

**BASES TÉCNICAS CONSULTORÍA RED MERCADOS “EXPORTACIÓN DE CERVEZA CRAFT DESDE LA REGIÓN DEL BIOBÍO PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA INDUSTRIA REGIONAL EN EL MERCADO INTERNACIONAL,  
CÓDIGO 24REDME-256787-2**

## **1. ANTECEDENTES GENERALES**

### **1.1. Descripción de Proyecto**

El proyecto propone diseñar un plan de acción estratégico que permita a las empresas participantes colaborar de manera exitosa para exportar cerveza artesanal premium desde la Región del Biobío. Este plan de negocios abordará aspectos económico-financieros, estratégicos y organizativos con el objetivo de incrementar el desarrollo económico de la Región del Biobío y mejorar la competitividad de las empresas. La iniciativa se basa en el sólido crecimiento del mercado de cerveza artesanal en Chile, así como en el potencial exportador demostrado por las empresas locales y la sinergia que la colaboración generará al consolidar una red de distribución, aprovechar las economías de escala, tener la capacidad de ofrecer un catálogo diverso de productos para hacerlo interesante para el mercado. Se busca capitalizar las oportunidades de exportación, posicionando a la Región del Biobío como un referente en la producción de cerveza artesanal premium a nivel internacional. A través de un plan de tres ejes principales, desarrollo de un plan de marketing, aseguramiento de la calidad del producto y de asesorías especializadas se logrará cumplir con los objetivos propuestos.

El auge sostenido del mercado de la cerveza artesanal y su destacado consumo a nivel internacional respaldan la relevancia del proyecto. Con un 43% de preferencia entre los consumidores, la cerveza artesanal se ha convertido en un fenómeno sociocultural, impulsado por la diversidad comercial, accesibilidad económica y menor graduación alcohólica. Se desarrollará un plan estratégico para potenciar la exportación de cerveza artesanal premium desde la Región del Biobío hacia mercados internacionales. En colaboración con tres destacadas empresas locales: Bar Crápula, Cerveza Cocholgüe y Cerveza Artesanal Indomable. El proyecto se enfoca en optimizar la planificación económico- financiera, estratégica y organizativa, con el fin de elevar el desarrollo económico de la Región del Biobío, mejorar la competitividad y aprovechar el crecimiento exponencial del mercado internacional de cerveza artesanal.

El proyecto propone internacionalizar una cervecería artesanal de Concepción hacia mercados latinoamericanos con alta demanda y afinidad por propuestas "craft". En una fase inicial (10 meses) se abordarán Brasil, Argentina, Alemania y Uruguay. La estrategia combina acuerdos con importadores/distribuidores, ventas HORECA y e commerce local, apalancando diferenciadores de origen, calidad y ediciones limitadas

#### **Crecimiento y Posicionamiento del Sector**

En la actualidad, Chile cuenta con aproximadamente 300 cervecerías artesanales, ofreciendo una variedad cercana a los mil tipos de cerveza. El mercado ha experimentado un crecimiento sostenido del 20% al 30% anual, reflejando una mayor preferencia de los consumidores por productos diferenciados y de alta calidad. La cerveza artesanal representa poco más del 3% del mercado total en Chile, su expansión continúa, especialmente en el ámbito internacional, donde cada vez más productores obtienen reconocimiento por

sus atributos únicos, identidad cultural y diversidad de sabores. En celebraciones y eventos, la cerveza ocupa un lugar privilegiado entre los consumidores chilenos, fortaleciendo su relevancia en el panorama comercial.

El crecimiento de la industria se refleja en las cifras de ventas: entre 2005 y 2015, las empresas dedicadas a la elaboración de cerveza experimentaron un aumento promedio del 10,8% anual en términos reales, alcanzando los 24 millones de UF en 2015. En cuanto al consumo per cápita, este pasó de 25 litros anuales en 2002 a 47 litros en 2017, representando un incremento del 88% en 15 años.

### **1.2. Objetivo General**

Diseñar un plan de acción estratégico que determine la planificación económico-financiera, estratégica y organizativa para lograr una colaboración exitosa entre tres empresas de la Región del Biobío con gran potencial de exportación para penetrar mercados internacionales con un producto de alto valor agregado como la cerveza artesanal premium, esto con la finalidad de incrementar el desarrollo económico tanto del sector como de las empresas y mejorar la competitividad de la industria.

