



**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA**
FUNDACION DE DESARROLLO
EDUCACIONAL Y TECNOLÓGICO LA ARAUCANIA



Licitación Abierta

**PROYECTO RED MERCADO PATAGONIA GOURMET ETAPA DESARROLLO
(19REDEXP-115732-2)**

Punta Arenas, Septiembre 2020

I. BASES ADMINISTRATIVAS.

ARTICULO 1°: CONTENIDO DE LA OFERTA ADMINISTRATIVA.

Los documentos necesarios de incorporar en la oferta administrativa, son:

Caso Empresa

- ✓ Fotocopia del RUT de la empresa y sus representantes legales.
- ✓ Certificado de vigencia.
- ✓ Escritura de constitución de la sociedad y modificaciones si las hubiese.
- ✓ Datos de contacto (teléfono, correo electrónico y domicilio comercial)

Caso Persona Natural

- ✓ Fotocopia del RUT
- ✓ Datos de contacto (teléfono, correo electrónico y domicilio comercial)

ARTICULO 2°: PRESENTACIÓN DE LAS OFERTAS.

Las ofertas deberán ser presentadas en formato electrónico, a través de su envío al correo genesis.jimenez@ufrontera.cl hasta la fecha y hora indicada en el artículo 3° de estas bases. No se aceptarán propuestas enviadas en un formato diferente al señalado.

Cada interesado/a será responsable de:

- a) De la veracidad e integridad de la información entregada en dichos documentos.
- b) Identificar claramente los documentos que componen la oferta técnica y económica.
- c) Presentar todos los documentos exigidos en la convocatoria. La falta de documentos será sancionada en la evaluación de la oferta, sin perjuicio que la contraparte técnica y administrativa podrá solicitar los antecedentes faltantes.

La recepción de la propuesta finalizará impostergablemente el día 8 de octubre de 2021, a las 12:00 horas.

Las postulaciones que no sean entregadas dentro del plazo y horario establecido serán declaradas inadmisibles y no serán evaluadas.

ARTÍCULO 3°: PLAZOS.

Las fechas y plazos para la adjudicación de la consultoría son los siguientes:

Hito	Fechas y plazo
Publicación de TDR	Viernes 24 de septiembre 2021
Consultas y Aclaraciones.	Hasta Viernes 1 de octubre 2021 hasta las 12:00 horas, genessis.jimenez@ufrontera.cl
Recepción de ofertas.	Hasta el lunes 11 de octubre 2021 12:00 horas mediante envío al correo genessis.jimenez@ufrontera.cl
Apertura de Ofertas	Lunes 11 de octubre 2021 15:00 horas

ARTÍCULO 4°: CONSULTAS Y ACLARACIONES.

Las consultas y aclaraciones deberán ser dirigidas en las fechas establecidas a la Srta. Genesis Jiménez Fernández; al correo electrónico genessis.jimenez@ufrontera.cl

ARTICULO 5°: CONTENIDO DE LA OFERTA TÉCNICA.

La oferta técnica deberá ajustarse a lo previsto en el apartado “Bases Técnicas” de esta licitación.

ARTICULO 6°: CONTENIDO DE LA OFERTA ECONÓMICA.

La oferta técnica deberá ajustarse a lo previsto en el apartado “Bases Económicas” de esta licitación.

ARTICULO 7°: VIGENCIA DE LAS OFERTAS.

Las ofertas mantendrán su vigencia por un máximo de 60 días corridos, contados desde el vencimiento del plazo para la presentación de la ofertas.

ARTICULO 8°: APERTURA DE LAS OFERTAS.

La apertura electrónica de las propuestas se efectuará ante la presencia del:

- Coordinadora de proyectos FUDEA UFRO
- Ejecutiva de proyectos FUDEA UFRO a cargo del Programa
- Ejecutivo Técnico CORFO

En consecuencia, se procederá declarar inadmisibles aquellas propuestas presentadas que no hayan presentado su oferta técnica, su oferta económica o los requerimientos administrativos solicitados en estas bases.

Lo anterior no obstante a que cualquier error u omisión de fondo que se constate en el posterior proceso de revisión de las ofertas, invalide aquella oferta que no se ajuste a lo dispuesto en estas bases.

