

**Bases Administrativas y Técnicas de
Licitación Etapa de Diagnostico del
Programa Red Mercados “ENOTURISMO
CON SENTIDO: CREANDO EXPERIENCIAS
ÚNICAS EN EL VIÑEDO TIERRA FIRME”,
CÓDIGO 25 REDME – 306044, ETAPA DE
DIAGNÓSTICO**

1. Descripción general del Proyecto

El enoturismo es un turismo que se enfoca en zonas de producción vitivinícola y se relaciona con el turismo gastronómico y cultural dependiendo del carácter histórico o artístico de la industria vitivinícola en la zona como patrimonio industrial.

Por lo anterior es que se propone la creación de una actividad enoturística con un proceso de marketing fuerte para generar atracción a los potenciales clientes y/o turistas en base al nicho de mercado objetivo. Conformado por una empresa del rubro vitivinícola, una agencia de marketing y un medio de transporte.

Dado a las oportunidades y experiencias se enfoca en un turismo nacional con rápida proyección a clientes extranjeros, con la finalidad de proyectar el viñedo Tierra Firme al público internacional

El objetivo general del proyecto es atraer turistas y entusiastas del vino de nivel nacional e internacional a través de una estrategia de marketing digital y experiencial.

Se desarrollarán distintas campañas de marketing en plataformas como redes sociales, email marketing y posicionamiento web para generar interés y conversión.

El contenido incluirá imágenes y videos inmersivos del viñedo, el proceso de producción y experiencia sensorial de la cata. Además, la agencia de marketing propondrá la opción de entregar sus servicios en función de los turistas para obtener un recuerdo mucho más profesional de su participación en la actividad.

Centrado en el desarrollo de una viña con enfoque enoturístico en la Región del Biobío, se alinea directamente con los principales lineamientos estratégicos definidos tanto por el GORE como por CORFO y CDPD.

1. Aporte a la diversificación productiva y la sofisticación de la matriz económica regional: Uno de los ejes centrales de la región es la diversificación económica, promoviendo sectores emergentes con alto potencial. El proyecto busca fortalecer el turismo enológico como una actividad complementaria a la producción agrícola. La integración del turismo permite sofisticar la oferta, incrementando el valor agregado de los productos y abrir nuevos mercados a través del comercio, la promoción y la exportación de experiencias. Esto está relacionado con los focos estratégicos de CORFO orientados al aumento de la competitividad y a la incorporación de valor en sectores con potencial territorial.

2. Impulso a la descentralización y desarrollo territorial equilibrado: El proyecto se emplaza en un entorno rural de la región, en zonas que históricamente han estado al margen del desarrollo económico de las grandes ciudades. Al promover una actividad turística anclada en lo local contribuye a la descentralización económica y natural que han sido subutilizados.

3. Rescate del patrimonio cultural y fortalecimiento de la identidad regional/local: Uno de los valores distintivos del proyecto es la apuesta por poner en valor la tradición vitivinícola del Biobío. Al integrar elementos culturales como el relato campesino, las

técnicas tradicionales de cultivo y la historia del vino en la región, el proyecto contribuye activamente a la preservación y difusión de la identidad regional. Esto fortalece el posicionamiento del Biobío como un destino auténtico, con una oferta turística diferenciada y basada en su cultura, tal como lo promueven los planes de desarrollo turístico (PLADECO y PLADETUR) y cultural de la región.

2. Objetivo general

El objetivo general del proyecto es atraer turistas y entusiastas del vino de nivel nacional e internacional a través de una estrategia de marketing digital y experiencial. Se desarrollarán distintas campañas de marketing en plataformas como redes sociales, email marketing y posicionamiento web para generar interés y conversión. El contenido incluirá imágenes y videos inmersivos del viñedo, el proceso de producción y experiencia sensorial de la cata. Además, la agencia de marketing propondrá la opción de entregar sus servicios en función de los turistas para obtener un recuerdo mucho más profesional de su participación en la actividad.

3. Proponentes

Los proponentes deberán contar con personal calificado y con experiencia en las distintas actividades del programa, además deberán contar con equipos e infraestructura necesaria para garantizar la calidad y certeza en los resultados y /o demostrar conocimiento en el área de enoturismo y exportación.