### **1.3. Objetivos Específicos**

1. Aumentar la competitividad de las empresas, apoyando el mejoramiento en su gestión interna, su gestión comercial y la calidad del producto.
2. Potenciar el acceso a mercados de mayor valor de manera sostenible, apoyando el mejoramiento en la asociatividad entre las empresas y su posicionamiento en las cadenas productivas.
3. Generar una estrategia de comercialización que aseguré la sustentabilidad del negocio asociativo

#### 1.4. Antecedentes del Programa

##### Crecimiento y Posicionamiento del Sector:

En la actualidad, Chile cuenta con aproximadamente 300 cervecerías artesanales, ofreciendo una variedad cercana a los mil tipos de cerveza. El mercado ha experimentado un crecimiento sostenido del 20% al 30% anual, reflejando una mayor preferencia de los consumidores por productos diferenciados y de alta calidad.

La cerveza artesanal representa poco más del 3% del mercado total en Chile, su expansión continúa, especialmente en el ámbito internacional, donde cada vez más productores obtienen reconocimiento por sus atributos únicos, identidad cultural y diversidad de sabores. En celebraciones y eventos, la cerveza ocupa un lugar privilegiado entre los consumidores chilenos, fortaleciendo su relevancia en el panorama comercial.

El crecimiento de la industria se refleja en las cifras de ventas: entre 2005 y 2015, las empresas dedicadas a la elaboración de cerveza experimentaron un aumento promedio del 10,8% anual en términos reales, alcanzando los 24 millones de UF en 2015. En cuanto al consumo per cápita, este pasó de 25 litros anuales en 2002 a 47 litros en 2017, representando un incremento del 88% en 15 años.

##### Crecimiento del Mercado de Cerveza Artesanal (2020–2025):

Valor del mercado en 2024: USD 23.96 mil millones en América Latina.

Proyección para 2034: USD 83.31 mil millones, con una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 14.9%.

Crecimiento global: Se espera que el mercado de la cerveza artesanal registre una tasa compuesta anual del 7% durante 2023–2031

##### Tendencias Emergentes en la Industria:

- Cerveza sin alcohol y de bajo ABV: Existe un mercado creciente para cervezas sin alcohol (NA) y de bajo contenido alcohólico, impulsado por consumidores conscientes de la salud.
- Ingredientes orgánicos: La demanda de cervezas elaboradas con ingredientes orgánicos está en aumento, reflejando una preferencia por productos más naturales y sostenibles.
- Innovación en sabores: Las cervecerías están experimentando con nuevos estilos y sabores, incluyendo cervezas funcionales y dulces, para atraer a consumidores en busca de experiencias únicas.

### **1.5. Resultados esperados**

Producto 1: Producto de una calidad estandarizada con foco en sostenibilidad. Resultado asociado: Se espera contar con un producto estable y de calidad con una marca única y elementos para la difusión y caracterización del producto a exportar. Se espera contar con una reconocimiento y visibilidad diferenciadora respecto a la competencia, su visibilización y difusión.

Producto 2: Estrategia y planes de sostenibilidad. Resultado asociado: Cada una de las empresas cuente con estrategias y planes de trabajo en sostenibilidad de tal forma que los productos asociativos para la exportación cuenten con valor agregado al relato y origen.

Producto 3: Modelo de gestión integral y estrategia de comercialización. Resultado asociado: Contar con indicadores de éxito, y planes de comunicación, plan gestión de riesgo, plan de marketing y elementos de difusión.

Producto 4: Producto validado. Resultado asociado: El prospecto de cliente(s) conozcan la producción local de cervezas artesanal , las capacidades y productos

Producto 5: Misión Comercial. Resultado asociado: Establecimiento de relaciones directas con potenciales clientes, distribuidores, proveedores y socios estratégicos, , las regulaciones y las oportunidades de negocio en Brasil .