Se dejará constancia al momento de la apertura, de la recepción u omisión de los antecedentes generales del proponente solicitado, como asimismo de los errores u omisiones formales y de fondo que se detecten tanto en los documentos y antecedentes presentados.

FUDEA UFRO solicitará a los oferentes que subsanen errores u omisiones formales detectados en el acto de apertura o en el posterior proceso de revisión de las ofertas, siempre y cuando las rectificaciones de dichos vicios u omisiones no les confieran a estos oferentes una situación de privilegio respecto de los demás competidores, esto es, en tanto no se afecten los principios de estricta sujeción a las bases y de igualdad de los oferentes, y se informe de dicha solicitud al resto de los oferentes.

FUDEA UFRO permitirá la presentación de certificaciones o antecedentes que los oferentes hayan omitido presentar al momento de efectuar la oferta, siempre que dichas certificaciones o antecedentes se hayan producido u obtenido con anterioridad al vencimiento del plazo para presentar ofertas o se refieran a situaciones no mutables entre el vencimiento del plazo para presentar ofertas y el período de evaluación.

Para estos efectos, se otorgará un plazo de dos días hábiles contados desde la comunicación al mail que envió la propuesta, para que el oferente subsane la omisión de las formalidades requeridas, pero será sancionado en la calificación de su oferta, específicamente en el factor “Coherencia y orden de la propuesta”, según lo estipulado en el artículo 11° de estas bases.

Transcurrido el plazo otorgado sin que el participante subsane los errores u omisiones señaladas, se declarará inadmisibles sin más trámite su oferta, salvo en los casos en que las presentes bases contemplen expresamente como sanción para la falta de información, la asignación de una determinada nota en la evaluación del correspondiente factor.

ARTICULO 9°: ACTA DE APERTURA DE LAS OFERTAS.

El acta de apertura de las propuestas deberá dejar constancia de los errores y/u omisiones que se detecten en el acto de apertura, como asimismo de cualquier otro hecho relevante.

ARTICULO 10°: SOLICITUD DE ACLARACIONES.

FUDEA UFRO podrá solicitar a los oferentes, a través de correo electrónico, aclaraciones con respecto a sus ofertas o la complementación de alguna información. Las aclaraciones que se pidan o que se den, o la información que se solicite o se acompañe, no podrán alterar la oferta o el precio de la misma, ni violar el principio de igualdad entre los oferentes y el de estricta sujeción a las bases.

ARTICULO 11°: EVALUACIÓN DE LAS OFERTAS.

La evaluación de las ofertas por una comisión evaluadora integrada por las siguientes personas:

- Coordinadora de proyectos FUDEA UFRO
- Ejecutiva de proyectos FUDEA UFRO a cargo del Programa

- Tres beneficiarios integrantes del proyecto
- Ejecutivo Técnico CORFO (Ministro de fe)

Para el proceso que sigue, específicamente en el “Criterio de Selección 3.- Calidad Técnica de la Propuesta”, el operador intermedio deberá incorporar a tres beneficiarios (de entre los 7 originales), quienes serán los encargados de asignar puntaje a cada propuesta sujeta a evaluación, en una escala de 1 a 5, definiendo cuál es la más conveniente según se ajuste al objetivo general. Los puntajes asignados por los tres beneficiarios serán promediados aproximándose al entero.

Los criterios objetivos de evaluación, sus factores y sus ponderadores se indican a continuación:

1.-Experiencia y currículum de la empresa y equipo de trabajo (15% del Total)

1.1) Experiencia y currículum de la empresa

Evaluación	Nota	Descripción
Malo	1	El/la proponente/a posee menos de 2 años de experiencia en los productos y servicios solicitados
Regular	3	El/la proponente/a posee entre 2 y 4 años de experiencia en los productos y servicios solicitados
Bueno	5	El/la proponente/a posee 5 o más años de experiencia en los productos y servicios solicitados

1.2) Experiencia y currículum del equipo de trabajo propuesto

Evaluación	Nota	Descripción
Malo	1	El equipo profesional base vinculado al proyecto no tiene experiencia demostrable en los productos y servicios solicitados
Regular	3	Al menos 1 profesional base vinculado al proyecto tiene experiencia demostrable de 1 proyecto relacionado con los productos y servicios solicitados.
Bueno	5	2 o más profesionales con experiencia demostrable, con al menos 1 proyecto cada uno relacionado a los productos y servicios solicitados.

