

**TÉRMINOS DE REFERENCIA PARA CONTRATACIÓN DE CONSULTORÍA PARA EL
DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN
PROGRAMA TERRITORIAL INTEGRADO (PTI) LOS RÍOS REGIÓN CERVECERA”
Código 24PTI-270828-2**

TÉRMINOS DE REFERENCIA

El presente documento tiene por objetivo establecer los antecedentes y especificaciones técnicas para la contratación de **CONSULTORÍA PARA EL DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN PROGRAMA TERRITORIAL INTEGRADO (PTI) LOS RÍOS REGIÓN CERVECERA” Código 24PTI-270828-2.**

En este documento se mencionan las características generales de los Programas Territoriales Integrados impulsados por CORFO, sus objetivos y etapas. A continuación, se entregan las especificaciones del **“PTI LOS RIOS REGION CERVECERA”**, detallando las características de la actividad productiva, territorio y masa crítica que espera impactar. El último apartado del documento contiene el detalle de las actividades, para cuya ejecución se contrata a la entidad consultora.

Artículo 1º: Antecedentes generales

Programas Territoriales Integrados (PTI) son un instrumento de apoyo al desarrollo económico territorial, que se aproximan al territorio desde sus vocaciones productivas, aquellas impulsadas por sus respectivos tejidos y ecosistemas productivos, que, a partir de recursos y capacidades locales, generan y retienen valor territorial.

Su diseño se sustenta en la capacidad de activar dichas capacidades y recursos locales, gestionando el apalancamiento complementario de recursos privados y públicos, para la realización de una cartera de inversiones transformadoras que permitan escalar en materia de agregación y retención de valor territorial, a fin de impactar positivamente en la economía y sociedad local y regional.

En dicho contexto, CORFO, a través de la Gerencia de Desarrollo Territorial, las Direcciones Regionales y los Comités de Desarrollo Productivo Regional, implementan el instrumento, coordinando y articulando acciones y actores relevantes del territorio, con el fin de alcanzar los objetivos del PTI y de los proyectos específicos generados en su contexto.

Objetivo general del instrumento PTI:

Apoyar la coordinación y articulación de acciones y proyectos destinados a mejorar la competitividad de un territorio, a través de un conjunto de acciones que fomenten el desarrollo productivo sustentable de cadenas de valor y/o sectores con potencial de escalamiento y de impacto estratégico en la economía regional y/o local.

Objetivos específicos del instrumento PTI:

- Contribuir a la coordinación e implementación de iniciativas productivas estratégicas, derivadas de acciones públicas y privadas relevantes para el territorio.
- Apoyar el desarrollo sinérgico de acciones e iniciativas de interés público y/o privado que fomenten el desarrollo productivo sustentable de cadenas de valor con potencial de escalamiento y de impacto estratégico en la economía del territorio.
- Facilitar el uso de mecanismos de cofinanciamiento de Corfo y el acceso a otras herramientas de apoyo y financiamiento.

Artículo 2º: Objetivo general del Programa Territorial Integrado Los Ríos Región Cervecera:

Implementar un modelo de gestión territorial que fortalezca el sector cervecero de la Región de Los Ríos, mediante estrategias de mercado, innovación productiva, especialización del capital humano, prácticas sostenibles y articulación territorial, con el propósito de incrementar su participación en el mercado nacional.

Artículo 3º: Objetivos específicos del Programa Territorial Integrado Los Ríos Región Cervecera:

- Alcanzar un posicionamiento diferenciado del sector mediante la profesionalización del marketing, la segmentación estratégica y el desarrollo de estrategias multicanal que contribuyan a aumentar la participación de mercado.
- Promover la adopción de tecnologías de automatización y control como habilitantes para la optimización de procesos, integrando herramientas de análisis de datos y articulando el acceso a financiamiento y proveedores especializados.
- Fomentar la especialización funcional mediante programas de capacitación en habilidades técnicas y de gestión, junto con el desarrollo de estructuras organizativas que definan claramente roles y responsabilidades.
- Incentivar la adopción de prácticas de gestión ambiental y económica mediante sensibilización, capacitación y acceso a herramientas de medición que permitan una toma de decisiones informada.

Artículo 4º: Objetivo general de la presente consultoría

Desarrollar e implementar una Estrategia Integral de Promoción y Difusión orientada a consolidar el posicionamiento de la región de Los Ríos como capital nacional de la cerveza artesanal, en base a los atributos y características productivas locales, a través del desarrollo de las siguientes acciones:

- Diseño y fortalecimiento de la presencia de la marca sectorial “Los Ríos Región Cervecera” en el mercado nacional.
- Posicionamiento del territorio como referente nacional de la producción de cerveza artesanal.
- Instalación de capacidades digitales en las empresas beneficiarias que faciliten la visibilización de la marca sectorial.

- Ejecutar acciones de alto impacto comunicacional asociadas al posicionamiento de la marca sectorial.

Artículo 5º: Objetivos específicos de la consultoría

1. Diseñar e implementar un plan de fortalecimiento para la marca sectorial “Los Ríos Región Cervecera” formalmente documentado y validado con los actores del rubro.
2. Diseñar y desarrollar los elementos configuradores de la marca sectorial del rubro: identidad de marca, propuesta de valor, identidad visual, posicionamiento estratégico y relato territorial.
3. Posicionar a la región de Los Ríos como referente nacional de la cerveza artesanal a través del desarrollo e implementación de un plan de medios que integre elementos asociados a los atributos territoriales, productivos, de sostenibilidad, asociatividad, turísticos y culturales de Los Ríos Región Cervecera.
4. Diseñar, optimizar e implementar plataformas digitales (RRSS) y sitio web para la marca sectorial, integrando información relevante del ecosistema cervecero regional, capsulas, material audiovisual y repositorio de contenidos relevantes.
5. Fortalecer las capacidades digitales de las empresas beneficiarias, mediante procesos de capacitación, acompañamiento técnico e incorporación de herramientas digitales y el desarrollo de una guía de buenas prácticas en RRSS con el objeto de facilitar la implementación de la estrategia.

Artículo 6º: Resultados y productos esperados

El adjudicatario deberá entregar, como mínimo, los siguientes productos, cada uno correspondiente al cumplimiento de los objetivos específicos señalados en el Artículo 5º. Todos los entregables deberán presentarse en formato editable y en versión PDF, ajustados a las normas de diseño y difusión establecidas por el Programa Territorial Integrado.

