

**Bases Administrativas y Técnicas de Licitación Etapa de Diagnostico del Programa Red Mercados “RÍO CLARO: LATIDOS DE LA TIERRA DEL VINO”, CÓDIGO 25 REDME – 306686, ETAPA DE DIAGNÓSTICO, ETAPA DE DIAGNÓSTICO”**

## 1. Descripción general del Proyecto

El proyecto reúne a cuatro actores claves del ámbito turístico y comercial del Biobío: Viña Río Claro en Yumbel, un tour operador de Concepción, un servicio de alojamiento en Yumbel, y una empresa de marketing en Hualpén. Juntos buscan crear una experiencia turística integral que combine enoturismo, cultura local y servicios de calidad. El guía turístico actuará como nexo entre visitantes y actividades, coordinando las visitas a la viña. El alojamiento proporcionará estadias cómodas y bien equipadas para que el turista pueda pernoctar. La empresa de marketing posicionará el proyecto mediante estrategias digitales y promoción territorial. Esta alianza busca fortalecer el turismo local, fomentar la economía colaborativa y destacar el patrimonio del centro-sur de Chile. Mencionar que la alimentación del día de la actividad lo entrega la viña junto con el transporte en una van, obteniendo así la planta turística completa para este proyecto.

### Identificación del mercado objetivo

Se realizará un análisis detallado para identificar el o los mercados objetivos, considerando sus características, motivaciones y expectativas frente a los productos o servicios ofrecidos. Esta información será fundamental para diseñar un perfil de cliente alineado con las preferencias identificadas.

Se detallarán los canales de comercialización más eficaces para llegar a dichos mercados, así como las estrategias de promoción y posicionamiento que permitan atraer y fidelizar a los potenciales clientes.

La segmentación del mercado incluirá variables como la edad, nivel educativo, intereses personales, valores socioculturales, nivel de ingresos o capacidad de gasto, y otras actividades complementarias que puedan enriquecer su experiencia y generar nuevas oportunidades de negocio.

Para la recopilación de información, se utilizarán fuentes primarias y secundarias. Entre las herramientas primarias destacan los talleres participativos, que permitirán una construcción conjunta del conocimiento con actores relevantes:

- Taller 1: Análisis del perfil del cliente nacional e internacional, identificación de patrones de comportamiento y definición del mercado meta más adecuado.
- Taller 2: Identificación de brechas entre la oferta actual y las demandas del cliente, así como validación del plan de acción propuesto para mejorar la competitividad y satisfacción del usuario final.

### OE Evaluación de la infraestructura y servicios turísticos para la exportación de la ruta

Se llevará a cabo un análisis de las fortalezas, debilidades, y oportunidades, así como de otros aspectos a mejorar en el desarrollo de los productos turísticos, así como las exigencias y expectativas del mercado objetivo identificado, con el objetivo de asegurar una propuesta atractiva, competitiva y que asegure la sostenibilidad de la ruta.

El análisis abordará distintos componentes fundamentales para el éxito del destino, tales como la infraestructura turística existente (acceso, señalización, equipamiento, servicios básicos), la disponibilidad y preparación del capital humano involucrado (capacitación,

atención al cliente, conocimientos culturales), así como la oferta de servicios complementarios que enriquecen la experiencia del visitante. También se considerarán los recursos técnicos, logísticos y financieros necesarios para consolidar una ruta turística de alto valor agregado y con potencial de internacionalización.

Además, se incluirá una valoración de los impactos sociales, económicos y ambientales que podría generar la implementación de esta ruta, con el fin de establecer estrategias de mitigación y asegurar la sostenibilidad del proyecto en el mediano y largo plazo. Este enfoque permitirá no solo mejorar la calidad del producto turístico, sino también contribuir al desarrollo local de manera responsable y equilibrada.

Diseño estratégico de una hoja de ruta para el desarrollo del producto turístico.

Se formulará una hoja de ruta integral orientada a la etapa de desarrollo y consolidación de los productos y de la ruta turística propuesta, con un enfoque que permita fortalecer sus atributos, diferenciar su oferta y posicionarla tanto de manera individual como en asociación con otros actores clave del territorio. Esta planificación buscará alinear las acciones con las demandas, preferencias y tendencias del mercado meta previamente identificado, asegurando así una mayor competitividad y proyección comercial.