## **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

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	Costo Actividad (\$)	Aporte CDPR \$	Aporte Empresas \$
Asesoría técnica especializada en Calidad y Estabilidad del producto	<p>Esta actividad está enfocada en minimizar o cerrar la Brecha 1: Necesitan estandarizar sus productos para contar con un mismo nivel de calidad.</p> <p>Esta asesoría técnica tiene como objetivo contar con un producto estable, los que sean trazables hasta el destinatario final. Busca alargar la vida útil en góndola del producto de forma efectiva actual de 3 meses a más de un año (a través de métodos químicos o térmicos (pasteurización)) de manera suficiente para que sea atractivo para el mercado de destino sin que se pierdan las cualidades organolépticas del producto.</p> <p>Se contempla, análisis químicos, pruebas de calidad del producto y mejoras en recetas y procesos.</p> <p><b>1. Diagnóstico inicial y levantamiento de información</b> 2 semanas — incluye revisión de procesos, fichas técnicas y trazabilidad.</p> <p><b>2. Análisis de laboratorio</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Pruebas aceleradas:</b> 3 a 6 semanas para obtener datos preliminares de vida útil.</li> </ul> <p><b>3. Optimización de procesos y formulación</b> 1 a 2 meses, en paralelo con parte de los análisis.</p> <p><b>4. Capacitación y validación de lotes piloto</b> 1 mes adicional, dependiendo de la disponibilidad de producción y coordinación con laboratorios.</p> <p><b>Resultados esperados</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Producto estable y homogéneo en cada lote, en un plazo de 3 meses.</li> <li>● Trazabilidad completa hasta el</li> </ul>	\$4.900.000	\$ 4.410.000	\$ 490.000

	<p>consumidor final.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vida útil extendida.</li> <li>• Mayor atractivo para mercados de destino exigentes.</li> <li>• Base técnica sólida para certificaciones y acceso a nuevos canales de comercialización.</li> </ul>			
Visita técnica y comercial de prospección de mercado	<p>Esta actividad está enfocada en minimizar o cerrar la <b>brecha 3, Red colaborativa no conocida y sin identidad propia, por lo que no cuentan con el desarrollo de marca, ni relato, para poder promocionar en los mercados tanto nacionales, pero principalmente internacionales, ni con elementos que permitan la difusión y marketing.</b></p> <p>Esta Visita de prospección a Argentina tiene como objetivo identificar acciones necesarias para penetrar el mercado, y desarrollar en función de ese mercado las siguientes actividades y contempla:</p> <p>Detalles de visita:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Inscripción a evento o feria</li> <li>- Estadía</li> <li>- 1 representante de cada empresa</li> <li>-Traslado</li> </ul> <p>Participar en un concurso, como el que la empresa Crápula ganó en Argentina, fue una acción puntual orientada a obtener reconocimiento, validar la calidad del producto frente a expertos y ganar prestigio que respalde la marca. El resultado fue principalmente reputacional y sirve como argumento comercial ("producto premiado"), pero no necesariamente genera contactos o información directa sobre el mercado.</p> <p>En cambio, una visita técnica y comercial de prospección de mercado es una acción estratégica que busca conocer en terreno las condiciones del mercado objetivo: identificar oportunidades, evaluar competidores, canales de distribución, precios, normativas y preferencias de consumidores, además de generar vínculos con potenciales compradores o socios. Su objetivo es abrir puertas y obtener información clave para adaptar la oferta y concretar negocios.</p>	\$ 4.900.000	\$ 4.410.000	\$ 490.000