Los proponentes deberán ser empresas de servicios de asesorías que cuenten con profesionales con una vasta experiencia en trabajos de asesorías técnicas y comerciales a diferentes rubros, principalmente desarrollados en la Región del Biobío, con al menos 3 años de experiencia en el rubro de la consultoría.

El perfil de los profesionales de los proponentes deberán ser Ingenieros Civiles-Comerciales, con una experiencia en exportaciones de productos, y desarrollo de estudios de mercado, al menos 2 años.

Deberá tener una directa vinculación a empresas productivas de la Región del Biobío, también experiencia en otros instrumentos CORFO, principalmente ligadas al área de redes y territorios, e instituciones ligadas a la exportación, como es el caso de PROCHILE.

4. La propuesta

La propuesta deberá contener los documentos que se indican a continuación:

➤ **Antecedentes Legales**

- I. Currículo vitae resumido de la consultora, este deberán contener una breve descripción de la empresa, ventajas competitivas, metodología de trabajo, líneas de servicios, experiencia en general y en específico del sector servicios. Además, incorporar los CV equipo de trabajo de los profesionales que se desempeñaran en el desarrollo del diagnóstico del Programa Red Mercados “ENOTURISMO CON SENTIDO: CREANDO EXPERIENCIAS ÚNICAS EN EL VIÑEDO TIERRA FIRME”, CÓDIGO 25 REDME – 306044, ETAPA DE DIAGNÓSTICO,”.
- II. Documentación legal de la entidad consultora: Escritura de la constitución de sociedad y sus modificaciones, poder de los representantes legales, fotocopia Rut de la empresa, sus representantes legales, F-30 y certificado de vigencia con no más de 90 días de antigüedad.

➤ **Propuesta Técnica**

- I. Programa detallado de la materia que abordará el consultor según plan de trabajo.
- II. Metodologías de trabajo en terreno y administrativas en la etapa que se indica en el programa.
- III. Programa de actividades basado en un cronograma tipo Gantt que refleje el plazo de ejecuciones de cada una de las actividades del programa. Destacar puntos críticos de cumplimiento.
- IV. Número de profesionales que el proponente empleará para la ejecución del programa
- V. Esquema organizativo con que se llevará a efecto el programa incluyendo descripción de cargo y funciones en las unidades de trabajo e indicando los profesionales que serán responsables de cada una de las áreas.

➤ **Propuesta Económica**

- I. El contrato será adjudicado bajo la modalidad de suma alzada debiendo cada proponente expresar el valor de su oferta en moneda nacional, incluido impuestos.
- II. El período de desarrollo de esta etapa no debe superar los 2 meses.

Plan de actividades a desarrollar

N°	Nombre	Descripción	Mes Inicio	Mes Término	Opciones
1	Validar y definir el o los mercados objetivos	Caracterizar y dimensionar tamaño y atractivo de mercados internacionales de enoturistas, proponer mercado a grupo de empresas con estudio realizado. Taller n°1: Conocimiento de las características del cliente internacional y definición del mercado objetivo.	Mes 1	Mes 1	
2	Disponer de la caracterización del perfil del enoturista del mercado objetivo definido	Clasificación etaria, que busca, que valora, cuánto paga, días de estadía promedio, qué otras actividades se le puede ofrecer	Mes 1	Mes 2	
3	Caracterización y descripción de la oferta actual enoturística de las 3 empresas	Comparativa respecto de debilidades, fortalezas y oportunidades de la cadena de valor de la industria	Mes 1	Mes 2	
4	Identificación	Disponer de una visualización e	Mes 1	Mes 2	

	de brechas	identificación de las brechas a superar respecto del perfil de los enoturistas de los mercados objetivos internacionales que fueron definidos en los puntos 1 y 2 anteriores			
5	desarrollar un plan de trabajo	<p>Que considere:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Actividades para superar brechas: asesorías especializadas y capacitaciones. b) Actividades para el desarrollo de productos enoturísticos y de rutas enoturísticas: Asesorías especializadas c) Actividades para el desarrollo de relatos e imagen: Asesorías especializadas. d) Puesta en valor de los productos enoturísticos de cada una de las empresas y de los circuitos y rutas integradas: Benchmarking y Asesorías especializadas. e) Logística y servicios complementarios externos: Asesorías especializadas. f) Desarrollo de herramientas de marketing físicos, web y RRSS: Asesorías especializadas. g) Modelo de gestión empresarial colaborativa interna y de promoción y de gestión comercial colaborativa internacional: Asesorías especializadas. 	Mes 1	Mes 2	
6	Validar el plan de trabajo	Taller n°2: conocimiento brechas y áreas a trabajar respecto de exigencias de clientes y validación del plan de trabajo (el plan de trabajo debe ser validado, mediante acta, para poder	Mes 1	Mes 2	

