemento.
5.		Elija un elemento.
6.		Elija un elemento.
7.		Elija un elemento.
8.		Elija un elemento.
9.		Elija un elemento.
10.		Elija un elemento.
11.		Elija un elemento.
12. (Incorporar filas en caso de ser necesario)		Elija un elemento.
TOTAL OTROS PARTICIPANTES		

RESUMEN DE PARTICIPANTES⁹

Indique la cantidad de actores del PTI de acuerdo con el sector, considerando los sumandos de población beneficiaria atendida, asociados y otros participantes.

CANTIDAD PERSONAS NATUALES	
CANTIDAD EMPRESAS PRIVADAS	
CANTIDAD ENTIDADES PÚBLICAS	
CANTIDAD ONG/ FUNDACIONES	
CANTIDAD ENTIDADES ACADÉMICAS	
CANTIDAD ASOCIACIONES ¹⁰	
TOTAL DE PARTICIPANTES	

GOBERNANZA (Máximo 2 páginas)

Describa y grafique el modelo de organización bajo el cual se asociarán los distintos participantes del PTI, para la ejecución del plan de trabajo.

Complete...

⁹ Este cuadro desglosa el tipo de empresas y sectores registrados en los cuadros previos de participantes del PTI. Por ello los valores que se indiquen deben cuadrar con los totales.

¹⁰ Incluye a asociaciones gremiales, cooperativas, indígenas, ambientales, municipales y otras asociaciones sin fines de lucro.

CARTERA DE INICIATIVAS DE ESCALAMIENTO COMPETITIVO¹¹

CARTERA DE INICIATIVAS DE LOS 3 AÑOS DE EJECUCIÓN

Complete el siguiente cuadro con las iniciativas o proyectos de fomento productivo¹² y/o plataformas habilitantes¹³ consideradas para la etapa de ejecución (3 años). Esta cartera debe contribuir a la disminución de las brechas identificadas en la cadena de valor y el PTI aportará en su materialización. Esta cartera de iniciativas no es financiada por el PTI, pero justifican el plan de trabajo y la función del gestor o la gestora.

NOMBRE INICIATIVA	TIPO DE INICIATIVA	DESCRIPCIÓN	UNIDAD TÉCNICA RESPONSABLE ¹⁴ (responsable de la ejecución de la iniciativa)	APORTE DEL PTI AL DESARROLLO DE LA INICIATIVA ¹⁵	ESTADO ACTUAL DE LA INICIATIVA ¹⁶
1.	Elija un elemento.				Elija un elemento.
2.	Elija un elemento.				Elija un elemento.
3.	Elija un elemento.				Elija un elemento.
4.	Elija un elemento.				Elija un elemento.
5.	Elija un elemento.				Elija un elemento.
6.	Elija un elemento.				Elija un elemento.
7.	Elija un elemento.				Elija un elemento.
8.	Elija un elemento.				Elija un elemento.

¹¹ **Cartera de Iniciativas de Escalamiento Competitivo:** conjunto de proyectos de carácter productivo y/o habilitantes que se levantan desde la información primaria y secundaria, validadas por los actores claves y que abordan las brechas identificadas en el escalamiento competitivo de la cadena de valor.

¹² **Fomento Productivo:** iniciativas y/o proyectos asociados a mejorar la productividad; diversificación/sofisticación y sustentabilidad de las empresas de la cadena de valor, del territorio. Estas iniciativas y/o proyectos son de carácter productivo y, en general, se asocian a empresas en particular o bien grupos de empresas, en este último caso tiene un carácter asociativo o de valor colaborativo. Estas iniciativas y/o proyectos son los que deben levantar financiamiento para su implementación.

¹³ **Plataformas Habilitantes:** iniciativas y/o proyectos asociados a mejorar la competitividad de territorio y que tiene impacto directo en la cadena de valor del territorio. En general, se asocian a infraestructuras, normativas, formación de capital humano, fomento de espacios de colaboración y todo lo relacionado con la habilitación de las condiciones del territorio para impulsar el escalamiento competitivo de la cadena de valor. Estas iniciativas y/o proyectos son los que deben levantar financiamiento para su implementación.

