

BASES TÉCNICAS CONSULTORÍA “FLORIDA ENOTURÍSTICA: HISTORIA, VINOS, ARTESANÍA Y TRADICIONES CAMPESINAS”, CÓDIGO 24 REDME – 264499 – 2

ANTECEDENTES GENERALES

1.1. Descripción de Proyecto

El proyecto consiste en la conformación de un grupo de seis empresas dedicadas a actividades complementarias estas actividades son de producción de vino actividad base del enoturismo, piscicultura, cerámica, alojamiento y agroturismo, es decir se conforma una red colaborativa de turismo en la comuna de Florida, que cuentan con potencial de crecimiento y de atracción de turistas de los mercados objetivos: norteamericano y brasileño. El objetivo es promover la cooperación y asociatividad comercial entre las empresas participantes, desarrollando un relato que resalte la historia, tradiciones y patrimonios locales como elementos clave para diferenciar la ruta exportable. Esto, a su vez, permitirá diversificar la oferta turística y fortalecer la economía local, generando una experiencia enoturística sustentada en el trabajo en equipo, la colaboración y el encadenamiento productivo. Además, mediante alianzas estratégicas y la transferencia de conocimientos de actores relevantes del ecosistema exportador, se busca incentivar y fomentar el trabajo conjunto para impulsar la exportación de la Ruta.

Por otra parte la consolidación de la red que sustenta la Ruta, presenta una oportunidad de crecimiento económico, expansivo, de cobertura y de imagen, permitiendo a los beneficiarios posicionarse en el exterior, realizar nuevas alianzas estratégicas, trabajar en conjunto, visibilizar nuevos canales de comercialización y estudiar industrias que resulten atractivas y/o potenciales destinos, lo cual en conjunto con el resto de actividades contribuirá al mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos relacionados con la explotación y desarrollo de la Ruta. Lo anterior basado en la minimización de sus brechas que transversalmente enfrentan como grupo, y que fueron levantados en la etapa de diagnóstico, análisis de los elementos claves diferenciadores y considerando la promoción sustentable de la Ruta en lo social, económico y ambiental, lo que permitirá competir de mejor forma en el mercado. El diagnóstico permitió además de detectar las brechas individuales y como ruta, proponer un itinerario, duración de cada actividad, actividades complementarias, recomendaciones estratégicas y valor mínimo a cobrar por persona para realizar esta ruta, dicho levantamiento fue contrastado con lo existente en el mercado actual del enoturismo como oferta nacional y con el perfil enoturístico de los países seleccionados como mercados objetivos.

A partir de lo anterior, y para la etapa de desarrollo se propone asesorías especializadas que permitan abordar las brechas, como, por ejemplo, creación de un relato común, generación de marca conjunta, difusión y canales de comercialización, idioma y diferenciación de la Ruta con respecto a otras en desarrollo o existentes. Esta ruta busca destacar el enoturismo basado en vivir una experiencia en un ambiente rural rodeado de historia, patrimonio y costumbres ancestrales, mostrando el territorio, la calidad de sus vinos e historia local, como por ejemplo la historia de los puentes.

Además, a través de una gira en Brasil, los participantes de la ruta tendrán la oportunidad de conocer experiencias exitosas similares, explorar sus desafíos y descubrir su potencial diferenciador, abordando las interrogantes e inquietudes que actualmente enfrentan los empresarios.

Además, a través de una asesoría especializada enfocada en el desarrollo comercial, se busca que las empresas estructuren su modelo de negocio mediante una descripción breve, clara y coherente, destacando los aspectos más relevantes. Esto permitirá la elaboración de un plan estratégico de ventas dirigido a tour operadores mayoristas internacionales y/o potenciales clientes, facilitando su vinculación. Para apoyar este proceso, se desarrollarán materiales de difusión en formato textual y digital, disponibles en diferentes idiomas, con el propósito de posicionar sus productos en el mercado objetivo.