Productos esperados:

1. **Diagnóstico comunicacional sectorial:** documento que integre elementos asociados a la caracterización general del rubro, tales como: historia y evolución del rubro, tamaño y relevancia económica, principales actores y organizaciones del rubro, productos, servicios y atributos diferenciadores; análisis del posicionamiento sectorial “Los Ríos región cervecera” y benchmarking internacional sobre experiencias de posicionamiento de marcas colectivas asociadas a la cerveza.
2. **Estrategia de marca sectorial :** documento que incluye el desarrollo de la identidad gráfica y narrativa de la marca sectorial, incorporando los siguientes elementos:

- Identidad de marca: marco estratégico de la marca, visión, misión, valores, posicionamiento y relato territorial.
- Diseño de marca sectorial: naming, logo, isotipo, imagotipo/isologo, paleta de colores, tipografía, sistema gráfico, estilo visual, slogan, aplicaciones (packaging, RRSS, sitios web, material corporativo, merchandising) y normativa (manual de marca)
- Kit de medios para facilitar la difusión y comunicación de la marca a través de diversos canales, medios y aplicaciones.
- Manual de identidad gráfica y narrativa de la marca sectorial.

3. **Plan de medios de la marca sectorial**, orientado a definir un marco estratégico para la difusión y posicionamiento de la marca sectorial. Este plan debe incluir las siguientes actividades:

- Diseño e implementación de una campaña digital (RRSS)
- Diseño de 1 activación presencial asociada a los eventos de alto impacto en los que participará el PTI.¹
- Registro audiovisual.
- Taller de fortalecimiento de capacidades digitales y uso especializado de RRSS con fines comerciales para los beneficiarios del PTI.
- Elaboración de una “Guía de buenas prácticas para el uso comercial de redes sociales.
- Elaboración de página web y plataforma digital de la marca sectorial: Instalación y optimización de plataformas de redes sociales y web con lineamientos editoriales, parrilla de contenidos y gestión de comunidad. El sitio debe ser autoadministrable, incorporar optimización móvil, SEO básico, formularios de contacto, integración multimedia y su propuesta gráfica debe estar alineada a la marca sectorial. Este producto incluye los siguientes elementos:
 - Diseño de estructura y contenidos
 - Registro dominio web
 - Contratar hosting
 - Diseño experiencia de usuario
 - Desarrollo del sitio
 - Desarrollo y vinculación de 2 plataformas digitales asociadas a la marca sectorial (A definir con productores del rubro)
 - Puesta en marcha de la web y plataformas digitales
 - Repositorio de contenidos relevantes
 - Capsulas de formación
 - Informe mensual de difusión y cobertura de comunicaciones a partir de la implementación de la web y las plataformas digitales.

¹ La activación se llevará a cabo en alguno de los 3 eventos de alto impacto en los que el PTI financiara su participación. Los costos asociados a esta actividad son aquellos que se relacionan directamente con la activación (contratación de profesionales, asesores, influencers, embajadores de marca, elementos decorativos, arriendo de dispositivos tecnológicos, gestión de prensa, traslados de productos y equipos)

4. **Informe técnico consolidado “Estrategia de difusión y comunicación marca sectorial Los Ríos Región Cervecera”**: documento que sintetice integralmente el proceso desarrollado, la metodología aplicada, los resultados obtenidos y la propuesta validada con los actores del territorio.

Artículo 7º: Medios de verificación

La validación de los productos entregados por la consultoría se realizará mediante los siguientes medios, los cuales deberán ser presentados en formato digital (editable y PDF) y, cuando corresponda, en soporte físico. Cada medio de verificación deberá garantizar trazabilidad, pertinencia técnica y legitimidad territorial.

Medios de verificación:

- **Listas de asistencia y actas de reuniones de asesoría.**
 - Listas de asistencia firmadas por los participantes.
 - Actas de reuniones con fecha, lugar y acuerdos logrados.
 - Evidencia de participación de actores de la gobernanza.
- **Validación con beneficiarios y equipo técnico del PTI.**
 - Actas de validación firmadas por beneficiarios y equipo técnico.
 - Registro de observaciones y acuerdos de ajuste.
- **Registro de imágenes de las actividades desarrolladas durante la consultoría.**
- **Informe: Ajuste metodológico.**
- **Informe: Diagnóstico comunicacional sectorial.**
- **Informe: Estrategia de marca sectorial y plan de medios.**
 - Manual de identidad gráfica y narrativa de la marca sectorial.
 - Informe de acciones formativas en RRSS y posicionamiento para actores cerveceros.
 - Informe de evidencia de campañas y activaciones de alto impacto.
 - Resumen ejecutivo: Diseño e implementación página web y plataforma digital.
 - Repositorio digital para la plataforma web.
- **Informe técnico final consolidado: “Estrategia de Difusión y Comunicación Marca Sectorial Los Ríos Región Cervecera”.**

El informe debe integrar los siguientes medios de verificación:

- Listas de asistencia y actas de reuniones de servicio de consultoría.
- Registro de imágenes de las actividades en terreno.
- Encuesta de satisfacción de actores participantes.
- Manual de identidad gráfica y narrativa de la marca sectorial.
- Informe de creación y optimización de plataformas digitales (RRSS y sitio web).
- Repositorio digital para la plataforma web.
- Informe de acciones formativas en RRSS y posicionamiento para actores cerveceros.
- Informe de evidencia de campañas y activaciones de alto impacto.
- Informe mensual de difusión y cobertura de comunicaciones.
- Acta de validación final firmada por beneficiarios, equipo técnico y gobernanza.

Artículo 8º: Perfil de la asesoría especializada

La asesoría técnica deberá ser ejecutada por una empresa, consultora o equipo profesional con experiencia comprobada en el diseño y desarrollo de marcas sectoriales, estrategias de branding, marketing estratégico y relaciones públicas. El equipo adjudicatario deberá acreditar al menos 3 años de experiencia en proyectos vinculados a:

- Diseño e implementación de estrategias de marketing territorial.
- Desarrollo de marcas sectoriales o territoriales.
- Diseño e implementación de estrategias de posicionamiento comercial.
- Gestión de campañas digitales multicanal.
- Implementación de plataformas digitales institucionales.
- Trabajo con cadenas de valor y/o sectores productivos.

Artículo 9º: Plazos de Ejecución

1. El plazo máximo de ejecución será de **5 meses**, contados desde la firma del contrato entre el adjudicatario y el Agente Operador Intermediario (FUDEA UFRO)
2. Cualquier extensión deberá ser solicitada formalmente al Agente Operador Intermediario (FUDEA UFRO) y Comité Ejecutivo, no pudiendo superar el plazo total definido para el primer año de ejecución del PTI.

