

FE DE ERRATAS

Bases Administrativas y Técnicas de Licitación Etapa de Diagnostico del Programa Red Mercados “Biobío exporta ingeniería: Fortalecimiento de capacidades para mercados internacionales.” - 25REDME-306244

En los términos de referencia, en el punto 4 “Propuesta Económica”

Donde dice:

N°	NOMBRE ACTIVIDAD
1	Reunión inicial
2	Aplicación de instrumento diagnóstico
3	Encuentro grupal para validación de brechas
4	Presentación del diagnóstico y validación

Debe decir:

PLAN DE ACTIVIDADES PARA LA ETAPA DE DIAGNÓSTICO			
N°	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	PRESUPUESTO
1	Diagnóstico a empresas Beneficiarias para caracterización.	El objetivo de esta actividad es levantar información relevante de las empresas beneficiarias en relación con el sector económico en donde se desarrollan, caracterizar la oferta actual que poseen e identificar las brechas preliminares. La metodología para reunir los antecedentes para esta actividad será a través de un instrumento de elaboración propia que permita por medio de la aplicación de una entrevista personal; conocer a las empresas beneficiarias y los servicios que integran su cartera. Los costos asociados a esta actividad corresponden a horas profesionales para su desarrollo, costos de traslados y relacionados	\$2.000.000
2	Validar y definir el o los mercados objetivos	Esta actividad se enfoca en la validación y priorización de los mercados de destino para la oferta integral de la red, destinando recursos específicamente a financiar estudios de diagnóstico y análisis de mercado internacional. El resultado esperado es la definición clara de los mercados de destino y la confirmación de la viabilidad de la implementación de estrategias colaborativas en ellos.	\$1.000.000

3	Diseñar una hoja de ruta para implementar y lograr exportar los servicios a los mercados definidos.	<p>El objetivo final de la etapa diagnóstico es la entrega y validación de una hoja de ruta. Esta actividad consiste en diseñar un plan de acción estratégico y secuencial para la etapa de desarrollo, traduciendo los hallazgos del diagnóstico (actividad 1) y la validación de mercados (actividad 2) en pasos concretos. La hoja de ruta debe enfocarse en proveer los conocimientos y requerimientos para implementar procesos de comercialización hacia y en los mercados de destino. Esto incluye la planificación de estrategias específicas para:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Superación de Brechas: Establecer planes para desarrollar las competencias comerciales y de vinculación y obtener los lineamientos básicos para comprender los requisitos de internacionalización. • Posicionamiento Estratégico: Definir las acciones necesarias para fortalecer la visibilidad de la red y asegurar su entrada en los mercados validados. • Planificación Anual: Detallar la planificación del desarrollo para el primer año, asegurando que las empresas puedan transformar su potencial en una oferta exportadora efectiva. 	\$1.000.000
	Total	\$4.000.0000.-	