¹⁴ La unidad técnica responsable, corresponde a aquella que tendrá que velar por la ejecución técnica de la iniciativa (responsable de la formulación del proyecto y de su ejecución). Puede coincidir con la unidad financiera, pero no necesariamente. Por ejemplo: Programa de Marketing Regional, la unidad ejecutora es Sernatur, pero la unidad financiera el Gobierno Regional mediante el FNDR.

¹⁵ Indique qué acciones concretas realizará el PTI para la materialización de la iniciativa de escalamiento competitivo identificada como relevante.

¹⁶ Indique su estado actual: Idea (sin cifras ni evaluación), Perfil (con antecedentes y cifras preliminares), Factibilidad (cálculo de beneficios y costos establecido), postulación, ejecución, ejecutado, eliminada.

CARTERA DE INICIATIVAS DEL AÑO 1

A partir de las “Cartera de Iniciativas de los 3 años de ejecución”, describa el financiamiento estimado para aquellas iniciativas cuya ejecución será impulsada en el año 1.

NOMBRE INICIATIVA (Mantenga el nombre según cuadro anterior)	PRESUPUESTO \$	CON FINANCIAMIENTO APROBADO	ENTIDAD QUE FINANCIA (Participa en el financiamiento de la iniciativa)	MEDIOS DE VERIFICACIÓN ¹⁷
1.		Elija un elemento.		
2.		Elija un elemento.		
3.		Elija un elemento.		
4.		Elija un elemento.		
5.		Elija un elemento.		
6.		Elija un elemento.		
7.		Elija un elemento.		
8.		Elija un elemento.		
9.		Elija un elemento.		
10.		Elija un elemento.		
11.		Elija un elemento.		
12.		Elija un elemento.		
13.		Elija un elemento.		
TOTAL \$				

¹⁷ Indique cuáles son los documentos que respaldan el cumplimiento de la iniciativa.

PRESUPUESTO Y CRONOGRAMA AÑO 1

RESUMEN DEL PRESUPUESTO ETAPA EJECUCIÓN AÑO 1

ÍTEM	CUENTAS PRESUPUESTARIAS	COSTO TOTAL \$	APORTE CORFO \$	APORTE ASOCIADOS \$
01	RECURSOS HUMANOS	XXX	XXX	XXX
	Gestor o gestora	xxx	xx	xx
	Ejecutivo o ejecutiva técnica	xxx	xx	xx
02	GASTOS DE OPERACIÓN	XXX	XXX	XXX
	Consultorías y estudios	xx	xx	xx
	Asesorías	xx	xx	xx
	Capacitación	xx	xx	xx
	Taller	xx	xx	xx
	Seminarios	xx	xx	xx
	Certificaciones	xx	xx	xx
	Reuniones	xx	xx	xx
	Participación en ferias	xx	xx	xx
	Desarrollo de productos	xx	xx	xx
	Viáticos y pasajes	xx	xx	xx
	Difusión y comunicaciones	xx	xx	xx
	Otros gastos	xx	xx	xx
	SUBTOTAL COSTO DEL PROYECTO (recursos humanos + operación)	XX	XX	XX
	% DISTRIBUCIÓN APORTES	100%	XX %	XX %
03	OVERHEAD¹⁸	XX	XX	No aplica
	Overhead	xx	xx	No aplica
	Activos imprescindibles	xx	xx	No aplica
	PRESUPUESTO TOTAL (recursos humanos + operación + overhead)	XX	XX	XX

¹⁸ Se debe presupuestar en esta cuenta los montos que Corfo pague al AOI por concepto de supervisión, seguimiento y/o administración de proyectos (Res. 443, Corfo, Manual de Rendiciones y Seguimiento financiero).

PLAN DE COORDINACIÓN Y ARTICULACIÓN

Detalle las actividades que realizará durante este año y que son financiadas por el PTI, ya sea directamente por Corfo o asociados, para apoyar la coordinación y articulación de acciones que posibilitan la implementación de las iniciativas de escalamiento competitivo.

Refiérase solamente a las actividades de consultorías/estudios, atracción de inversiones, asistencia técnica, misiones u otras y la relación con los objetivos específicos.