Posteriormente, se llevará a cabo un encuentro comercial con los interesados, facilitando el acceso efectivo de los beneficiarios a potenciales compradores de las Rutas en los mercados de Norteamérica y Brasil. El objetivo principal será que los empresarios tengan la oportunidad de reunirse con operadores de mercados internacionales, fortaleciendo relaciones y adquiriendo conocimiento sobre el perfil de los turistas potenciales. Esto permitirá una vinculación directa para la presentación y promoción de sus servicios turísticos.

Las condiciones comerciales dependen además de otros actores como los operadores turísticos, PRO-CHILE y el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR), quienes conocen los canales para llegar al enoturista extranjero. Por otro lado, como parte de los canales de comercialización se invitará a actores relevantes del turismo nacionales e internacionales que puedan difundir la ruta en medios internacionales.

1.2. Objetivo General

El objetivo general del proyecto es implementar una ruta enoturística atractiva, diseñada específicamente para captar la atención de turistas norteamericanos y brasileños. Esta iniciativa se desarrollará en la comuna de Florida mediante la colaboración de una red de 6 empresas pertenecientes a los sectores de vitivinicultura, piscicultura, alojamiento, cerámica y agroturismo.

Esta ruta será promocionada en el mercado internacional, incorporando mejoras y tendencias basadas en estándares establecidos. Se definirán precios rentables para cada una de las empresas participantes, contribuyendo significativamente al desarrollo económico local mediante la generación de empleo, el aumento de ingresos y el posicionamiento de la ruta en mercados altamente exigentes que aprecian la tradición, la historia y la calidad.

1.3. Objetivos Específicos

- Consolidar la Ruta enoturística mediante la construcción de una identidad única que permita a las empresas participantes, basándose en sus relatos históricos y en el contexto patrimonial, cultural, costumbrista y de descanso del territorio, posicionar la Ruta en sus mercados objetivo. Esta identidad local y diferenciadora será promovida a través de redes sociales.
- Facilitar el acceso para la implementación de la ruta a agentes operadores nacionales e internacionales, así como a medios de prensa digital y profesionales especializados en la materia, quienes actuarán como embajadores de la ruta en los distintos países que conforman el mercado objetivo.
- Diseñar un modelo de gestión basado en la asociatividad y colaboración, que garantice la construcción de un modelo de negocio sólido. Este modelo deberá incluir sistemas de monitoreo, indicadores de éxito, y planes estratégicos enfocados en comunicación, gestión de riesgos y sostenibilidad.

1.4. Antecedentes del Programa

El proyecto "Florida Enoturística: Historia, Vinos, Artesanía y Tradiciones Campesinas" tiene como objetivo desarrollar, implementar y consolidar una ruta enoturística en la comuna de Florida, Región del Biobío. Este proyecto busca fortalecer la competitividad del sector y las empresas locales mediante una estrategia comercial que incluye un plan de marketing y promoción. La ruta se enfocará en la exportación del circuito a mercados internacionales (Brasil y Estados Unidos), con asesorías de expertos en turismo, comercio y operaciones. Además, se considerarán alianzas con tour operadores y Sernatur para potenciar estos objetivos.

La ruta enoturística se conformará por seis empresas dedicadas a diferentes actividades como la producción de vino, piscicultura en tierra, cerámica, alojamiento y agroturismo, creando una red colaborativa de turismo en la comuna de Florida. El proyecto también contempla la implementación de mejoras tecnológicas y la creación de una identidad propia para la ruta. En resumen, este proyecto busca posicionar la ruta enoturística de Florida en mercados internacionales, promoviendo la cooperación y asociatividad comercial entre las empresas participantes.

