



# **Términos de Referencia (TDR)**

**PROCESO LICITACIÓN CONSULTORÍA**

**RED MERCADOS**

**“PREPARÁNDONOS PARA EL POSICIONAMIENTO Y  
EXPORTACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS "TURISMO  
DE BODAS””**

**Etapas: Desarrollo año 1**

**Código: 22REDME-22040-2**

## 1. IDENTIFICACIÓN GENERAL DE LA LICITACIÓN

Nombre de la Consultoría	Preparándonos Para El Posicionamiento Y Exportación De Servicios Turísticos "Turismo De Bodas", Código 22redme-222040-2, Etapa Desarrollo.
Nombre del Programa	RED MERCADOS
Código del Programa	22REDME-22040-2
Administración	Agente Operador CODESSER
Duración estimada del servicio	10 meses
Recursos para adjudicar	Hasta \$40.870.000.- impuestos incluidos

CODESSER en su calidad de Agente Operador Intermediario (AOI) ante Corfo, y como encargado de implementar y ejecutar el proyecto "Preparándonos Para El Posicionamiento Y Exportación De Servicios Turísticos "Turismo De Bodas", hace el llamado de licitación para la contratación del Organismo Consultor.

En consecuencia, es CODESSER a través de los presentes Términos de Referencia quien fija el procedimiento técnico y administrativo que regula el llamado a licitación por medio del cual se contratará la prestación del servicio.

## 2. ANTECEDENTES GENERALES

CORFO, a través de la Gerencia de Redes y Competitividad, crea el instrumento "Redes" y sus líneas de apoyo, que tienen por objetivos general contribuir al aumento de la competitividad de las empresas constituidas en Chile, financiando y/o cofinanciando proyectos que incorporen mejoras en su gestión, productividad, sustentabilidad y/o innovación.

Para la línea "Red Mercados", se han definido los siguientes objetivos específicos:

1. Apoyar el acceso y el uso de información de mercado, relevante para el proceso de exportación.
2. Transferir técnicas y prácticas productivas para la adecuación de la oferta a los requerimientos de la demanda.
3. Apoyar procesos de mejora de la gestión productiva y administrativa del/del beneficiario/a.
4. Proveer de los conocimientos y requerimientos para implementar procesos de comercialización hacia y en los mercados de destino.

El proyecto denominado "Preparándonos Para El Posicionamiento Y Exportación De Servicios Turísticos "Turismo De Bodas", conformado por un grupo de 10 empresas beneficiarias, del sector Turismo, incluyendo hoteles, restaurant, transporte, agencia de viajes, excursiones, buscan expandir sus operaciones y acceder al mercado de Brasil, EEUU y Reino Unido a través de la comercialización y posicionamiento de productos y servicios orientados al mercado de turismo de Boda, mediante la ejecución de un Plan de Trabajo ya aprobado.

Para lograr lo anterior, se busca que el programa sea desarrollado por un Organismo Consultor, empresa jurídica que tribute en primera categoría, cuyo rol en la etapa de Desarrollo es ejecutar las actividades aprobadas en el Plan de Trabajo del programa.

Las principales obligaciones del Organismo Consultor Experto son:

- Entregar un servicio de calidad a las empresas beneficiarias, asegurando altos estándares en su ejecución y asumir la responsabilidad por el servicio entregado.
- Desarrollar las actividades, ajustándose a la ética profesional y mantener la confidencialidad de la información proporcionada por las Empresas Beneficiarias y la generada durante la ejecución de la consultoría.
- Ceñirse a la normativa vigente que rige el Programa. Principales normativas que regulan la entrega de documentación de respaldo: a) Artículos 25,85, 95 y 98 de la Ley N°10.336 “Ley de Organización y Atribuciones de la Contraloría General de la República”. b) Artículos 54 y 55 del D.L N° 1.263, de 1975, “Decreto Ley Orgánico de Administración Financiera del Estado”. c) Resolución N°30, de 2015, de la Contraloría General de la República, que “Fija Normas de Procedimiento sobre Rendición de Cuentas”, o resolución que la reemplace.
- Cumplir los Términos de Referencia de la consultoría preparados por el Agente Operador.
- Emitir los documentos tributarios correspondientes que acrediten el pago de los servicios prestados.
- Entregar al Agente Operador Intermediario todos los productos, verificadores, informes, etc., validados por las empresas beneficiarias, los cuales podrán ser aprobados, observados o rechazados por el Agente Operador Intermediario y/o CORFO.
- Otras especificaciones que se definirán en el contrato.