Tenga presente que cada actividad que Ud. contemple se deberá adjudicar separadamente, conforme las Circulares existentes sobre la materia.

OBJETIVO ASOCIADO	ACTIVIDAD	BREVE DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	MES INICIO	MES TÉRMINO	COSTO \$ ¹⁹	APORTE CORFO/CDPR \$ ²⁰	APORTE SOCIOS \$ ²¹	NOMBRE ASOCIADO	TIPO APOORTE
<i>Ej: OE1</i>			Elija un elemento.	Elija un elemento.	<i>Ej. 2.000.000</i>	<i>Ej. 2.000.000</i>	<i>Ej. 2.000.000</i>		Elija un elemento.
			Elija un elemento.	Elija un elemento.					Elija un elemento.
			Elija un elemento.	Elija un elemento.					Elija un elemento.
			Elija un elemento.	Elija un elemento.					Elija un elemento.
			Elija un elemento.	Elija un elemento.					Elija un elemento.
			Elija un elemento.	Elija un elemento.					Elija un elemento.
			Elija un elemento.	Elija un elemento.					Elija un elemento.
			Elija un elemento.	Elija un elemento.					Elija un elemento.
			Elija un elemento.	Elija un elemento.					Elija un elemento.

¹⁹ Expresar en pesos ej: 2.000.000. Usar puntos para la separación de miles. No repetir el signo \$ que ya encabeza la columna.

²⁰ Expresar en pesos ej: 2.000.000. Usar puntos para la separación de miles. No repetir el signo \$ que ya encabeza la columna.

²¹ Expresar en pesos ej: 2.000.000. Usar puntos para la separación de miles. No repetir el signo \$ que ya encabeza la columna.

			Elija un elemento.	Elija un elemento.					Elija un elemento.
			Elija un elemento.	Elija un elemento.					Elija un elemento.
			Elija un elemento.	Elija un elemento.					Elija un elemento.
			Elija un elemento.	Elija un elemento.					Elija un elemento.
			Elija un elemento.	Elija un elemento.					Elija un elemento.
				TOTAL \$					

DETALLE ACTIVOS IMPRESCINDIBLES

El total de este cuadro debe coincidir con los “Activos Imprescindibles” señalados en el cuadro “RESUMEN DEL PRESUPUESTO ETAPA EJECUCIÓN AÑO 1”.

CANTIDAD	NOMBRE DEL ACTIVO	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL \$
TOTAL ACTIVOS \$			

INDICADORES²²

Los indicadores deben guardar relación con lo planteado en la “Cartera de Iniciativas de Escalamiento Competitivo”, incorporando los antecedentes de línea base levantados y aprobados en la etapa de Validación. Los indicadores se mantendrán los 3 años de ejecución.

INDICADOR DE ÉXITO (Máximo 2 indicadores)²³

Atribuibles a las metas a alcanzar relacionadas con el objetivo general del proyecto.

NOMBRE INDICADOR (De acuerdo con nombres genéricos de indicadores PTI)	DESCRIPCIÓN (Describa el objeto de la medición)	FÓRMULA DE CÁLCULO	LÍNEA BASE	META AÑO 1	PROYECCIÓN AÑO 2	PROYECCIÓN AÑO 3	MEDIO DE VERIFICACIÓN
Ej. Número de clientes atendidos	Ej. Se medirá la cantidad de visitantes que acudan a los parques nacionales de la región de La Araucanía.	Ej. N° de personas que compren tickets de acceso a los parques en el año t					

²² Se recomienda revisar el documento de apoyo metodológico “Hablemos de indicadores”, elaborado por la Subdirección de Aceleración Territorial.

²³ Los indicadores son indicadores genéricos y no se debe modificar sus nombres. En la descripción del formulario de postulación se debe especificar qué vas a medir dentro del indicador. Por ejemplo, el indicador seleccionado es "Número de clientes atendidos" y en el detalle se indicará que vamos a medir los visitantes que acudan a los parques nacionales de la región de La Araucanía.