2.-Presentación formal de la propuesta (15% del Total)

Evaluación	Nota	Descripción
Malo	1	La documentación de la oferta no es clara, es ilegible e incompleta. Se requiere solicitar dos o más aclaraciones al oferente.
Regular	3	La documentación de la oferta es clara, legible pero incompleta. Se requiere solicitar una aclaración al oferente.
Bueno	5	La documentación de la oferta es clara, legible y completa. No se requiere solicitar aclaraciones al oferente.

3.- Calidad Técnica de la propuesta (70% del Total)

Evaluación	Nota	Descripción
Malo	1	La propuesta no se ajusta al objetivo general del proyecto. Las actividades propuestas no aseguran el cumplimiento de Hitos establecidos.
Malo Regular	2	La propuesta no se ajusta totalmente al objetivo general del proyecto. Las actividades propuestas no aseguran el cumplimiento total de Hitos establecidos.
Regular	3	La propuesta se ajusta parcialmente al objetivo general del proyecto. Sólo parte de las actividades propuestas aseguran el cumplimiento de Hitos establecidos.
Regular Bueno	4	La propuesta se ajusta casi plenamente al objetivo general del proyecto. Las actividades propuestas aseguran el casi total cumplimiento de Hitos establecidos.
Bueno	5	La propuesta se ajusta plenamente al objetivo general del proyecto. Las actividades propuestas aseguran el cumplimiento de Hitos establecidos.

Cada factor será calificado en una escala de 1 a 5, conforme a la ponderación recién señalada, informando las razones o fundamentos en consideración para el otorgamiento del puntaje asignado. FUDEA se reserva el derecho de verificar los antecedentes presentados por los oferentes.

En caso de empate entre dos o más propuestas técnicas, se resolverá adjudicar a aquella que haya obtenido una MAYOR VALORACIÓN EN LA CALIDAD TÉCNICA PRESENTADA. Si una vez aplicada esta regla el empate subsiste, se preferirá aquella oferta que haya sido evaluada en el factor EXPERIENCIA Y CURRÍCULO DE LA EMPRESA Y DEL EQUIPO DE TRABAJO. En caso de subsistir el empate, se preferirá aquella oferta que haya sido mejor evaluada en el factor OFERTA ECONÓMICA PRESENTADA, En caso de subsistir el empate, se preferirá aquella oferta que haya sido mejor evaluada en el factor PRESENTACION FORMAL DE LA PROPUESTA.

De la evaluación resultante, se elaborará un acta que será suscrita por todos los integrantes de la comisión evaluadora. Dicha acta dará cuenta de la evaluación de las ofertas y en el caso que corresponda, también se deberá dejar constancia en ella de las ofertas que no fueron evaluadas por encontrarse fuera de bases, especificando los artículos que fueron vulnerados y la forma como se configuró dicha vulneración. El acta de evaluación indicará con claridad a qué proponente se sugiere adjudicar la licitación, o propondrá declarar desierto el proceso, en el caso que las ofertas presentadas no sean convenientes para los intereses de FUDEA UFRO y/o CORFO o si ninguna de ellas resulta admisible por no cumplir los requisitos solicitados en las presentes bases.

CORFO se reserva el derecho de adjudicar la licitación al oferente que obtenga en más alto puntaje por aplicación de los criterios de evaluación establecidos en estas bases, aun cuando su oferta no sea la de más bajo precio, o rechazar fundadamente todas las ofertas por inconvenientes, declarando en este caso desierto la licitación.

ARTICULO 12°: PROPIEDAD INTELECTUAL

El producto del trabajo que eventualmente desarrollo la empresa o sus dependientes, con ocasión del contrato, tales como diseños, gráficas, obras audiovisuales, fotografías, notas, informes u otros, serán propiedad de CORFO quien se reserva el derecho de disponer de ellos libremente, sin limitaciones de alguna especie no pudiendo, por lo tanto, la empresa realizar ningún acto respecto de ellos ajeno al contrato, sin autorización previa y expresa de CORFO.

II. BASES TÉCNICAS.

ARTÍCULO 1º: ANTECEDENTES GENERALES.