La construcción de esta hoja de ruta se llevará a cabo mediante un taller empresarial participativo, que contará con la intervención de especialistas del sector, actores locales, emprendedores turísticos y otros agentes estratégicos. Durante el taller se analizarán las fortalezas internas del destino, las oportunidades del entorno, así como los desafíos a enfrentar en corto, mediano y largo plazo.

El objetivo central de esta instancia será definir de forma colaborativa las prioridades, líneas de acción, recursos necesarios y cronograma estimado para avanzar hacia un modelo de desarrollo turístico sostenible, innovador y con alto valor agregado. Esta hoja de ruta servirá como guía para orientar futuras inversiones, promover alianzas público-privadas y dinamizar la economía local mediante una oferta turística bien estructurada y alineada con las exigencias del mercado internacional y nacional.

## **2. Objetivo general**

Desarrollar una experiencia turística integral en la Región del Biobío mediante la articulación colaborativa entre Viña Río Claro de Yumbel, un tour operador de Concepción, un servicio de alojamiento con presencia en Yumbel, y una empresa de marketing ubicada en Hualpén. El objetivo es promover el enoturismo, fortalecer el patrimonio cultural local y dinamizar las economías de las comunas involucradas. A través de esta alianza estratégica, se busca crear una oferta turística sostenible y diferenciadora que conecte el ámbito rural y urbano, mejore la visibilidad del destino turístico y potencie el desarrollo territorial desde una perspectiva asociativa, innovadora y con enfoque en la calidad del servicio. La experiencia considera visitas guiadas, alojamiento cómodo, transporte desde Concepción, alimentación en la viña y promoción digital del circuito, conformando así una planta turística completa pensada para valorizar el centro-sur de Chile.

## **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.

### **3. 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 “RÍO CLARO: LATIDOS DE LA TIERRA DEL VINO”, CÓDIGO 25 REDME – 306686, 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	Clasificación etaria, que busca, que valora, cuánto paga, días de estadía promedio, qué otras actividades se le puede ofrecer	Mes 1	Mes 2	

	objetivo definido				
3	Caracterización y descripción de la oferta actual enoturística de las 4 empresas	Comparativa respecto de debilidades, fortalezas y oportunidades de la cadena de valor de la industria	Mes 1	Mes 2	
4	Identificación de brechas	Disponer de una visualización e 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	Mes 1	Mes 2	
5	Desarrollar un plan de trabajo	<p>Que considere:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Actividades para superar brechas: asesorías especializadas y capacitaciones.</li> <li>b) Actividades para el desarrollo de productos enoturísticos y de rutas enoturísticas: Asesorías especializadas</li> <li>c) Actividades para el desarrollo de relatos e imagen: Asesorías especializadas.</li> <li>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.</li> <li>e) Logística y servicios complementarios externos: Asesorías especializadas.</li> <li>f) Desarrollo de herramientas de marketing físicos, web y RRSS: Asesorías especializadas.</li> <li>g) Modelo de gestión</li> </ul>	Mes 1	Mes 2	

		empresarial colaborativa interna y de promoción y de gestión comercial colaborativa internacional: Asesorías especializadas.			
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 desarrollar el formulario de renovación a etapa de desarrollo).	Mes 1	Mes 2	
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	

#### 4. Modalidad de presentación de las propuestas

- a. Mediante envío de correo electrónico al mail [cristian.becar@copeval.cl](mailto:cristian.becar@copeval.cl) con copia a [carolina.jarpa@copeval.cl](mailto:carolina.jarpa@copeval.cl)

#### 5. 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](mailto:cristian.becar@copeval.cl), con copia a [carolina.jarpa@copeval.cl](mailto:carolina.jarpa@copeval.cl)

## 6. 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](mailto:cristian.becar@copeval.cl) con copia a [carolina.jarpa@copeval.cl](mailto: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.

## 7. 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%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

## **8. 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 “RÍO CLARO: LATIDOS DE LA TIERRA DEL VINO”, CÓDIGO 25 REDME – 306686, 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.

## **9. 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.

## **10. 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.