Atribuibles a las metas a alcanzar relacionadas con los objetivos específicos acorde a la estrategia diseñada para alcanzar el objetivo general

[illegible]

INDICADOR DE PRODUCTO COMPROMETIDO CON DIPRES – Para todos los proyectos

OBJETIVO ASOCIADO	NOMBRE INDICADOR	DESCRIPCIÓN	FÓRMULA DE CÁLCULO	LÍNEA BASE	META AÑO 1	PROYECCIÓN META AÑO 2	PROYECCIÓN META AÑO 3	MEDIO DE VERIFICACIÓN
Potenciar la generación de acuerdos e instancias de integración entre actores de la cadena de valor	Porcentaje de empresas que firman nuevos contratos comerciales.	Ámbito: Resultado intermedio. Dimensión: Eficacia. Porcentaje de empresas participantes del programa, que firman nuevos o mejorados contratos de compra/venta con empresas o clientes vinculados a la cadena de valor intervenida.	$\frac{\text{(Número de empresas participantes encuestadas que declaran firmar nuevos o mejorados contratos/ Número de empresas encuestadas participantes del PTI)}}{100}$				20%	Encuesta aplicada al finalizar el programa a todas las empresas participantes del PTI.

INDICADORES DEL PROGRAMA (MEDICIÓN OBLIGATORIA TRANSVERSAL)²⁴

Mide la calidad de la ejecución del proyecto anual. Están directamente relacionados a los objetivos del instrumento PTI y los ejes estratégicos de Corfo, por lo que son medidos de forma obligatoria en todos los proyectos PTI.

ÁMBITO DE MEDICIÓN	INDICADOR	FÓRMULA DE CÁLCULO	LÍNEA BASE	META AÑO 1	PROYECCIÓN META AÑO 2	PROYECCIÓN META AÑO 3	MEDIO DE VERIFICACIÓN
Gobernanza	N° de participantes de la gobernanza	Sumatoria de participantes de la gobernanza en el año t	0				Listado de asistencia
	N° de sesiones de comité	Sumatoria de sesiones realizadas en el año t	0				Actas de sesión
	N° de bases/ reglamentos/ normas formalizadas	Sumatoria de bases/reglamentos/ normas formalizadas en el año t	0				Documentos formalizados

²⁴ Medidos de forma obligatoria en todos los proyectos PTI. Si un indicador no aplica al proyecto, de todas formas, será medido y su resultado será 0.

ÁMBITO DE MEDICIÓN	INDICADOR	FÓRMULA DE CÁLCULO	LÍNEA BASE	META AÑO 1	PROYECCIÓN META AÑO 2	PROYECCIÓN META AÑO 3	MEDIO DE VERIFICACIÓN
Cobertura del programa	N° empresas beneficiarias directas	Suma de empresas que han sido beneficiadas por el PTI en el año t	0				Lista de beneficiarios atendidos.
Apalancamiento	Presupuesto público y privado ejecutado [MM\$]	Sumatoria de los montos de financiamiento obtenidos mediante gestión del PTI (en millones de pesos) (acumulado)	0				Sistema de gestión PTI
Desarrollo territorial	N° actividades de posicionamiento del sector/industria en el territorio	Sumatoria de actividades realizadas en el año t	0				Sistema de gestión PTI
Género	N° empresas lideradas por mujeres	Sumatorio número de empresas lideradas por mujeres participantes del PTI en el año 1	0				Lista de empresas registradas en ficha del Programa
Sostenibilidad	N° proyectos sostenibles desarrollados en el marco del programa (eficiencia energética, economía circular, entre otros)	Sumatoria de proyectos sostenibles desarrollados el año 1	0				Listado de proyectos aprobados.
Ejecución del programa	% ejecución del plan de trabajo	(N° de actividades del plan de trabajo PTI cumplidas en el año t/N° de actividades totales del plan de trabajo PTI año t) *100	0				Sistema de gestión PTI
	% ejecución presupuestaria	(Monto de gastos rendidos y aprobados en SGP/Monto presupuesto aprobado en el año t) *100	0				Rendición SGP
Difusión y marketing del programa	N° acciones de difusión realizadas	Sumatoria de actividades de difusión realizadas en el marco del PTI en el año t	0				Sistema de gestión PTI
	N° asistentes a acciones de difusión	Sumatoria de asistentes a actividades realizadas en el marco del PTI en el año t	0				Sistema de gestión PTI