El presente documento tiene por objetivo establecer los antecedentes y especificaciones técnicas para la contratación de la Empresa Consultora que permite ejecutar una serie de actividades de la etapa de desarrollo del Proyecto de Red Mercado Patagonia Gourmet Etapa Desarrollo (19REDEXP-115732-2).

Primero se resume el proyecto y sus objetivos, para luego entregar detalle de las actividades a realizar y presupuesto que regirá a la Empresa Consultora que gane la licitación abierta.

Los productos gourmet de la Patagonia, elaborados a partir de materias primas locales de alta calidad y procesados con recetas tradicionales, se convirtieron en parte consustancial del desarrollo del turismo en Magallanes, siendo comercializados a través del canal Horeca y manteniendo su misma curva del crecimiento (sobre el 10% a lo largo de varios años).

La pandemia contrajo a cero la entrada de turistas a la región, provocando en una primera fase sobrestock de los productores, seguidamente, la caída permanente en las ventas más capacidad ociosa al ser imposible que la población local, reducida, pueda sustituir la demanda del canal Horeca. Los productos gourmet de la Patagonia presentan atributos/factores de satisfacción reconocidos por los consumidores de altos ingresos, que buscan productos tipo “specialty” y dentro de esta categoría caben varios de los productos regionales.

Se hace imprescindible desarrollar para estos productores nuevos mercados que permitan absorber la sobreoferta de productos gourmet regionales, desacoplándolos del sector Horeca regional, al cual es imposible proyectar en los próximos años que recupere igual dinámica que en pre pandemia.

La descripción de este proyecto se resume en 5 etapas.

PRIMERO: Generar información relevante para la toma de decisiones e identificación de la magnitud real de las brechas identificadas en el diagnóstico (actualizado a los 7 beneficiarios originales como a los 15 diagnósticos nuevos que deben ser incorporados) a partir de información contable, productiva y de mercado. De esta manera, se genera información dura que dará cuenta del desempeño productivo de cada participante y de su capacidad de poder cumplir con la estrategia de comercialización seleccionada según necesidades de adecuación de productos, techo productivo de corto, mediano y largo plazo, etc. Esta etapa tendrá una duración de aproximadamente 4 meses.

SEGUNDO: En paralelo, al comenzar el programa, se realizará una asesoría técnica al grupo de beneficiarios con el objeto de que estos adquieran conocimientos en aspectos esenciales para el buen éxito del programa de comercialización, que considera aspectos tales como: marketing online, técnicas para mejorar la comercialización de productos gourmet, packaging, entre otras, que les permitirá tomar correctas decisiones en función de la estrategia seleccionada. Esta asesoría guiada tiene por objetivo lograr entregar herramientas y fundamentos técnicos a los beneficiarios para una correcta producción y comercialización de alimentos tipo “specialty”.

TERCERO: Se realizará en la RM una prueba de la estrategia de comercialización a escala representativa de un ciclo de negocios semanal de cada beneficiario (pequeño punto de ventas, portal de comercio electrónico con delivery, degustación con compradores en restaurante u hotel, etc., según se determine como herramienta más conveniente). Esta prueba deberá demostrar la sostenibilidad de la estrategia de acuerdo a las vinculaciones establecidas con distintos eslabones de la cadena y la efectividad del sistema de transporte, almacenamiento y logística seleccionado (medida en términos de tiempo y costo), verificándose así el cumplimiento del objetivo principal planteado.

CUARTO: Se implementará en la RM un centro de distribución para exportación de productos gourmet a mercados de nicho de países de media distancia. Este esquema deberá ser capaz de dar solución a problemas que actualmente impiden su adopción, por ejemplo, alto costo del flete desde Punta Arenas a mercados localizados en países de distancia media (sur de Brasil, Uruguay, Paraguay, Perú y Bolivia).

QUINTO: Se implementará con los beneficiarios un taller final donde evaluar, discutir y analizar los resultados de la consultoría, con cotejo económico y una comparación horizontal para analizar donde hay espacios de mejora y oportunidades.

ARTÍCULO 2º: OBJETIVO GENERAL

Implementar una estrategia integrada de marketing, promoción, distribución, logística y venta de productos gourmet de la Patagonia magallánica que permita potenciar al grupo de empresas adheridas al “red mercados” su proceso de creación de valor, accediendo a nuevos segmentos de clientes de mercados de nicho, que valoren atributos/factores de diferenciación intrínsecos, sustentado en el uso de materias primas de alta calidad y con procesos identificados con la Patagonia.

