

BASES TÉCNICAS CONSULTORÍA: RUTA DEL LEGADO ANCESTRAL: VIÑEDOS Y RAÍCES EN LA RIBERA NORTE DEL BIOBÍO”, CÓDIGO 24 REDME – 264441-2, ETAPA DE DESARROLLO

1. ANTECEDENTES GENERALES

1.1.Descripción de Proyecto

El proyecto contempla la creación de una ruta enoturística conformada por 5 empresas de la comuna de San Rosendo, Región del Biobío, del rubro vitivinícola, artesanía, hotelería y transporte acuático. Esta ruta sobre la ribera sur del río Biobío, colecta actividades que potencian el turismo a través del realce valórico de las viñas y de la carretera fluvial más importante de la región con la posibilidad cierta de unir a otro potencial circuito que es el San Rosendo Laja a través del río Biobío. Asimismo, se potencia la ruta con la incorporación de una empresa de cerámicas, actividad reconocida nacionalmente por la producción de tejas y tinajas y una hostería. Asimismo, esta ruta también ofrecerá actividades relacionadas al territorio como son visitas a sitios históricos como el fuerte y puente colgante conocer sus leyendas como los de la piedra de la sirena, la piedra Chancuda y El Cerro Catiray así como asistir a fiestas costumbristas, y mercados.

La ruta del Legado Ancestral se basa en historias, gastronomía local, actividades recreativas y cultura ferroviaria de San Rosendo, que la conforman 5 empresas de los rubros vitivinícola, gastronómico, transporte y operador turístico localizadas en San Rosendo, comuna de rezago de la Provincia del Biobío. Dada su condición de rezago es que este tipo de turismo orientado a clientes extranjeros es una oportunidad para estas comunas puesto que los turistas llegan a disfrutar de viñedos, historias familiares, alojamientos y gastronomía de la zona; estando cerca de otras comunas de la Región del Biobío pudiendo conectar con otros circuitos enoturísticos

A través de un plan de tres ejes principales – desarrollo de un plan de marketing, establecimiento de alianzas estratégicas y entrega de asesorías especializadas – se posicionará la Ruta en el mercado nacional e internacional. Estas acciones permitirán aumentar la afluencia de turistas, fortalecer las capacidades empresariales locales y generar un mayor impacto económico en la zona. Se contará con el apoyo de agentes clave como tour operadores y SERNATUR para alcanzar estos objetivos.

1.2.Objetivo General

El objetivo general del proyecto es construir una ruta enoturística de primer nivel en la Región del Biobío, enfocada en el segmento internacional. A través de una red de 5 empresas locales, ofreceremos experiencias únicas que combinan vino, gastronomía, cultura y naturaleza, promoviendo el turismo sostenible y posicionando a San Rosendo como un destino enoturístico de referencia.

1.3. Objetivos Específicos

- Establecer una ruta enoturística consolidada mediante la construcción de una identidad distintiva. Esta identidad se basará en las narrativas históricas de cada empresa, enriquecidas por el contexto territorial, patrimonial, cultural y costumbrista de la región, con el objetivo de posicionar la ruta en mercados internacionales a través de una imagen local y diferenciadora. La promoción se llevará a cabo principalmente a través de redes sociales
- Facilitar el acceso a la ejecución de la ruta a agentes operadores nacionales e internacionales, medios digitales y profesionales expertos en el sector, quienes actuarán como embajadores de la ruta en sus respectivos países, conformando así el mercado objetivo
- Construir un marco de trabajo colaborativo para el negocio, con enfoque en sostenibilidad, indicadores de desempeño y gestión de riesgos.

1.4. Antecedentes del Programa

Con la unión de 5 empresas, se ha dado vida a una ruta enoturística en el Biobío que promete experiencias inolvidables. Los visitantes podrán disfrutar de una oferta turística completa, que combina la degustación de vinos locales, la exploración de paisajes naturales, el conocimiento de la historia y cultura de la región, y la degustación de exquisita gastronomía. Esta iniciativa no solo fortalecerá la economía local, sino que también posicionará a San Rosendo como un destino enoturístico único y atractivo

Con el objetivo de elaborar un perfil detallado de los servicios enoturísticos ofrecidos por cada empresa, se llevaron a cabo un taller. El diagnóstico arrojó la necesidad de fortalecer las siguientes áreas: competencias lingüísticas, desarrollo de una identidad de marca sólida, acceso a canales de distribución internacionales y diseño de un sistema de gestión de la ruta basado en indicadores de desempeño y sostenibilidad

Por otra parte, para validar los mercados objetivos se realizó en el mismo taller anteriormente mencionado una actividad en el cual a partir de los servicios que se pueden entregar con una ruta hipotética y por tanto con un perfil enoturístico, con lo cual seleccionaron a Europa y Brasil como mercados objetivos.

Con un trabajo participativo de las empresas participantes de la ruta trabajaron propuesta de ruta hipotética definiendo la forma de transporte y tiempos dedicados a cada actividad.