Artículo 10º: Presupuesto

1. El monto asignado para la consultoría es de **\$17.500.000 (diecisiete millones quinientos mil pesos chilenos)**, impuestos incluidos.
2. El presupuesto incluye:
 - A. Honorarios profesionales del equipo asesor.
 - B. Materiales de levantamiento y sistematización de información.
 - C. Jornadas participativas y actas de validación.
 - D. Diseño e implementación web y plataformas digitales
 - E. Talleres y manual
 - F. Edición y entrega de informes de avance, informe final y herramientas gráficas
 - G. Todo lo que se requiera para la obtención de los productos exigidos.

Artículo 11º: Condiciones de pago

1. El pago de la consultoría se realizará de manera parcializada y progresiva, en función del cumplimiento de hitos asociados a los objetivos específicos establecidos en el Artículo 5º de las presentes bases. Cada desembolso estará condicionado a la entrega de productos verificables y a la validación técnica por parte del Jefe/a de Proyecto del AOI y el Gestor Territorial del PTI, con aprobación del Comité Ejecutivo.

2. Distribución de pagos

Primer pago (10%)

- **Producto: Informe de ajuste metodológico:** el/la consultor/a entregará un informe inicial que contendrá las eventuales modificaciones al plan de ejecución presentado en su propuesta, además deberá contener la metodología con la cual deberá incluir un cronograma detallado de actividades y un listado de productos esperados, convirtiéndose en este documento en la versión que contendrá las acciones y productos a desarrollar así como los ajustes al cronograma inicial, atendiendo las recomendaciones y aclarando las preguntas surgidas durante la reunión inicial.

Segundo pago (20%)

- **Producto: Diagnóstico comunicacional sectorial:** documento que integre elementos asociados a la caracterización general del rubro, tales como: historia y evolución del rubro, tamaño y relevancia económica, principales actores y organizaciones del rubro, productos, servicios y atributos diferenciadores; análisis del posicionamiento sectorial “Los Ríos región cervecera” y benchmarking internacional sobre experiencias de posicionamiento de marcas colectivas asociadas a la cerveza

Tercer pago (20%)

- **Producto: Estrategia de marca:** documento que incluye el desarrollo de los siguientes elementos:
 - Identidad de marca: marco estratégico de la marca, visión, misión, valores, posicionamiento y relato territorial.
 - Diseño de marca sectorial: naming, logo, isotipo, imagotipo/isologo, paleta de colores, tipografía, sistema gráfico, estilo visual, slogan, aplicaciones (packaging, RRSS, sitios web, material corporativo, merchandising) y normativa (manual de marca)
 - Kit de medios para facilitar la difusión y comunicación de la marca a través de diversos canales, medios y aplicaciones.
 - Manual de identidad gráfica y narrativa de la marca sectorial.

Cuarto pago (20%)

- **Producto: Plan de Medios de la marca sectorial:** orientado a definir un marco estratégico para la difusión y posicionamiento de la marca sectorial. Este plan debe incluir las siguientes actividades:
 - Diseño e implementación de una campaña digital (RRSS)
 - Diseño de 1 activación presencial asociada a los eventos de alto impacto en los que participará el PTI.²
 - Registro audiovisual.

² El costo asociado a la participación (inscripción, trasladen el evento de alto impacto está cubierto por otro PPTO, no siendo cargo del consultor.

- Taller de fortalecimiento de capacidades digitales y uso especializado de RRSS con fines comerciales para los beneficiarios del PTI.
- Elaboración de una “Guía de buenas prácticas para el uso comercial de redes sociales.
- Página web y plataforma digital de la marca sectorial: Instalación y optimización de plataformas de redes sociales y web con lineamientos editoriales, parrilla de contenidos y gestión de comunidad. El sitio debe ser autoadministrable, incorporar optimización móvil, SEO básico, formularios de contacto, integración multimedia y su propuesta gráfica debe estar alineada a la marca sectorial. Este producto incluye los siguientes elementos:
 - Diseño de estructura y contenidos
 - Registro dominio web
 - Contratar hosting
 - Diseño experiencia de usuario
 - Desarrollo del sitio
 - Desarrollo y vinculación de 2 plataformas digitales asociadas a la marca sectorial (A definir con productores del rubro)
 - Puesta en marcha de la web y plataformas digitales
 - Repositorio de contenidos relevantes
 - Capsulas de formación
 - Informe mensual de difusión y cobertura de comunicaciones a partir de la implementación de la web y las plataformas digitales.

Quinto pago (30%)

- **Informe técnico consolidado “Estrategia de difusión y comunicación marca sectorial Los Ríos Región Cervecera”:**

Documento que sintetice integralmente el proceso desarrollado, la metodología aplicada, los resultados obtenidos y la propuesta validada con los actores del rubro.

El informe debe integrar los siguientes medios de verificación:

- Listas de asistencia y actas de reuniones de servicio de consultoría.
- Registro de imágenes de las actividades en terreno.
- Encuesta de satisfacción de actores participantes.
- Manual de identidad gráfica y narrativa de la marca sectorial.
- Informe de creación y optimización de plataformas digitales (RRSS y sitio web).
- Repositorio digital para la plataforma web.
- Informe de acciones formativas en RRSS y posicionamiento para actores cerveceros.
- Informe de evidencia de campañas y activaciones de alto impacto.
- Informe mensual de difusión y cobertura de comunicaciones.
- Acta de validación final firmada por beneficiarios, equipo técnico y gobernanza.

Cuadro explicativo pagos parcializados consultoría:

Hito / Objetivo Específico	Entregables Asociados	% Pago	Responsable de Validación
Hito 1 – Informe Metodológico	Informe de ajuste metodológico Propuesta hito de inicio consultoría.	10%	Jefe/a de Proyecto AOI + Gestor Territorial + Comité Ejecutivo
Hito 2 – Diagnostico comunicacional sectorial	Diagnóstico comunicacional sectorial	20%	Jefe/a de Proyecto AOI + Gestor Territorial + Comité Ejecutivo
Hito 3 – Estrategia de marca	Estrategia de marca	20%	Jefe/a de Proyecto AOI + Gestor Territorial + Comité Ejecutivo
Hito 4 – Plan de medios de la marca regional	Plan de medios de la marca regional	20%	Jefe/a de Proyecto AOI + Gestor Territorial + Comité Ejecutivo
Hito 5 – Estrategia de difusión y comunicación	Informe técnico consolidado "Estrategia de difusión y comunicación marca sectorial Los Ríos Región Cervecera	30%	Jefe/a de Proyecto AOI + Gestor Territorial + Comité Ejecutivo

3. Cada pago será autorizado únicamente tras la firma de un **acta de validación técnica y administrativa**, que servirá como respaldo para la aprobación de la factura correspondiente.