### 3. NORMATIVA DE LA LICITACIÓN

Para que una oferta o propuesta se considere válida, deberá cumplir con todas las disposiciones de los TDR, los cuales regirán el proceso de llamado a licitación, presentación de las ofertas, apertura, adjudicación y todas las demás materias relacionadas con esta Licitación.

La presente licitación y todos los servicios que se contraten, se regirán por los siguientes documentos, según corresponda:

- Términos de Referencia (TDR)
- Consultas y respuestas formuladas durante el proceso de licitación
- Propuesta técnica del Organismo Consultor y en calidad de versión final al momento de firma del contrato
- Contrato de prestación de servicios de la ejecución de la consultoría celebrado entre CODESSER en su calidad de AOI y la entidad adjudicataria.

Los documentos antes mencionados serán considerados entre sí como un todo. En caso de existir discrepancias entre dichos instrumentos, prevalecerán las disposiciones de los Términos de Referencia, como marco básico, sin perjuicio del valor del contrato.

### 4. OBJETIVOS DEL PROYECTO

#### 4.1 Objetivo General

El proyecto tiene por objetivo instalar en diez empresas del Cajón del Maipo capacidades para la comercialización y el posicionamiento de productos y servicios orientados al mercado de turismo de bodas para el mercado de Brasil, EEUU y Reino Unido a través de un plan de fortalecimiento que sea complementario e integrado

#### 4.2 Objetivos Específicos

1. Creación de oferta turística asociativa en el Cajón del Maipo, que permita comercializar experiencias en los mercados identificados.
2. Transferir capacidades a las 10 empresas participantes que permitan mejorar la competitividad de la oferta del destino.
3. Instalar en las empresas beneficiarias, herramientas y conocimientos digitales que generen una mejora en el posicionamiento del Cajón del Maipo como destino turístico de bodas.

### 5. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El proyecto se realizará en la Región Metropolitana de Santiago, a empresas ubicadas específicamente en el sector del Cajón del Maipo, para ello se deberán considerar reuniones presenciales y on- line, tanto con las empresas y las partes involucradas del proyecto y del sector. En general es importante el desarrollo de actividades presenciales, ya que fomenta la comunicación efectiva, construcción de relaciones, creatividad y colaboración, y rapidez en la toma de decisiones.

### 6. PLAN DE TRABAJO

N°	Ítem/Actividad	Descripción General	Producto(s) y Verificadores Mínimos Viables a Entregar	Presupuesto Disponible (Impuestos incluidos)
1	Diseño de paquetes turístico aprovechando los atributos y oferta destacada del destino entre los empresarios del programa	<p><b>Objetivo</b> Estructurar el producto de turismo bodas, identificando la oferta, sus iconos y sentando las bases para la colaboración entre las diferentes empresas del sector y a su vez con los sectores de servicios que puedan jugar un rol importante en la entrega de un servicio integral y una experiencia de calidad al perfil del cliente turista de bodas.</p> <p><b>Contenido</b> Se debe explotar el potencial existente en el territorio en términos de complementariedad del turismo de bodas con otros productos como el turismo enogastronómico, el cultural, el de naturaleza, aventura y montaña, y el de salud y belleza. Es por esto, que resulta necesario unir oferta y demanda, profundizando en los vínculos de los diferentes productos relacionados con este segmento y presentarlos de una forma conjunta y atractiva.</p> <p>✓ Propuesta técnica sobre los aspectos que debe contener cada paquete turístico ✓ Integración con empresas participantes</p>	Construcción de al menos dos (2) productos turísticos comercializables, que ponga en valor los atributos del territorio vinculados al turismo de bodas.	Hasta 1.870.000