		desarrollar el formulario de renovación a etapa de desarrollo).			
7	Desarrollar informe final y la postulación a la fase de ejecución o desarrollo en el primer año del proyecto	Confección informe final y formulario de postulación listo para postular a etapa de desarrollo (incluir antecedentes de mercado, estadísticas, indicadores de éxito, justificaciones e impacto, con plan de comercialización) Confección de formulario de renovación a etapa de desarrollo año 1.	Mes 2	Mes 2	

5. Modalidad de presentación de las propuestas

- a. Mediante envío de correo electrónico al mail cristian.becar@copeval.cl con copia a carolina.jarpa@copeval.cl

6. Recepción de Consultas

Los interesados podrán formular consultas sobre cualquier aspecto de las siguientes bases administrativas y técnicas, hasta el **27 de octubre de 2025 hasta las 15:00 horas**. Estas deberán ser realizadas vía correo electrónico a ejecutivo de proyectos del Agente Operador Intermediario Cristian Bécar Yáñez, al siguiente correo: cristian.becar@copeval.cl, con copia a carolina.jarpa@copeval.cl

7. Recepción de las propuestas

- a. Las propuestas económicas, técnicas y antecedentes legales deberán entregarse en formato digital a los correos mail cristian.becar@copeval.cl con copia a carolina.jarpa@copeval.cl **desde el día 27 de octubre de 2025 hasta el 28 de octubre del 2025, a las 23:59 horas**

La apertura se realizará el **día 29 de octubre de 2025**, solo después de haber pasado un proceso de revisión de legalidad y conformidad de los documentos, se dará por aprobada la propuesta, de lo contrario se rechazará la oferta. No obstante, se podrá solicitar aclaraciones de documentación legal presentada, no permitiendo incorporar nueva documentación.

8. Evaluación de las propuestas

Se realizará la evaluación de las propuestas presentadas y que cumplan con los requisitos estipulados. Los proponentes que no presenten algunos de los documentos indicados, quedarán automáticamente fuera del proceso licitatorio.

La selección de los postulantes será realizada según los criterios de evaluación y sus ponderaciones se indican en el cuadro siguiente:

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE
1.- Equipo de trabajo y / o Profesionales con experiencias en las áreas de enología y producción vitivinícola.	35%
2. Conocimiento y experiencia de la institución (al menos 3 años) en trabajos similares	20%
3.- Equipamiento y capacidad de infraestructura para realizar las actividades.	15%
4.- Propuesta Técnica metodológica del trabajo a realizar y resultados esperados.	30%
Total	100%

9. Inicio del Contrato

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 Red Mercados ENOTURISMO CON SENTIDO: CREANDO EXPERIENCIAS ÚNICAS EN EL VIÑEDO TIERRA FIRME”, CÓDIGO 25 REDME – 306044, ETAPA DE DIAGNÓSTICO. Los gastos serán asumidos por el consultor correspondiente si decide adelantar las actividades del plan de trabajo, sin percibir la aprobación de la licitación.

10. Resolución del contrato

- Se podrá resolver administrativamente el contrato a que se refieren estas bases, sin perjuicio de establecer las acciones judiciales que procedieren, en los siguientes casos:
- Quiebra o disolución de la sociedad o de cualquiera de las entidades asociadas con quien se ha contratado el programa.
- Incumplimiento por parte del Consultor de cualquiera de las obligaciones estipuladas en el contrato.

11. Propiedad Intelectual

La propiedad intelectual de todos los productos, bases de datos, encuestas, borradores, informes y en general todos los documentos que se generen con motivo de este programa, serán de propiedad de CORFO y no podrán ser utilizadas para ningún fin, sin antes solicitar el permiso correspondiente a Dirección Regional.