4. Procedimiento para hacer efectivo el pago

- A. El pago se realizará contra entrega y validación de los productos comprometidos, previa aprobación del equipo gestor y del AOI.
- B. El plazo de pago será de **30 días corridos** desde la recepción de la factura y la validación de los entregables.
- C. La empresa adjudicataria deberá presentar certificados de cumplimiento laboral y previsional vigentes al momento de la facturación (Certificado de Antecedentes Laborales y Previsionales F-30).
- D. Para los pagos antes mencionados, se deberán emitir las facturas conforme a lo siguiente:
 - I. Nombre: Fundación de Desarrollo Educacional y Tecnológico La Araucanía Rut: 71.195.600-K
 - II. Dirección: Arturo Prat 332 OF. 903 Edificio Dusa 332, Temuco.
 - III. Giro: Fundaciones y Corporaciones

IV. Glosa: "PAGO HITO___ DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN PROGRAMA TERRITORIAL INTEGRADO (PTI) LOS RÍOS REGIÓN CERVECERA" Código 24PTI-270828-2.

E. El pago podrá realizarse mediante transferencia electrónica a la cuenta corriente del oferente, conforme a la normativa tributaria vigente.

Artículo 12º: Garantía de fiel cumplimiento del contrato

1. Garantía

- A. La empresa que resulte adjudicada en la licitación deberá presentar una garantía de fiel cumplimiento equivalente al 5% del monto total adjudicado, emitida a nombre de la Fundación de Desarrollo Educacional y Tecnológico de La Araucanía (FUDEA UFRO), nominativa, no endosable y de ejecución inmediata.
- B. Esta garantía deberá entregarse en un plazo máximo de cinco (5) días hábiles contados desde la notificación oficial de adjudicación realizada por el Agente Operador Intermediario (FUDEA UFRO). La garantía deberá mantenerse vigente durante todo el período de ejecución de la consultoría.

Para el procedimiento antes mencionado, se deberá emitir la garantía conforme a lo siguiente:

- I. **A nombre de:** Fundación de Desarrollo Educacional y Tecnológico de La Araucanía, nominativa, no endosable y de ejecución inmediata.
- II. **Dirección:** Prat 332, oficina 903, Temuco.
- III. **Tipo:** Boleta bancaria o póliza de seguro.
- IV. **Glosa:** "Para garantizar el fiel cumplimiento de la contratación de consultoría para el diseño e implementación de Estrategia de Promoción y Difusión Programa Territorial Integrado (PTI) Los Ríos Región Cervecera"
- V. **Código:** 24PTI-270828-2
- VI. **Monto:** \$875.000.- (Ochocientos setenta y cinco mil pesos).
- VII. **Carácter:** Irrevocable.
- VIII. **Plazo de vigencia:** Durante todo el período de ejecución de la consultoría.
- IX. **Presentación:** En la oficina FUDEA UFRO, ubicada en Picarte 427, Oficina 208, Valdivia, dentro del plazo de cinco días hábiles posteriores a la notificación de adjudicación.

2. Procedimiento de ejecución

- A. La ejecución de la garantía deberá ser recomendada mediante informe técnico conjunto del Jefe/a de Proyecto del AOI y el Gestor Territorial del PTI, validada por la gobernanza del programa y autorizada por CORFO.

B. La garantía podrá ser ejecutada en caso de:

- I. Incumplimiento grave de los plazos establecidos en el plan de trabajo y en los presentes términos de referencia.
- II. Entrega de productos que no cumplan con los estándares técnicos definidos en las bases y que no sean subsanados en el plazo otorgado.
- III. Abandono de la consultoría o negativa a participar en instancias de validación territorial.

3. Cumplimiento técnico y administrativo

El cumplimiento de la consultoría será verificado por el/la Jefe/a de Proyecto del AOI y el Gestor Territorial del PTI, quienes actuarán como contrapartes técnicas y administrativas.

A. **Reunión de ajuste metodológico:** Una vez celebrado el contrato, la empresa adjudicataria deberá participar en una reunión inicial de ajuste metodológico con el equipo gestor del PTI, el Jefe/a de Proyecto del AOI y representantes de la gobernanza. En esta instancia se revisará y validará el plan de trabajo, cronograma y metodología propuesta, asegurando su pertinencia y coherencia con los objetivos del programa.

B. **Reuniones periódicas de seguimiento:** Durante la ejecución de la consultoría, se deberán realizar **reuniones mensuales obligatorias** con el equipo gestor del PTI, el Jefe/a de Proyecto del AOI y representantes de la gobernanza. Estas reuniones tendrán por finalidad monitorear el avance de las actividades, revisar entregables parciales, levantar observaciones técnicas y asegurar la correcta implementación de la metodología.

C. **Validación de entregables:** Todos los productos deberán ser validados por las contrapartes técnicas antes de su aprobación final por la gobernanza del programa.

D. **Actas de validación:** Se levantará un acta de validación por cada producto entregado, así como de cada reunión de seguimiento, las cuales servirán como respaldo para la aprobación de pagos y para la trazabilidad administrativa del proceso.

4. Incumplimientos y observaciones

A. En caso de que los productos entregados no cumplan con los estándares definidos en las bases técnicas, el adjudicatario deberá subsanar las observaciones en un plazo máximo de **10 días hábiles**.

B. Si las observaciones no son subsanadas en el plazo establecido, el AOI podrá recomendar la ejecución de la garantía y declarar el contrato en incumplimiento.

5. Relación con la Gobernanza del PTI

- A. El Gestor Territorial será responsable de canalizar las observaciones de la gobernanza hacia la consultoría, asegurando que se integren en los productos finales.
- B. La gobernanza del PTI tendrá facultad de emitir recomendaciones técnicas, las cuales deberán ser consideradas en la validación de cumplimiento.