A partir de estos circuitos y aplicando un FODA se pudo diagnosticar las rutas y complementar las brechas para ser trabajadas en la etapa de ejecución del proyecto. Con la información anterior más la proporcionada desde fuentes secundarios se elaboró un plan de trabajo para la etapa de ejecución, el que incluye asesorías en diseño de productos, relatos técnicos e históricos, estrategia de marketing estratégico y modelo de gestión de empresarial, atención al cliente, así como el desarrollo de herramientas de marketing físico y electrónico; se complementa con la ejecución de 6 actividades participativas como son:

1. Fam tour nacional: Actividad enfocada en brindar a operadores turísticos y agentes de viaje nacionales, a precio reducido o en forma gratuita, la experiencia completa de la ruta, incluyendo visitas a las viñas, alojamiento, restaurantes, atracciones turísticas, actividades, medios de transporte y proveedores locales. El objetivo es que puedan evaluar la calidad de los productos y servicios que ofrece la ruta, así como el potencial

del destino para diferentes segmentos de mercado.

2. Fam tour internacional: Actividad enfocada en brindar a operadores turísticos y agentes de viaje internacionales, a precio reducido o en forma gratuita, la experiencia completa de la ruta, incluyendo visitas a las viñas, alojamiento, restaurantes, atracciones turísticas, actividades, medios de transporte y proveedores locales. El objetivo es que puedan evaluar la calidad de los productos y servicios que ofrece la ruta, así como el potencial del destino para diferentes segmentos de mercado.
3. Misión Comercial a Portugal: El objetivo principal de una misión comercial de enoturismo a Portugués posicionar la oferta enoturística chilena en el mercado objetivo, promover la colaboración entre empresas chilenas y portuguesas o españolas del sector. La misión comercial de enoturismo a incluye una serie de actividades cuidadosamente planificadas para lograr el objetivo principal, tales como: Visitas a viñas y bodegas portuguesas, encuentros con profesionales del sector, seminarios y talleres, viajes de familiarización, conocer la oferta enoturística de Portugal, establecer contactos con profesionales del sector, acceder a información valiosa, experimentar la cultura del vino en el país a visitar.
4. Encuentro nacional de enoturismo del Biobío para el mercado internacional: Realizar un evento el año 2025 que reúna a profesionales del sector enoturístico de Chile y del extranjero con el objetivo de promover el enoturismo de la región del Biobío en el mercado nacional e internacional e intercambiar experiencias.

1.5. Resultados esperados

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

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

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

Producto 4: Página web y redes sociales para la ruta. Resultado asociado: Visibilizar, difundir e informar al turista internacional respecto a la ruta, los participantes, servicios, historia, características del patrimonio y vivencias.

Producto 5: Implementación de QR en al menos dos idiomas para incluir en productos para el merchandising y en indicaciones en las paradas de la ruta. Resultado asociado: Incorporar tecnología que facilite la comunicación entre los que entregan el servicio y quienes visitan la ruta, dando velocidad a esta entrega, pensando en enoturistas que no hablan español. Asimismo, se pretende difundir algunas artesanías propias de este territorio que podrá llevarse el turista a sus países, con QR impreso.

Producto 6: Modelo de gestión. Resultado asociado: Contar con indicadores de éxito, y planes de comunicación, plan gestión de riesgo y plan de sostenibilidad

Producto 7: Fam tour nacional. Resultado asociado: Brindar a operadores enoturísticos y agentes de viaje nacionales cuyo objetivo es que puedan evaluar la calidad de los productos y servicios que ofrece la ruta

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

Producto 9: Misión Tecnológica. Resultado asociado: Establecimiento de relaciones directas con potenciales clientes, distribuidores, proveedores y socios estratégicos en el mercado portugués, y obtención de información de primera mano sobre las tendencias del mercado, la competencia, las regulaciones y las oportunidades de negocio en Portugal.

Producto 10: Encuentro nacional de enoturismo del Biobío para el mercado internacional. Resultado asociado: Promoción de los servicios enoturísticos de la ruta, así como lugares y actividades a visitar en la comuna de San Rosendo. Se invitaría el ecosistema nacional e internacional de los mercados objetivos.