El cumplimiento del objetivo implica alcanzar dos Hitos durante la ejecución del programa. El primer hito se logra una vez esté operando un punto de distribución y logística en la RM que, inicialmente, actué como soporte para nuevos canales de ventas, con tamaño suficiente para colocar la oferta de las empresas adheridas al “Red Mercado”. El segundo hito se logra, una vez efectuada las adecuaciones requeridas al centro de distribución y logística de la RM, de modo que éste se constituya en un punto para exportar los productos gourmet de la Patagonia (en pequeños volúmenes) hacia mercados de nichos de países de media distancia.

ARTÍCULO 3º: OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- a) Diseño de una red de logística, almacenamiento y transporte para el tramo Punta Arenas - Santiago que permita consolidar distintos tipos de carga, trasladarla y acopiar en destino a un costo

competitivo, que no incida significativamente en el costo final (actualmente las alternativas dejan varios productos fuera de mercado)

- b) Formular una estrategia de comercialización de productos gourmet de la Patagonia utilizando al menos los siguientes canales de venta: Comercio electrónico, Horeca, Tiendas de Especialidad, Food Service en una primera fase abordando como mercado de prueba la RM para, seguidamente, acometer mercados de nichos de países de media distancia
- c) Selección específica de segmentos de clientes para cada canal de ventas, que asegure la focalización eficiente de los recursos y esfuerzos del programa Corfo para los productos integrados bajo el concepto “Patagonia Gourmet”. La selección deberá contar con examen de viabilidad técnica, económica y financiera.
- d) Plan piloto de comercialización para demostrar la viabilidad de la estrategia formulada y de la selección de clientes a través de una prueba de mercado con línea de productos representativas de la producción en volúmenes que puedan ser extrapolables a una gestión a escala comercial en régimen.
- e) Asesoría en Mejora de Productos incluyendo aspectos de diseño, packaging (etiquetado, inclusive) y desarrollo de imagen para la estrategia de promoción y posicionamiento de la marca “Patagonia Gourmet”, que considere aspectos relevantes para las empresas asociadas en concordancia con el mercado seleccionado.
- f) Elaboración de un plan de producción que permita cumplir el plan de ventas de productos “Patagonia Gourmet” en mercados seleccionado, utilizando los resultados de la estrategia de comercialización y el plan piloto de comercialización que asegure la sostenibilidad de la iniciativa.

Dentro de las actividades que se espera se desarrollen para el cumplimiento de los objetivos y productos solicitados, se encuentran:

ACTIVIDAD 1: DIAGNÓSTICO DE NUEVAS EMPRESAS GOURMET

Para asegurar la viabilidad de la estrategia y sostenibilidad de esta misma la empresa consultora experta deberá agregar al menos otros 15 productores gourmet que se sumen al listado base. A cada uno de ellos se le deberá aplicar el mismo diagnóstico que a las 7 beneficiarias originales.

ACTIVIDAD 2: IDENTIFICACIÓN DE SISTEMA DE LOGÍSTICA Y TRANSPORTE ENTRE PUNTA ARENAS Y RM

La consultora experta deberá determinar en conjunto con los beneficiarios cuál, entre los distintos modos de transporte, permite la consolidación de carga a productores gourmet, a un menor costo y que cumpla simultáneamente con ser eficientes en tiempos de traslados.

ACTIVIDAD 3: IDENTIFICACIÓN SISTEMA DE BODEGAJE EN RM PARA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS Y POSTERIOR PUNTO DE DESPACHO PARA EXPORTACIONES

La consultora experta deberá determinar en conjunto con los beneficiarios las dimensiones, equipamiento requerido, etc., de un centro de distribución para RM y mercados de nicho en países de distancia media

ACTIVIDAD 4: IDENTIFICACIÓN DE CANALES DE COMERCIALIZACIÓN EN RM, JUNTO CON SEGMENTOS DE CLIENTES

Para cada línea de productos gourmet la consultora experta deberá determinar el potencial de los siguientes canales: comercio electrónico (consumidor final), Horeca, Tiendas de Especialidad, Food Service, etc. En forma consecutiva, deberá establecer en conjunto con cada beneficiario el canal seleccionado.