Artículo 13º: Vigencia del contrato

1. El contrato entrará en vigencia desde la total tramitación del acto administrativo que lo apruebe y hasta el término del periodo de ejecución establecido en los TDR (5 meses)
Este plazo incluye:
 - I. **Cinco días hábiles posteriores a la entrega de los productos finales**, para la presentación del informe consolidado de la consultoría.
 - II. **Diez días hábiles adicionales para su revisión y eventual aprobación** por parte del equipo gestor y el Agente Operador Intermediario (FUDEA UFRO).
2. Sin perjuicio de lo anterior, podrán otorgarse prórrogas en caso de que las observaciones realizadas al informe final no sean subsanadas dentro del plazo inicial, siempre que exista justificación técnica y aprobación de la gobernanza del PTI.
3. El contrato podrá darse por terminado anticipadamente por decisión del AOI, previa recomendación del equipo gestor y la gobernanza, en caso de incumplimiento grave de las obligaciones contractuales, falta de entrega de productos en los plazos establecidos o negativa a subsanar observaciones técnicas. En tal caso, se procederá a la ejecución del término anticipado de contrato.

Artículo 14º: Confidencialidad

1. Definición de información confidencial

Las Partes declaran que constituye Información Confidencial, propiedad de FUDEA UFRO y del Programa Territorial Integrado Los Ríos Región Cervecera, toda aquella referida a procedimientos, métodos de producción, comercialización, administración, publicidad, marketing, asesoría, dirección u organización interna, proyectos financieros, estrategias de mercado, antecedentes personales de las empresas participantes, así como cualquier información y/o asesoría proporcionada por los actores locales en virtud de la ejecución del presente contrato. Se incluye, además, toda información relacionada con innovación, tecnología, experiencia, metodología o prácticas de las empresas y organizaciones vinculadas al PTI, así como la contenida en manuales, estudios, audios, gráficas, materiales y cualquier otro documento o información oral o escrita.

2. Alcance de la información confidencial

La Información Confidencial comprende, sin limitarse a:

- I. Documentos escritos, gráficos, electrónicos o de cualquier otra especie, incluyendo estados financieros, información contable, contratos, informes, correos electrónicos, memorandos y soportes audiovisuales.
- II. Información comunicada oralmente por las empresas y actores territoriales.
- III. Materiales, muestras, procesos, sistemas, patentes, modelos de utilidad, marcas, diseños, tecnologías, descubrimientos, know-how e ideas de negocio, sean o no patentables o registrables.
- IV. La mera circunstancia de haberse firmado el contrato, así como el estado y desarrollo de la ejecución de los servicios.

3. Obligaciones del consultor/a

El/la Consultor/a se compromete a:

- I. No usar, vender, divulgar, reproducir ni comunicar Información Confidencial a terceros, salvo que sea estrictamente necesario para el cumplimiento de las actividades encomendadas y con autorización previa y escrita de FUDEA UFRO.
- II. Mantener bajo custodia reservada todos los documentos y soportes físicos o electrónicos que contengan Información Confidencial, limitando su acceso únicamente a personas cuya participación sea indispensable.
- III. Solicitar autorización previa y expresa de FUDEA UFRO y de las empresas involucradas para comunicar Información Confidencial a terceros o asesores, asegurando que éstos queden sujetos a las mismas obligaciones de confidencialidad.
- IV. No atribuirse ni registrar como propios contenidos protegidos por derechos de autor, marcas comerciales u otros derechos de propiedad intelectual que haya conocido en virtud de la ejecución del contrato.
- V. Informar de inmediato a FUDEA UFRO cualquier apropiación indebida, divulgación o uso no autorizado de la Información Confidencial, adoptando medidas para restringir o remediar la situación.
- VI. Considerar la Información Confidencial como secreto empresarial en los términos de la Ley de Propiedad Industrial, respondiendo por las responsabilidades civiles y penales que correspondan.
- VII. Notificar a sus empleados, representantes o asesores sobre las condiciones de confidencialidad, siendo responsable por cualquier incumplimiento.
- VIII. Devolver toda la Información Confidencial recibida, incluyendo copias, al término del contrato.

4. Vigencia de la obligación

Las obligaciones de confidencialidad y no divulgación establecidas en esta cláusula continuarán vigentes incluso después del término del contrato, cualquiera sea la causa de su finalización.

Artículo 15º: Apertura de Ofertas

1. Procedimiento de apertura

La apertura electrónica de las ofertas será realizada por la Fundación de Desarrollo Educacional y Tecnológico de La Araucanía (FUDEA UFRO), en su calidad de **Agente Operador Intermediario de CORFO**, conjuntamente con el **equipo gestor del PTI Los Ríos Región Cervecera**, actuando ambos como ministros de fe del proceso.

2. Registro del acto de apertura

En el acto de apertura se dejará constancia de:

- I. La recepción u omisión de los antecedentes generales solicitados a los proponentes.
- II. La verificación del cumplimiento de los requisitos técnicos y administrativos establecidos en las bases.
- III. La declaración de admisibilidad o inadmisibilidad de cada oferta, según corresponda.

3. Principio de estricta sujeción a las bases

En el caso de las ofertas que omitan alguno de los documentos solicitados en las presentes bases, se otorgara un plazo de 1 día hábil para la entrega de la documentación faltante, de no cumplirse con lo solicitado, se declarará inadmisibile la postulación.

4. Transparencia y legitimidad

El procedimiento de apertura será documentado mediante acta oficial, firmada por el Agente Operador Intermediario y el equipo gestor del PTI, asegurando trazabilidad, transparencia y resguardo de los principios de igualdad entre oferentes

Artículo 16º: Evaluación de ofertas

1. Etapas de evaluación

Validación y adjudicación: La Comisión Evaluadora revisara y evaluara las ofertas técnicas y económicas según los criterios definidos en las bases para determinar la propuesta ganadora.

2. Comisión Evaluadora

La Comisión estará integrada por representantes del AOI, del PTI Los Ríos Región Cervecera, de Fomento Los Ríos y del Comité Ejecutivo.

3. Carácter del proceso

El proceso de evaluación será confidencial hasta la notificación oficial. Durante este

período, los oferentes sólo podrán comunicarse con el AOI para asuntos estrictamente vinculados a la evaluación.

4. Desempates

En caso de empate técnico, los oferentes podrán ser convocados a una presentación breve (máx. 20 minutos) ante el Comité Ejecutivo del PTI. La Comisión decidirá considerando la Experiencia de los oferentes.

5. Licitación desierta

Si la oferta mejor puntuada no resulta pertinente o conveniente para los intereses del Servicio, la Comisión Evaluadora, con el respaldo de su gobernanza y, previa autorización de Fomento Los Ríos, podrá declarar desierta la licitación, fundamentando la decisión en criterios objetivos.