1.5. Resultados esperados

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

- Nombre comercial de la ruta e identidad visual: Se espera contar con un reconocimiento y visibilidad diferenciadora respecto a la competencia. Si además esta es atractiva, generará interés en la ruta y motivar a los viajeros a visitarla. Al crear una conexión con los visitantes, será más fácil de recordar y fomentará su regreso a la ruta en el futuro.
- Acuerdos de colaboración con agentes y operadores turísticos nacionales e internacionales: Contar con aliados estratégicos que serán finalmente los encargados de difundir y tener el primer contacto con el turista. Se espera contar con visitantes de los países del mercado objetivo, a lo menos de un mercado.
- Ruta previamente piloteada: trayecto evaluado y probado con anterioridad para garantizar su viabilidad y seguridad. Gracias a este proceso, se identificarán posibles obstáculos, se optimizarán tiempos y se ajustarán detalles logísticos, asegurando una ejecución eficiente y sin imprevistos. Ideal para viajes planificados, expediciones estratégicas o cualquier desplazamiento que requiera precisión en la ruta.
- Experiencia en maridaje: diseño de la apreciación correcta de la combinación del vino con diversos alimentos. Mediante una degustación especializada, se explorarán aromas, sabores y texturas, potenciando la experiencia sensorial. Además, se brindarán recomendaciones sobre el servicio adecuado del vino, incluyendo selección de copas, temperaturas óptimas y técnicas de presentación. Ideal para quienes desean profundizar en la enología y elevar su conocimiento gastronómico.
- Experiencia integral: Asesoría técnica en gestión de prevención de riesgos, incluyendo curso de primeros auxilios para mantener la integridad física y mental de los clientes, gestionando eficazmente accidentes y condiciones climáticas adversas. Además, en paralelo asesoría en función de normativa y regulaciones mínimas exigidas por el mercado internacional.
- Página web y redes sociales para la ruta: Visibilizar, difundir e informar al turista internacional respecto a la ruta, los participantes, servicios, historia, características del patrimonio y vivencias.

- Implementación de QR en al menos dos idiomas para incluir en productos para el merchandising y en indicaciones en las paradas de la ruta: Incorporar tecnología que facilite la comunicación entre los que entregan el servicio y quienes visitan la ruta, dando velocidad a esta entrega, pensando en enoturistas que no hablan español.
- Fam tour nacional e internacional: Brindar a operadores turísticos y agentes de viaje nacionales e internacionales la experiencia completa de la ruta, con el objetivo de que evalúen la calidad de los productos y servicios que ofrece la ruta.
- Gira nacional: Transferencia de buenas prácticas, donde los miembros de la ruta visiten experiencia exitosa similares.
- Misión comercial de las empresas a Brasil: El objetivo principal de la misión comercial de enoturismo a Brasil es posicionar la oferta enoturística chilena en el mercado, promover la colaboración entre empresas chilenas y brasileñas del sector. Esta misión incluye actividades cuidadosamente planificadas para lograr el objetivo principal, tales como visitas a viñas y bodegas, encuentros con profesionales del sector, seminarios y talleres, viajes de familiarización, conocer la oferta enoturística, establecer contactos con profesionales del sector.

1. OBJETO DEL PRESENTE LLAMADO.

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

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

2. ACTIVIDADES

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

Actividad
Asesoría especializada en diseño de oferta enoturístico
Asesoría en servicio al cliente en turismo, como brindar experiencias memorables
Asesoría en maridaje, degustación y servicio del vino
Prepilotaje de la ruta
Fam tour nacional e internacional
Misión comercial de las empresas a Brasil
Gira o misión tecnológica para observación de modelo de mercado
Encuentros nacionales de enoturismo del Biobío para el mercado internacional
Asesoría técnica en primeros auxilios y prevención de riesgos
Gestión integral (determinación de precio, coaching en negociación, políticas de pago con tour operadores)
Asesoría en marketing turístico estratégico y material publicitario