ACTIVIDAD 5: IDENTIFICACIÓN DE MERCADOS DE NICHOS EN PAÍSES DE DISTANCIA MEDIA, JUNTO CON SEGMENTOS DE CLIENTES

Para cada línea de productos gourmet se deberán identificar mercados de nicho en sur de Brasil, Perú, Argentina, Uruguay y Paraguay

ACTIVIDAD 6: PLAN PILOTO DE VENTAS DE PRODUCTOS GOURMET EN RM

La consultora experta deberá demostrar, a escala piloto pero extrapolable a una dimensión real, que las estrategias de comercialización y el modelo de logística, almacenamiento y transporte escogido, junto a los segmentos de clientes, es aplicable y sostenible

ACTIVIDAD 7: ASESORÍA PARA MEJORAS DE PRODUCTOS

Esta actividad tiene como objetivo asesorar a los beneficiarios en aspectos tales como marketing online, técnicas para mejorar la comercialización de productos gourmet, packaging (etiquetado, inclusive) que permita la adecuación de la oferta a los canales de comercialización identificados. En la propuesta se debe identificar al asesor y CV.

ACTIVIDAD 8: ASESORÍA PARA DEFINIR PLAN DE PRODUCCIÓN

Esta actividad tiene como objetivo asesorar a los beneficiarios en materias relacionadas con escala productiva, incluye definición de capacidad de planta, plan de producción, etc., que permita cumplir con la estrategia de comercialización definida. En la propuesta se debe identificar al asesor y CV.

ARTÍCULO 4º: EQUIPO DE TRABAJO.

La empresa adjudicataria deberá demostrar experiencia acreditable en asesorías, fortalecimiento técnico y comercial en el proceso de exportación y en RED MERCADOS.

La propuesta técnica deberá contener una descripción de la empresa o persona individual, indicando su experiencia en asesorías, fortalecimiento técnico y comercial en el proceso de exportación, además deberá incluir una descripción del equipo de trabajo propuesto, especificando sus funciones de cada participante del proyecto, su experiencia en actividades similares, adjuntando el currículum vitae de los profesionales participantes.

Para el logro de los objetivos propuestos, la empresa adjudicataria podrá subcontratar capacidades específicas, ya sea de otras empresas o de personas naturales.

ARTICULO 5º: PRESUPUESTO DISPONIBLE

Los recursos máximos para la realización de lo solicitado serán de **\$40.000.000** (cuarenta millones de pesos). **La oferta económica debe ser presentada en valores netos, excluyendo cualquier tipo de impuesto.**

Nº	NOMBRE ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN ACTIVIDAD (*)	COSTO REFERENCIAL \$
1	Diagnóstico de nuevas empresas gourmet que se sumen a listado base	Para asegurar la viabilidad de la estrategia y sostenibilidad de la misma deberán agregarse al menos otros 15 productores gourmet. A cada uno de ellos se le aplicará el diagnóstico	1.500.000
2	Identificación de sistema de logística y transporte entre Punta Arenas y RM	Determinar entre los distintos modos de transporte cuál es que permite la consolidación de carga a productores gourmet, a un menor costo y que cumpla simultáneamente con ser eficientes en tiempos de transportes	1.500.000
3	Identificación sistema de bodegaje en RM para distribución de productos y posterior punto de despacho para exportaciones	Determinar las dimensiones, equipamientos requeridos, etc., de un centro de distribución para RM y mercados de nicho en países de distancia media	2.000.000
4	Identificación de canales de comercialización en RM, junto con segmentos de clientes	Para cada línea de productos gourmet se deberán identificar potencial de las siguientes canales: comercio electrónico (consumidor final), Horeca, Tiendas de Especialidad, Food Service, etc.	5.000.000
5	Identificación de mercados de nicho en países de distancia media, junto con segmentos de clientes	Para cada línea de productos gourmet se deberán identificar mercados de nicho en sur de Brasil, Perú, Argentina, Uruguay y Paraguay	5.000.000
6	Plan piloto de ventas de productos gourmet en RM	Demostrar a escala piloto pero extrapolable a una dimensión real que la estrategia de comercialización escogida, junto a los segmentos de clientes, es aplicable y sostenible	15.000.000
7	Asesoría a productores para mejoras de productos	Incluye asesoría en packaging (etiquetado, inclusive) que permita su adecuación a canales de comercialización identificados	5.000.000
8	Asesoría para planta de producción	Incluye definición de capacidad productiva, plan de producción, etc., que permita cumplir con la estrategia de comercialización definida	5.000.000
TOTAL \$			40.000.000

ARTICULO 6°: INFORMES Y PAGOS

Se deberá cumplir con los siguientes informes y plazos, según los diferentes productos:

Al final del proyecto, se le entregará a cada beneficiario un informe impreso a color y anillado, con un resumen de toda la información recolectada en estos 10 meses de trabajo.