Los criterios de evaluación y sus ponderaciones se indican en el siguiente cuadro:

Criterio	Ponderación	Indicadores
Calidad técnica de los servicios ofertados	50%	Plan de trabajo detallado, especificando tiempos de ejecución actividades a realizar y resultados esperados
		Coherencia en la metodología propuesta
Experiencia de los oferentes	25%	Experiencia del oferente en la línea de trabajo
		Formación profesional coherente
Propuesta valor agregado	15%	Incorpora actividades adicionales que agregan valor
		Propone contenido que agregue valor
Oferta económica	10%	Claridad, coherencia y competitividad de la propuesta económica en relación al presupuesto disponible.

Criterio	Variable	Medición de la variable	Escala	Fórmula
Calidad técnica de los servicios ofertados	V1. Plan de trabajo detallado, específica tiempos de ejecución, actividades a realizar y resultados esperados	No presenta información sobre actividades, tiempos ni resultados esperados. El plan es inexistente o irrelevante para los objetivos de la consultoría.	0	(V1+V2)*0,50
		Presenta un plan de trabajo básico, con una descripción general de la metodología, cronograma y acciones a desarrollar y responsables para lograr los objetivos planteados. Evidencia una baja vinculación con los objetivos y pertinencia territorial del PTI.	1	

		Incluye actividades y responsables, cronograma básico con tiempos definidos y resultados esperados. Sin embargo, carece de indicadores de logro, mecanismos de seguimiento o evidencia de coherencia metodológica. La propuesta es funcional pero limitada en control y trazabilidad.	2	
		Presenta un plan completo y estructurado: actividades secuenciadas, cronograma claro con tiempos precisos, responsables asignados, resultados esperados vinculados a objetivos estratégicos, indicadores verificables y mecanismos de seguimiento y control. Evidencia pertinencia territorial y cultural, asegurando coherencia metodológica con el PTI.	3	
	V2. Nivel de coherencia en la metodología propuesta con los objetivos	No existen antecedentes suficientes para evaluar la metodología. La propuesta carece de relación explícita con los objetivos del PTI o presenta incoherencias graves que impiden su aplicación práctica.	0	
		La metodología muestra baja coherencia con los objetivos del PTI. Se describe de manera general, sin vinculación clara con resultados esperados ni con la lógica del programa. Evidencia limitada de aplicabilidad territorial.	1	
		La metodología presenta coherencia media con los objetivos del PTI. Existe vinculación parcial con resultados y lógica del programa, aunque persisten vacíos en articulación con actores, pertinencia territorial o mecanismos de validación.	2	
La metodología evidencia alta coherencia con los objetivos del PTI. Se vincula directamente con resultados esperados, integra mecanismos de validación y seguimiento, asegura pertinencia territorial, y demuestra consistencia con la estrategia global del programa.	3			
Experiencia del oferente	V1. Experiencia del oferente en la línea de trabajo	No posee experiencia demostrable en proyectos de diseño de marcas sectoriales, territoriales y estrategias de posicionamiento comercial. No presenta antecedentes verificables ni proyectos similares.	0	(V1+V2)*0,25
		Experiencia mínima de al menos 2 años en proyectos diseño de marcas sectoriales, territoriales y estrategias de posicionamiento comercial.	1	
		Experiencia comprobada de al menos 3 años en diseño de marcas sectoriales, territoriales y estrategias de posicionamiento comercial	2	

		Experiencia sólida de más de 3 años en diseño de marcas sectoriales, territoriales y estrategias de posicionamiento comercial	3	
	V2. Formación profesional coherente	No posee formación profesional afín ni acreditación en áreas relacionadas con marketing y diseño de marcas.	0	
		Profesional con título en marketing, comunicaciones, ingeniería comercial, diseño o áreas afines. Evidencia básica de formación, sin especialización avanzada.	1	
		Profesional con grado académico o especialización en gestión de marketing, diseño o comunicaciones. Presenta formación complementaria sólida y aplicable.	2	
		Profesional con posgrado o trayectoria consolidada en marketing, diseño o comunicaciones, con evidencia de pertinencia territorial y experiencia validada.	3	
Propuesta de valor agregado	V1. Elementos que dan valor agregado a la propuesta	No propone mejoras ni acciones adicionales. La propuesta se limita a cumplir con los mínimos exigidos en las bases técnicas, sin diferenciación ni innovación.	0	V1*0,15
		Presenta una mejora técnica básica en las actividades propuestas (ej. mayor claridad metodológica, mejor organización de entregables). No incorpora acciones adicionales ni elementos innovadores.	1	
		Incluye mejora técnica, adicionalmente incorpora al menos una acción que agrega valor, como integración de actores locales, certificaciones complementarias o generación de materiales específicos para beneficiarios. Evidencia intención de fortalecer la propuesta más allá de lo mínimo requerido.	2	
		Presenta mejora técnica, adicionalmente incorpora una actividad innovadora con impacto territorial significativo, como, narrativas identitarias o contenidos audiovisuales de alto impacto. Demuestra creatividad, pertinencia territorial y capacidad de generar beneficios sostenibles para el PTI.	3	
Oferta económica	V1. Claridad y coherencia de la propuesta económica	No presenta desglose ni claridad en la propuesta económica. El presupuesto se entrega de manera global, sin vinculación con actividades, entregables o tiempos.	0	V1 * 0,10
		Presenta un desglose básico pero poco detallado. Se identifican algunos costos asociados a actividades, pero sin	1	

	especificar insumos, responsables o relación directa con los entregables. La propuesta es poco transparente y dificulta la trazabilidad financiera.		
	Presenta un desglose claro y coherente con las actividades y entregables definidos en el plan de trabajo. Los costos están organizados por rubros o etapas, con relación explícita a los productos esperados. Evidencia consistencia metodológica y administrativa, aunque sin análisis comparativo de eficiencia o competitividad.	2	
	Presenta un desglose claro, coherente y competitivo en relación al presupuesto disponible. Los costos están detallados por actividad, insumo y responsable, vinculados directamente a los entregables y cronograma. Evidencia transparencia, trazabilidad financiera y eficiencia en el uso de recursos, asegurando pertinencia territorial y sostenibilidad económica.	3	

Artículo 17°: Bases administrativas

1. Consultores que pueden participar

- A. Podrán participar en esta convocatoria las personas naturales o jurídicas, que cumplan con los requisitos mínimos exigidos en inciso 8, art 17° en los Términos de Referencia.

2. Contraparte técnica y administrativa

- A. La contratación de la consultoría será realizada por la Fundación de Desarrollo Educativo y Tecnológico de La Araucanía (FUDEA UFRO), en su calidad de Agente Operador Intermediario de CORFO. Asimismo, FUDEA UFRO será responsable de verificar la admisibilidad de las ofertas recibidas, constatando el cumplimiento de los requisitos formales y técnicos establecidos en las presentes bases.
- B. La contraparte técnica estará conformada por el Gestor Territorial del PTI y el ejecutivo del AOI, quienes coordinarán y supervisarán la ejecución de la consultoría, asegurando la pertinencia técnica y la coherencia con los objetivos del programa.