3. PRODUCTOS ESPERADOS

- Encadenamiento productivo de las empresas que participan de la ruta: Fortalecer el modelo de negocio y el encadenamiento productivo local y regional, con mayor participación de otros actores en forma complementaria a la ruta o como apoyo a ella. De esta forma se generarían impactos positivos en el empleo, aumento de ventas, posibilidad de mayor inversión, diversificación de la cartera económica.
- Turistas extranjeros que visitan la ruta: Consolidación de la ruta y poner en valor como destino turístico la comuna de Santa Juana, además aumentarían los ingresos por gasto de estos visitantes en la zona. En particular sobre los servicios de quienes participan de la ruta.
- Actividades directas y complementarias que entrega la ruta: Se espera aumentar en número y tipo de actividades a incorporar en la ruta, una vez que termine lo que se denominará puesta en marcha, viendo la factibilidad que el turista extranjero pague por estos nuevos servicios: como cursos de cocinas, talleres artesanales, día de trekking, entre otros.

4. PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución para el cumplimiento de las actividades tiene como plazo de ejecución hasta diez meses contados desde la fecha de contrato entre el AOI y la consultora adjudicada.

5. PAGOS

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

6. PARTICIPANTES

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

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

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

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

7. PRESENTACIÓN DE OFERTAS Y FECHAS DE CONSULTAS

Las ofertas serán recibidas a partir del **LUNES 27 de OCTUBRE de 2025 a las 15:00 horas, hasta el LUNES 03 de NOVIEMBRE del 2025, a las 10:00 hrs.**, vía correo electrónico dirigido a cristian.becar@copeval.cl con copia a carolina.jarpa@copeval.cl

Las consultas pueden ser realizadas hasta el dia **JUEVES 30 de Octubre de 2025 hasta las 15:00 horas** vía correo electrónico dirigido a cristian.becar@copeval.cl con copia a carolina.jarpa@copeval.cl

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

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

Los postulantes podrán formular consultas acerca de los Términos de Referencia, exclusivamente, a través de la siguiente dirección de correo electrónico cristian.becar@copeval.cl desde el envío de la invitación a postular hasta el **jueves30 de octubre del 2025, hasta las 12:00 horas**.

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

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

8. CRITERIO DE EVALUACIÓN

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

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

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

4: Muy bueno

3: Bueno

2: Suficiente

1: Insuficiente

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

9. NOTIFICACIÓN DE RESULTADOS

Los resultados serán entregados a los postulantes el **lunes 03 de noviembre de 2025** mediante correo electrónico.

10. FORMALIZACIÓN

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

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

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

ANEXO A**Identificación del Oferente****BASES TÉCNICAS CONSULTORÍA: “FLORIDA ENOTURÍSTICA: HISTORIA, VINOS, ARTESANÍA Y TRADICIONES CAMPESINAS”, CÓDIGO 24 REDME – 264499 – 2**

Nombre completo persona natural o razón social proponente:

Nombre de fantasía (si lo tiene):

RUT del proponente:

Nombre representante:

RUT representante legal:

Dirección:

Ciudad:

Correo electrónico:

Firma representante legal:

ANEXO B

Propuesta Técnica Oferente

BASES TÉCNICAS CONSULTORÍA: “FLORIDA ENOTURÍSTICA: HISTORIA, VINOS, ARTESANÍA Y TRADICIONES CAMPESINAS”, CÓDIGO 24 REDME – 264499 – 2
--

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

ANEXO C**Experiencia profesional**

BASES TÉCNICAS CONSULTORÍA: “FLORIDA ENOTURÍSTICA: HISTORIA, VINOS, ARTESANÍA Y TRADICIONES CAMPESINAS”, CÓDIGO 24 REDME – 264499 – 2

EXPERIENCIA DEL OFERENTE

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

EXPERIENCIA DETALLADA DEL OFERENTE ÚLTIMOS 2 AÑOS

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

PROPIEDAD INTELECTUAL

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

ANEXO D**Antecedentes Administrativos****BASES TÉCNICAS CONSULTORÍA: “FLORIDA ENOTURÍSTICA: HISTORIA, VINOS, ARTESANÍA Y TRADICIONES CAMPESINAS”, CÓDIGO 24 REDME – 264499 – 2**

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