2. OBJETO DEL PRESENTE LLAMADO.

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

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

3. ACTIVIDADES

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

ID	Nombre de la Actividad	Descripción de la Actividad
1	Asesoria especializada en diseño de paquete turístico	Asesoria personalizada para crear una experiencia enoturística única y memorable para el cliente incluye: qué, cómo y en cuanto tiempo mostrar la empresa, cuanto cobrar. Diseño producto enoturístico con identidad local, relato técnico e histórico
2	Asesoria en experiencia de cliente	Asesoria enfocada a entregar los elementos necesarios para entregar al cliente una experiencia única y placentera, en búsqueda de lograr la hospitalidad y comodidad, entregando buenas prácticas aplicables a cada una de las empresas y al circuito mismo. Asesoria en maridaje con sommeliers.
3	Fam tour nacional.	Actividad enfocada en brindar a operadores turísticos y agentes de viaje nacionales, a precio reducido o en forma gratuita, la experiencia completa de la ruta, incluyendo visitas a las viñas, alojamiento, restaurantes, atracciones turísticas, actividades, medios de transporte y proveedores locales. El objetivo es que puedan evaluar la calidad de los productos y servicios que ofrece la ruta, así como el potencial del destino para diferentes segmentos de mercado.
4	Fam tour internacional.	Actividad enfocada en brindar a operadores turísticos y agentes de viaje internacionales, a precio reducido o en forma gratuita, la experiencia completa de la ruta, incluyendo visitas a las viñas, alojamiento, restaurantes, atracciones turísticas, actividades, medios de transporte y proveedores locales. El objetivo es que puedan evaluar la calidad de los productos y servicios que ofrece la ruta, así como el potencial del destino para diferentes segmentos de mercado.
5	Misión comercial de las empresas a Portugal	El objetivo principal de la misión comercial de enoturismo a Portugal es conocer y familiarizarse con la oferta de enoturismo de ese país y promover el enoturismo del Biobío, enmarcado en el posicionar la oferta enoturística chilena en el mercado objetivo. La misión comercial de enoturismo incluye una serie de actividades planificadas para lograr el objetivo principal, tales como: Visitas a viñas y bodegas portuguesas, encuentros con profesionales del sector, seminarios y talleres, establecer contactos con profesionales del sector, acceder a información valiosa, experimentar la cultura del vino en dicho país.
6	Encuentros nacionales de enoturismo del Biobío para el mercado internacional.	Participar de un evento de enoturismo el año 2025 que reúna a profesionales del sector enoturístico de Chile y del extranjero con el objetivo de promover el enoturismo de la región del Biobío en el mercado nacional e internacional e intercambiar experiencias.
7	Asesoria en estrategia de marketing y gestión integral turística	La asesoria permitirá definir objetivos al incorporar códigos QR, a donde dirigir a los clientes pág. web o redes sociales, ofrecer información de la ruta, diseño de elementos publicitarios, branding, identidad y diseño de código QR. Además de considerar aspectos relevantes de gestión integral.
8	Asesoria Gestión de riesgos y primeros auxilios	Charla, inducción y apoyo a la implementación de medidas básicas de primeros auxilios y gestión de riesgos, como prevención a accidentes de los visitantes y preparación de como atender contingencias para distintos tipos de clientes,
9	Asesoria modelo de negocios y brechas digitales	Se elaborará un modelo de negocio de la ruta que incluya el plan de negocio, la gestión de la ruta, mecanismos de mejora, indicadores de éxito y monitoreo.
10	Elaboración de material de difusión innovador y desarrollo de herramientas de marketing físicos, web y RRSS	Se elaborarán señaléticas, cartas menú, señalética y páginas web en al menos dos idiomas, e inclusión de códigos QR en idiomas alternativos.
11	Asesoria técnica en inglés y portugués.	Asesoria en idioma inglés (Europa) y portugués (Brasil), enfocado al turismo y apoyo a la elaboración de material en dicho idioma

4. PRODUCTOS ESPERADOS

Los productos y resultados que se propone alcanzar al finalizar el proyecto son:

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

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

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

5. PLAZO DE EJECUCIÓN

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

6. PAGOS

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

7. PARTICIPANTES

Podrán participar aquellas consultoras constituidas como persona jurídica que tributen en 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.

8. 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 **jueves 30 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.

9. CRITERIO DE EVALUACIÓN

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

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

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

4: Muy bueno

3: Bueno

2: Suficiente

1: Insuficiente

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

10. NOTIFICACIÓN DE RESULTADOS

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

11. FORMALIZACIÓN

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

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

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

ANEXO A**Identificación del Oferente**

BASES TÉCNICAS CONSULTORÍA: RUTA DEL LEGADO ANCESTRAL: VIÑEDOS Y RAÍCES EN LA RIBERA NORTE DEL BIOBÍO”, CÓDIGO 24 REDME – 264441-2, ETAPA DE DESARROLLO

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: RUTA DEL LEGADO ANCESTRAL: VIÑEDOS Y RAÍCES EN LA RIBERA NORTE DEL BIOBÍO”, CÓDIGO 24 REDME – 264441-2, ETAPA DE DESARROLLO

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: RUTA DEL LEGADO ANCESTRAL: VIÑEDOS Y RAÍCES EN LA RIBERA NORTE DEL BIOBÍO”, CÓDIGO 24 REDME – 264441-2, ETAPA DE DESARROLLO

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: RUTA DEL LEGADO ANCESTRAL: VIÑEDOS Y RAÍCES EN LA RIBERA NORTE DEL BIOBÍO”, CÓDIGO 24 REDME – 264441-2, ETAPA DE DESARROLLO**

- 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)