3. Aspectos de la convocatoria

- A. El proceso de convocatoria con sus respectivas fechas y plazos se efectuará en conformidad con lo establecido en el calendario de la licitación, elaborado

por la contraparte técnica y administrativa.

- B. Dicho calendario podrá ser modificado siempre que los plazos que se están modificando no hayan vencido y sean notificados a las personas interesadas en la convocatoria.

4. **Presentación de las ofertas**

- A. Las ofertas se deberán presentar en formato digital y deberán contener los elementos mínimos contenidos en las presentes bases, al correo electrónico francisco.caamano@ufrontera.cl con copia a gestor.cervecero@ufrontera.cl indicando como asunto “**CONTRATACIÓN DE CONSULTORÍA PARA EL DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN PROGRAMA TERRITORIAL INTEGRADO (PTI) LOS RÍOS REGIÓN CERVECERA**” Código 24PTI-270828-2.
- B. No se aceptarán propuestas enviadas en un formato diferente al señalado.
- C. Cada interesado/a será responsable de:
 - I. De la veracidad e integridad de la información entregada en dichos documentos.
 - II. Identificar claramente los documentos que componen la oferta técnica y económica.
 - III. Presentar documentos legibles y que se encuentren disponibles en el momento de apertura de las ofertas.
 - IV. 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. Para lo anterior, se dará un plazo de 1 día hábil para la entrega de la documentación faltante, de no cumplirse con lo solicitado, se declarará inadmisibile la postulación.

5. **De la vigencia de las ofertas**

- A. Los interesados se obligan a mantener vigentes sus ofertas hasta la comunicación de resultados de la presente licitación.

6. **Etapas de admisibilidad**

- A. El AOI constatará que se acompañen todos los documentos requeridos en las bases técnicas y administrativas.
- B. Se levantará un **Acta de Admisibilidad**, señalando si los oferentes cumplen o no con esta etapa.
- C. La no entrega de los documentos indicados en los contenidos mínimos de la oferta será causal de inadmisibilidad de la presente licitación.

7. Contenido mínimo de la oferta

A. Será de responsabilidad de los/as interesados/as entregar todos los antecedentes que permitan evaluar adecuadamente sus propuestas.

B. Los contenidos mínimos de la oferta son los que se mencionan a continuación:

- I. **Identificación y experiencia del consultor:** La propuesta técnica deberá contener una presentación de la empresa o equipo consultor, informando la experiencia específica que posee en el desarrollo de este tipo de asesorías. Deberá proveer antecedentes que avalen su experiencia comprobada en los últimos 3 años en proyectos de: diseño e implementación de estrategias de marketing territorial, desarrollo de marcas sectoriales o territoriales, diseño e implementación de estrategias de posicionamiento comercial, gestión de campañas digitales multicanal, implementación de plataformas digitales institucionales, trabajo con cadenas de valor y/o sectores productivos, entre otros relacionados al objeto de la consultoría.
- II. **Identificación y experiencia del equipo de trabajo:** El/la proponente/a deberá incluir una descripción de la organización del equipo de trabajo propuesto, incorporando su organigrama y los curriculum vitae de cada uno de los profesionales que forman parte de la consultoría. Se deberá indicar el nombre de los/as profesionales que componen el equipo de trabajo, incluyendo al menos: Un/a coordinador/a o director/a del proyecto con experiencia en diseño de marcas territoriales, sectoriales, Un/a especialista en marketing digital y posicionamiento estratégico, Un/a profesional en diseño gráfico y desarrollo de identidad visual, Un/a encargado/a de desarrollo o implementación web, Apoyo técnico para activaciones y gestión audiovisual.
- III. **Metodología:** El/la consultor/a deberá entregar el detalle del marco metodológico a utilizar y las metodologías específicas para cumplir cada objetivo, con el fin de conocer en detalle el alcance y nivel de profundidad con el que abordará este proyecto. La propuesta debe contemplar espacios para la co-creación y participación activa de los productores cerveceros y demás actores vinculados al PTI.
- IV. **Plan de trabajo:** El/la consultor/a deberá entregar el plan de trabajo para el desarrollo de la consultoría, el que debe ser consistente a la metodología presentada. Se espera que, al menos, contenga:
 01. Descripción detallada de las actividades a realizar.
 02. Carta Gantt con el uso de los recursos (actividad, responsable, plazo, recursos).
 03. Detalle de horas dedicadas, por profesional.
 04. Al menos una actividad de lanzamiento, hito y/o cierre de la etapa.

- V. **Descripción de los entregables:** El/la consultor/a deberá entregar una propuesta de plazos de entregas, contenidos y propuesta de actividad para la presentación de resultados de cada fase.

8. Contenidos mínimos para postulación

- A. Para que una oferta sea considerada admisible, los/as interesados/as deberán presentar en formato digital todos los documentos y anexos exigidos en las presentes bases. La omisión de cualquiera de ellos será causal de inadmisibilidad.
- B. Documentos Administrativos requeridos para que sea considerada admisible la propuesta técnica y económica son los siguientes:
- I. Identificación del proponente según cuadro, **Anexo 1**. El proponente deberá proveer los antecedentes que avalen su experiencia en este tipo de proyectos. Puede ser mediante cartas de apoyo, fotografías de jornadas, contratos con instituciones mandantes, etc.
 - II. Nombre de el o los profesionales y organigrama del equipo de trabajo a cargo de las acciones que involucra la prestación de servicios, señalando el nivel académico, experiencia profesional en roles en proyectos similares, las competencias de cada uno y la cantidad de horas dedicadas al proyecto, según formato del **Anexo 2**. Se debe adjuntar el organigrama del equipo de trabajo propuesto para el proyecto y adjuntar el Currículum Vitae de cada uno de los integrantes del equipo de trabajo. Formato propio que responda a los criterios evaluados en la presente convocatoria.
 - III. Carta de compromiso del equipo de trabajo firmada por cada integrante, acreditando disponibilidad y compromiso según formato del **Anexo 3**.
 - IV. Declaración Jurada Simple firmada por el representante legal. Debe declarar ausencia de conflictos de interés, incompatibilidades y prohibiciones conforme a la normativa vigente y al Reglamento de Gobernanza del PTI, según formato del **Anexo 5**.
 - V. Marco de la metodología a utilizar, de manera que permita conocer el alcance y nivel de profundidad con el que el oferente abordará este proyecto específico y sus productos. Además de entregar detalles específicos de cada uno de los requerimientos detallados en el artículo 6º de las presentes bases.
 - VI. Oferta económica presentada mediante un **presupuesto desglosado por ítem** detallado y justificado, incluyendo honorarios profesionales, logística de terreno y materiales de levantamiento y sistematización, proceso de pilotaje. Según formato de **Anexo 4**.