A medida que se avance con cada actividad detallada anteriormente, se entregará a cada beneficiario un informe resumen en formato PDF de forma digital.

Dado que el proyecto está estructurado por actividades, se realizará el pago de cada actividad contra entrega de informes que demuestren su cumplimiento, según los reglamentos de CORFO.

ARTICULO 7°: PLAZO DE EJECUCIÓN.

El plazo de ejecución de esta consultoría deberá ser de 10 meses, a contar de la firma del contrato.

ARTICULO 8°: CONTENIDO MÍNIMO DE LA OFERTA TÉCNICA.

- ✓ Identificación del proponente.
- ✓ Nombre de los profesionales que constituyen el equipo de trabajo a cargo de las acciones que involucra la prestación de servicios, señalando experiencia profesional y las competencias de cada uno y la cantidad de horas dedicadas al proyecto.
- ✓ Currículos actualizados de cada uno de los profesionales comprometidos, informando la experiencia específica que tienen en este tipo de consultorías. El proponente deberá proveer los antecedentes que avalen su experiencia en asesorías incluyendo una nómina de asesoría y/o consultorías con la respectiva información de contacto. Esta información debe ser presentada en la identificación del proponente.
- ✓ Detalle de la oferta a realizar, considerando todos o parte de los ítems detallados en estas bases.
- ✓ Se deberá indicar y detallar toda propuesta que sea de valor agregado a los productos esperados indicados en las presentes bases técnicas y que puedan contribuir al logro de los objetivos planteados.

ARTICULO 8°: CONTENIDO MÍNIMO DE LA OFERTA TÉCNICA.

Previo a la firma del contrato, la Empresa Consultora deberá hacer entrega de los siguientes documentos:

-Fotocopia del RUT de la Empresa y de su Representante Legal.

-Tratándose de empresas individuales de responsabilidad limitada, sociedades anónimas, sociedades de responsabilidad limitada, sociedades por acciones, u otras sociedades comerciales, se debe adjuntar original o fotocopia de su inscripción en el Registro de Comercio, con certificación de su vigencia, o bien original o fotocopia del Certificado de Vigencia, otorgados por el respectivo

Conservador de Bienes Raíces respectivo, con fecha no anterior a un mes contados desde la fecha de presentación de la oferta, así como el documento en que conste la personería del representante, o el poder para representar a la empresa o sociedad. No obstante, en el caso de personas jurídicas acogidas a la Ley N° 20.659, deberá acompañarse en su lugar original o fotocopia del Certificado de Vigencia y de Estatuto Actualizado, emitido por el Registro de Empresas y Sociedades, con fecha no anterior a un mes contado desde la fecha de presentación de la oferta.

-Documento que certifica que las empresas se encuentran al día en el cumplimiento de cotizaciones de seguridad social y seguro de desempleo (F30).

-Tratándose de otras personas jurídicas, se deberán adjuntar los antecedentes que acrediten su vigencia y la personería del representante legal, emitidos por las autoridades que correspondan, con fecha no anterior a un mes contado desde la fecha de presentación de la oferta.

III. BASES ECONÓMICAS.

ARTÍCULO 1°: MONTOS.

La oferta económica debe indicar el detalle de los productos ofrecidos, indicando en valor total de las prestaciones indicadas. **La oferta económica debe ser presentada en valores netos, excluyendo cualquier tipo de impuesto.**

Productos	Monto

ARTICULO 2°: CONTENIDO DE LA OFERTA ECONÓMICA.

Detalle de los montos e ítems de gastos. **Los montos deben ser presentados en valores netos, excluyendo cualquier tipo de impuesto.**

Producto	Detalle	Montos	Porcentajes
<i>Subtotal</i>			
<i>Subtotal</i>			
Total			