ANTECEDENTES TÉCNICOS ADICIONALES

CARTAS DE APOORTE (CUADRO 18)	
1	Carta de Compromiso de Aportes Asociado 1
2	Carta de Compromiso de Aportes Asociado 2
n	Carta de Compromiso de Aportes Asociado 3

NOMBRE Y FIRMA DIRECTOR(A) REGIONAL

5.3. Anexo 2: Empresa Consultora

ANEXO Nº 2: IDENTIFICACIÓN Y EXPERIENCIA DEL CONSULTOR

NOMBRE EMPRESA CONSULTORA				
RUT EMPRESA CONSULTORA				
PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA CONSULTORA (Máximo 1.000 palabras)				
ANTECEDENTES DE EXPERIENCIA (ÚLTIMOS 5 AÑOS)				
TIPO DE SERVICIO PRESTADO	SECTOR PÚBLICO/ PRIVADO	NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN O EMPRESA A LA QUE SE PRESTÓ SERVICIO	PERÍODO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS	NOMBRE Y TELÉFONO DE CONTACTO

Puede incorporar más filas si se requiere.

5.4. Anexo 3: Equipo profesional de la empresa

ANEXO Nº 3: IDENTIFICACIÓN Y EXPERIENCIA DEL EQUIPO DE TRABAJO (*)(**)(***)							
ROL EN EL PROYECTO	FUNCIONES ASOCIADAS AL ROL (Enumere)	NOMBRE DEL PROFESIONAL	TÍTULOS PROFESIONALES Y POSGRADO	PROYECTOS EN LOS QUE HA PARTICIPADO	NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN EN QUE SE DESARROLLO EL PROYECTO	PERÍODO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS ANTERIORES	NOMBRE Y TELÉFONO DE CONTACTO
Coordinador/ director							

Puede agregar filas si se requiere

(*) Adjuntar organigrama del equipo de trabajo propuesto para el proyecto.

(**) Adjuntar Currículum Vitae de cada uno de los integrantes del equipo de trabajo.

(***) Adjuntar certificados de títulos y posgrado de cada uno de los integrantes del equipo de trabajo.

5.5. Anexo 4: Plan de trabajo

ANEXO Nº 4: PLAN DE TRABAJO

Actividad 1	Nombre de actividad		Nº Objetivos Específicos Asociados	
Descripción de la Actividad				
Justificación técnica de la Actividad				
Equipo ejecutor				
Integrante	Nombre	Rol o cargo en el proyecto	Horas destinadas en esta actividad (nº)	Presupuesto asociado (\$)
Profesional 1		Responsable de...		
Profesional 2				
Profesional 3				

Profesional n				
Totales costo RRHH para esta actividad				
Gastos de operación				
Descripción de los gastos de operación	Ejemplo, arriendo espacio para la reunión para app. 10 personas, material del taller, servicio de coffee breack entre otros		Presupuesto asociado (\$)	

Resumen

N°	Nombre Actividad	N° Objetivos Especificos Asociados	Mes de Inicio	Mes de Término	Ítem	Presupuesto ítem (\$)	Presupuesto Total por actividad (\$)
1					RRHH		
					Operaciones		
2					RRHH		
					Operaciones		
					RRHH		
					Operaciones		
					RRHH		
					Operaciones		
					RRHH		

[illegible]

5.6. Anexo 5: Oferta económica

ANEXO Nº 4: OFERTA ECONÓMICA

Razón Social Proponente:

RUT proponente:

El representante legal del proponente u oferente que suscribe certifica que el valor total de su oferta económica para la presente licitación antes individualizada es la que se consigna a continuación:

Total, de horas de la consultoría (*):

Valor total en pesos chilenos

Valor neto : \$

IVA u otro impuesto (**) : \$

Valor Total Bruto : \$

Valor total de la oferta en palabras:

Nombre representante :

Firma :

* Indicar el total de horas que el equipo de trabajo dispondrá para la ejecución de la consultoría

** En caso de que se emitan Facturas Exentas, se debe señalar expresamente en este cuadro.