Validación de producto a través de participación en concursos internacionales	<p>Esta actividad está enfocada en minimizar o cerrar la <b>brecha 3, Red colaborativa no conocida y sin identidad propia, por lo que no cuentan con el desarrollo de marca, ni relato, para poder promocionar en los mercados tanto nacionales, pero principalmente internacionales, ni con elementos que permitan la difusión y marketing.</b></p> <p>Se considera el envío de muestras a concursos internacionales de prestigio como el World Beer Cup.</p> <p>Tiene como objetivo obtener reconocimientos del producto a nivel mundial que permitan avalar la calidad y confiabilidad del mismo, en el mercado de destino.</p> <p>El financiamiento consiste en cubrir:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Gasto de inscripción de participación en concurso.</li> <li>-Gastos de traslado de envío de la muestra.</li> <li>-Gestión del envío con agente de aduana</li> <li>-Traslados si corresponde.</li> </ul>	\$ 3.100.000	\$ 2.790.000	\$ 310.000
Asesoría especializada en el diseño del producto individual y grupal con identidad local (storytelling)	<p>Esta actividad está enfocada en minimizar o cerrar la <b>brecha 3, Red colaborativa no conocida y sin identidad propia, por lo que no cuentan con el desarrollo de marca, ni relato, para poder promocionar en los mercados tanto nacionales, pero principalmente internacionales, ni con elementos que permitan la difusión y marketing.</b></p> <p>Asesoría que permita definir el producto a exportar como conjunto, los estándares, tipos de envases, y su identidad. Incluye la creación de relatos efectivos técnicos y comerciales.</p> <p>Asesoría que permita adaptar el producto a exportar a un relato que sea coherente en los mercados de destino otorgando identidad y diferenciación efectiva en un contexto de oferta cervecera mundial</p>	\$ 2.800.000	\$ 2.520.000	\$ 280.000
Validación del producto en ferias para comprador internacional	<p>Esta actividad está enfocada en mitigar o cerrar la <b>brecha 3: Falta de conocimiento respecto del cumplimiento mínimo de normativa para lograr exportación efectiva y gestionar la internacionalización del producto con sus requisitos para la exportación.</b></p> <p>Actividad enfocada a que el prospecto de cliente (s) conozcan la producción local de cervezas artesanal, las capacidades y productos. Considera la invitación a potenciales clientes a Ferias de Cerveza (encuentro Nacional) para ruedas de negocios a realizar en Santiago de</p>	\$ 5.600.000	\$ 4.990.000	\$ 610.000

	<p>Chile, stand donde mostrar las empresas y sus productos.</p> <p>Algunas opciones tentativas son:</p> <p>-La feria más relevante es Food &amp; Service que se realiza anualmente en Santiago de Chile siendo un referente de la industria Gastronómica y Hotelera de Latinoamérica declarada como feria internacional recientemente y se realizará el entre el 30/9 al 2/10.</p> <p>- La <b>Oktoberfest Chile</b>.</p> <p>- <b>Drinktec en Alemania (15 al 19 de septiembre)</b> es una feria internacional que se celebra cada cuatro años en Múnich, Alemania. Es una plataforma de innovación, creación de redes y perspectivas sostenibles para la industria de bebidas y alimentos líquidos. La Drinktec Update es la presentación de las últimas tendencias y tecnologías para la optimización de procesos en la tecnología de las bebidas.</p> <p>El presupuesto contempla:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Inscripción a la feria</li><li>-Alojamiento del representante</li><li>-Traslados</li><li>-Alimentación</li></ul> <p><b>ProChile recomendó:</b> En los Países Bajos y Bélgica existen eventos clave para el posicionamiento de cervezas artesanales, que combinan visibilidad ante consumidores, contacto con profesionales y oportunidades de networking. Destacan festivales como <b>Borefts Beer Festival</b>, <b>PINT Bierfestival</b> y <b>Zythos Bierfestival</b>, así como instancias técnicas y de negocios como la <b>Dutch Craft Beer Conference</b>. En el ámbito competitivo, el <b>Brussels Beer Challenge</b> ofrece prestigio y proyección internacional.</p> <p>Dado el perfil de estos eventos y su público especializado, se recomienda evaluar la participación estratégica enviando muestras a concursos y festivales de alto nivel, aprovechando la oportunidad para generar contactos comerciales y explorar colaboraciones con cervecerías locales. Esto permitiría no solo validar la calidad del producto en mercados exigentes, sino también abrir puertas para futuras exportaciones y alianzas.</p> <p>En complemento, <b>Brasil</b> representa un mercado emergente y dinámico para la cerveza artesanal,</p>		
--	---	--	--