- VII. Plan de trabajo para el desarrollo de la consultoría el cual debe ser consistente a la metodología presentada. Se espera que al menos contenga:
01. Carta Gantt que especifique: actividad, responsable y plazos
 02. Detalle de horas de dedicación por el equipo.
 03. Productos ofertados: detalle y características de los productos o informes a entregar y elementos de valor agregado ofertados.
- VIII. Adjuntar documentación tributaria al día: última declaración de renta (F22, formato compacto), RUT empresa, Iniciación de actividades ante SII, certificado F-30. Si el formulario de la declaración de renta indica deuda, se debe anexar el certificado de TGR y comprobante de pago.
- IX. En el caso de postulaciones como Persona Natural se debe adjuntar información tributaria al día: Iniciación de actividades ante SII, Declaración de Renta y comprobante de pago respectivo. Adicionalmente, debe adjuntar el certificado del Registro Nacional de Deudores de Pensiones de Alimentos, el cual no debe contener deuda a la fecha de la postulación.
- C. 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.

Artículo 18°: Plazos

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

Hitos	Fechas y plazo
Publicación de bases técnicas y documentos complementarios.	29 de mayo de 2026
Consultas y aclaraciones.	Desde el 08 de junio hasta 10 de junio de 2026 Consultas vía correo electrónico a Francisco.caamano@ufrontera.cl, CC: gestor.cervecer@ufrontera.cl
Recepción de ofertas.	Hasta el 11 de junio de 2026 a las 23:59
Apertura de Ofertas	29 de mayo de 2026 12:00 horas

ANEXO 1: EMPRESA CONSULTORA

NOMBRE EMPRESA CONSULTORA				
RUT EMPRESA CONSULTORA				
PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA CONSULTORA (Máximo 1.000 palabras)				
ANTECEDENTES DE EXPERIENCIA (ÚLTIMOS 5 AÑOS)				
TIPO DE SERVICIO PRESTADO	SECTOR PÚBLICO/ PRIVADO	NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN O EMPRESA A LA QUE SE PRESTÓ SERVICIO	PERÍODO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS	NOMBRE Y TELÉFONO DE CONTACTO

ANEXO 2: EQUIPO PROFESIONAL DE LA EMPRESA

ANEXO N° 2: IDENTIFICACIÓN Y EXPERIENCIA DEL EQUIPO DE TRABAJO (*)()**

ROL EN EL PROYECTO	FUNCIONES ASOCIADAS AL ROL (Enumere)	NOMBRE DEL PROFESIONAL	TÍTULO PROFESIONAL	PROYECTOS EN LOS QUE HA PARTICIPADO	NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN EN QUE SE DESARROLLÓ EL PROYECTO	PERÍODO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS ANTERIORES	NOMBRE Y TELÉFONO DE CONTACTO
Coordinador/ Director							

(*) Adjuntar organigrama del equipo de trabajo propuesto para el proyecto.

(**) Adjuntar Curriculum Vitae de cada uno de los integrantes del equipo de trabajo. Formato propio que responda a los criterios evaluados en la presente convocatoria.

ANEXO 3: CARTA DE COMPROMISO

Ciudad, XX de XXX de 2026

Señores

Fundación de Desarrollo Educacional y Tecnológico La Araucanía

Presente

Estimado Sr(a)

Yo, (nombre del representante de la persona jurídica), (cédula de identidad o documento de identificación de acuerdo a lo que corresponda), en representación de (nombre de la persona jurídica), rol único tributario N° (agregar número de rol único tributario), ambos domiciliados para estos efectos en (nombre de la calle) N° (número de la calle), comuna de (nombre de la comuna), Región (nombre de la región), me comprometo a mantener la constitución del equipo de trabajo declarado en el Anexo 2 de la oferta presentada para el Proyecto denominado:

....., del Programa de Territorio Integrado Los Ríos Región Cervecera.

Finalmente, cualquier cambio en los integrantes del equipo de trabajo adjudicado, debido a causas externas no previstas, será informado al AOI y al gestor territorial del programa territorial Integrados aprobado por estos previo a su ocurrencia. No obstante, en cualquier caso, se reemplazará al/a la integrante por otra persona con calificaciones y experiencia similares a las de la persona reemplazada.

(Firma del representante de la persona jurídica)

ANEXO 4: OFERTA ECONÓMICA

	DETALLE DE ACTIVIDADES A REALIZAR (*)	TOTAL DE HORAS DE LA CONSULTORÍA (**)	PRECIO FINAL DE LA CONSULTORÍA (***)
SERVICIO DE CONSULTORÍA			

(*) Indicar detalle de las actividades a realizar para la ejecución de la consultoría.

(**) Indicar el total de horas que el equipo de trabajo dispondrá para la ejecución de la consultoría.

(***) Valor total del servicio, impuestos incluidos

ANEXO 5: INCOMPATIBILIDADES

ANEXO N° 5 DECLARACIÓN JURADA SIMPLE PERSONA JURÍDICA

Ciudad, XX de XXX de 2026

Señores

Fundación de Desarrollo Educacional y Tecnológico La Araucanía

Presente

NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA EMPRESA

CÉDULA DE IDENTIDAD	ESTADO CIVIL	PROFESIÓN U OFICIO

DOMICILIO

En representación de la empresa:

RAZÓN SOCIAL	RUT

Declaro bajo juramento que la empresa que represento no mantiene conflicto de interés alguno con el Agente Operador Intermediario, la Dirección Regional de Fomento Los Ríos ni con los integrantes de la Gobernanza del Programa Territorial Integrado Los Ríos Región Cervecera. Asimismo, declaro que ni yo, en calidad de representante legal, ni mis socios, tenemos la calidad de cónyuge, hijo/a, adoptado/a o pariente hasta el tercer grado de consanguinidad o segundo de afinidad respecto de directivos del Agente Operador Intermediario, de la Dirección Regional de Fomento Los Ríos o de integrantes de la Gobernanza del Programa Territorial Integrado Los Ríos Región Cervecera.

FIRMA