	<p>con un creciente interés por estilos internacionales y colaboraciones. Se sugiere considerar la participación en eventos como el <b>Festival Brasileiro da Cerveja</b> (Blumenau) y el <b>Mondial de la Bière Rio de Janeiro</b>, que atraen tanto a consumidores como a importadores y distribuidores regionales. La presencia en estas ferias, junto con el envío de muestras a concursos locales, podría facilitar el ingreso al mercado sudamericano y fortalecer la visibilidad de la marca en un entorno de alto potencial.</p>			
Participación en instancias de networking internacional	<p>Esta actividad está enfocada en mitigar o cerrar la <b>brecha 3: Falta de conocimiento respecto del cumplimiento mínimo de normativa para lograr exportación efectiva y gestionar la internacionalización del producto con sus requisitos para la exportación.</b></p> <p>El objetivo principal es posicionar la oferta en el mercado objetivo, promoviendo la comercialización del producto. La misión comercial incluye una serie de actividades cuidadosamente planificadas para lograr el objetivo principal, tales como: Participación de una feria cervecera, donde mostrar los productos e intercambiar experiencias y reunión con potenciales compradores internacionales.</p> <p>Además, se propone:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Podría ser la BBtech Expo</b> es una feria italiana que exhibe tecnologías, materias primas, envases, equipos y servicios para la industria cervecera y de bebidas. Es la principal feria italiana de fabricantes de máquinas e instalaciones para este sector.</li> <li>Qué se muestra en la BBTech Expo Tecnologías de procesamiento y llenado, Materias primas, Envases, Equipos, Servicios para cervezas y bebidas.</li> <li>- <b>La BrauBeviale de Núremberg</b> es una feria comercial que se celebra anualmente en el Centro de Exposiciones de Núremberg, Alemania. Se trata de una de las principales ferias de la industria de bebidas a nivel mundial.</li> </ul> <p>El presupuesto contempla:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Inscripción a la feria</li> <li>-Alojamiento del representante</li> <li>-Traslados</li> </ul>	\$ 12.000.000	\$ 10.800.000	\$ 1.200.000

	-Alimentación			
Asesoría en estrategia de marketing	<p>Esta actividad está enfocada en mitigar o cerrar la <b>brecha 3: Falta de conocimiento respecto del cumplimiento mínimo de normativa para lograr exportación efectiva y gestionar la internacionalización del producto con sus requisitos para la exportación.</b></p> <p>La asesoría permitirá definir objetivos al incorporar códigos QR, a donde dirigir a los clientes pág. web o redes sociales, ofrecer información del producto que logre plasmar el storytelling de los productos en el formato que se exportará, diseño de elementos publicitarios acorde a envase , branding, identidad y diseño de código QR.</p> <p>El objetivo es ampliar la presencia de las cervezas craft de las 3 empresas cerveceras en el mercado de interés a través de la participación estratégica en ferias y eventos especializados en cerveza craft, como un producto con identidad regional del Biobío, diferenciando la propuesta local.</p> <p>La asesoría se enfocará en posicionamiento de marca, diferenciación del producto y expansión comercial, asegurando una presencia sólida en mercados internacionales.</p> <p>1. Estrategia Digital y Branding Códigos QR en envases, dirigidos a web o redes sociales. Storytelling del producto resaltando identidad regional. Diseño publicitario alineado con envase y branding.</p> <p>2. Promoción y Comercialización Ferias y eventos especializados en cerveza craft. Alianzas con distribuidores y retailers para expansión. Marketing digital para reconocimiento de marca.</p> <p>3. Posicionamiento y Diferenciación Identidad regional del Biobío como ventaja competitiva. Segmentación de mercado para adaptar estrategias. Optimización del packaging para estándares internacionales.</p>	\$ 6.500.000	\$ 5.850.000	\$ 650.000
Asesoría modelo de negocios para	Esta actividad está enfocada en minimizar o cerrar la <b>Brecha 4; No existe estándar de operación asociado a la red colaborativa</b>	\$ 3.500.000	\$ 3.150.000	\$ 350.000

la exportación de cerveza craft	<p>(manual de procesos y/o protocolos de resolución de problemas), no cuentan con un sistema de seguimiento ni control y por tanto no cuentan con un modelo del negocio ni modelo de gestión integral.</p> <p>Se elaborará un modelo de negocio viable del trabajo colaborativo para operar en mercados internacionales, que incluya el manejo de indicadores y herramientas de seguimiento y control.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Selección del modelo de exportación: Directa vs. indirecta, a través de distribuidores/importadores, E-commerce transfronterizo</li> <li>-Estrategia de precios (costos + márgenes internacionales).</li> <li>-Plan de logística: cadena de suministro, almacenamiento, transporte.</li> <li>-Estrategia de marketing internacional y canales de distribución.</li> </ul>			
Asistencia técnica en exportación efectiva (aranceles, impuestos, documentación, requisitos)	<p>Esta actividad está enfocada en mitigar o cerrar la <b>brecha 5; Falta de conocimiento respecto del cumplimiento mínimo de normativa para lograr exportación efectiva y gestionar la internacionalización del producto con sus requisitos para la exportación.</b></p> <p>Esta asesoría especializada, se asegura que las empresas cuenten con los elementos y herramientas que permitan fluidez en la comercialización internacional.</p> <p>Además esta Asesoría especializada en exportación efectiva incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración de un plan de exportación detallado, incluyendo objetivos, estrategias de marketing y ventas, y presupuesto.</li> <li>• Asesoramiento en materia de regulaciones sanitarias, de envase, etiquetado, denominación del producto y especificaciones técnicas, de transporte, aduaneras y otras normativas específicas de cada país de destino.</li> </ul>	\$ 1.200.000	\$ 1.080.000	\$ 120.000
<b>TOTAL</b>		\$ 44.500.000	\$ 40.000.000	\$ 4.500.000

#### **4. PRODUCTOS ESPERADOS**

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

Producto 1: Empresas más competitivas. Resultado relacionado: Fortalecer el modelo de negocio y el encadenamiento productivo local y regional, a través del mejoramiento en su gestión interna, gestión comercial y la calidad del producto.

Producto 2: Venta en mercado internacional. Resultado relacionado: Potenciar el acceso a mercados de mayor valor de manera sostenible, apoyando el mejoramiento en la asociatividad entre las empresas y su posicionamiento en las cadenas productivas.

Producto 3: Sustentabilidad del negocio asociativo. Resultado relacionado Generar una estrategia de comercialización y funcionamiento de la asociatividad que permita su crecimiento en el tiempo.

#### **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 productos. 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 03 de NOVIEMBRE de 2025 a las 15:00 horas, hasta el VIERNES 07 de NOVIEMBRE del 2025, a las 10:00 hrs.**, vía correo electrónico dirigido a [cristian.becar@copeval.cl](mailto:cristian.becar@copeval.cl) con copia a [carolina.jarpa@copeval.cl](mailto:carolina.jarpa@copeval.cl)

Las consultas pueden ser realizadas hasta el dia **MIERCOLES 05 de NOVIEMBRE de 2025 hasta las 15:00 horas** vía correo electrónico dirigido a [cristian.becar@copeval.cl](mailto:cristian.becar@copeval.cl) con copia a [carolina.jarpa@copeval.cl](mailto: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](mailto:cristian.becar@copeval.cl) desde el envío de la invitación a postular hasta el **miércoles 05 de noviembre del 2025, hasta las 15:00 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 productoras de cervezas de la región del Biobío y/o dentro del territorio nacional	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%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

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 **viernes 07 de noviembre de 2025** mediante correo electrónico, desde las 17:00 horas en adelante.

## 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 RED MERCADOS “EXPORTACIÓN DE CERVEZA CRAFT DESDE LA REGIÓN DEL BIOBÍO PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA INDUSTRIA REGIONAL EN EL MERCADO INTERNACIONAL,  
CÓDIGO 24REDME-256787-2**

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 RED MERCADOS “EXPORTACIÓN DE CERVEZA CRAFT DESDE LA REGIÓN DEL BIOBÍO PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA INDUSTRIA REGIONAL EN EL MERCADO INTERNACIONAL,  
CÓDIGO 24REDME-256787-2**

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 RED MERCADOS “EXPORTACIÓN DE CERVEZA CRAFT DESDE LA REGIÓN DEL BIOBÍO PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA INDUSTRIA REGIONAL EN EL MERCADO INTERNACIONAL,  
CÓDIGO 24REDME-256787-2**

**EXPERIENCIA DEL OFERENTE**

<b>Nombre Oferente</b>	<b>Trayectoria en la materia/años de experiencia</b> (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 RED MERCADOS “EXPORTACIÓN DE CERVEZA CRAFT DESDE LA REGIÓN DEL BIOBÍO PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA INDUSTRIA REGIONAL EN EL MERCADO INTERNACIONAL, CÓDIGO 24REDME-256787-2**

- 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)