		<p>✓ Diseño y desarrollo de productos turísticos comercializables</p> <p>✓ Consenso con contraparte técnica y los entes gestores de la oferta</p> <p>Metodología</p> <p>Esta iniciativa pretende abordar una metodología técnica y profesional que permita la construcción de los paquetes turísticos comercializables, que pongan en valor los atributos del territorio vinculados al turismo de bodas. Esta metodología deberá ser co-creada por las 10 empresas, contando con una participación de las mismas.</p>		
2	Reuniones con Prochile	Información comercial, ferias, estudios relacionados con el Turismo de bodas u otros.	Presentación y material. Fotos del evento. Registro de asistencia participantes.	0
3	Desarrollar una estrategia de comercialización y operación	<p><u>Objetivo</u></p> <p>Contar con una estrategia de comercialización y operación para lograr atraer a los turistas del mercado de bodas.</p> <p><u>Contenido</u></p> <p>A partir de los productos turísticos comercializables desarrollados en la iniciativa anterior y con la intención de dar continuidad a la oferta propuesta más allá de la ejecución de este instrumento en cuestión, se desarrollará en conjunto con los empresarios/as la estrategia de comercialización y operación de los paquetes, considerando las variables de operación de cada una de las empresas participantes (y que forman parte de la Cámara de Turismo del Cajón del Maipo), las plataformas digitales existentes, niveles de automatización, detalles contables, sistema de reserva disponible y cualquier otra variable presente en el proceso comercial. La Estrategia y la forma en que se desarrollará el proceso de ventas debe quedar plasmado en un documento que identifique claramente los procedimientos para venta entrante en canales de comercialización propios de las empresas participantes y para ventas entrantes en agencias locales revendedoras de los productos; además de sugerir sistemas de automatización disponibles en el mercado. Dicho documento debe ser socializado con los/las empresarios/as de manera que puedan luego ellos realizar los procesos</p>	<p>Producto:</p> <p>Documento que contiene la estrategia y los procesos de comercialización con los procedimientos definidos.</p> <p>Verificadores:</p> <p>Respaldos que den cuenta de las actividades desarrolladas con los empresarios (fotos, listado de asistencia, ejercicios prácticos para la implementación de los procedimientos del sistema que les permita comercializar los productos turísticos creados.</p>	Hasta 2.000.000

		<p>sugeridos en la comercialización de los paquetes turísticos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Levantamiento de variables de operación de cada empresa</li> <li>✓ Desarrollo de la estrategia de comercialización y operación</li> <li>✓ Transferencia de conocimientos y prácticas de comercialización</li> </ul> <p><u>Metodología</u> Se trabajará con las empresas de manera virtual para el proceso de levantamiento de variables y el desarrollo de la estrategia y una actividad presencial para la presentación de la estrategia y la transferencia de prácticas para su comercialización.</p>		
4	Relato con la oferta de turismo de bodas	<p><u>Objetivo:</u> Elaborar un relato de la oferta turística y del territorio en torno al turismo de bodas.</p> <p><u>Contenido:</u> Se elaborará un relato de los productos desarrollados en este proyecto, que incluya los servicios turísticos de las 10 empresas del proyecto, destacando las ventajas del territorio y la integración y complementariedad de esta oferta.</p> <p><u>Metodología</u> Esta actividad considera trabajo en oficina para el diseño del relato turístico, más el trabajo en terreno.</p>	Relato de la oferta, que incluya los servicios turísticos de las 10 empresas.	Hasta 2.000.000
5	Generar contenidos relacionado con la oferta de turismo de bodas para ser difundido en diferentes plataformas	<p><u>Objetivo</u> Promocionar el turismo de bodas como un servicio que forma parte de un producto integral, bajo un eslogan que servirá como paraguas para cualquier comunicación que se haga del producto turismo de bodas del destino.</p> <p><u>Contenido</u> Diseñar un plan de comunicación con contenidos escritos y audiovisuales referente a los paquetes de turismo creados con las empresas participantes. Para lo anterior se debe definir los medios donde se dirigirá la difusión y el elaborar el contenido según la plataforma (tradicional o digital) y el objetivo que se busca para el medio en particular; se generará un set de fotografías y videos cortos representativos del destino y de las experiencias que se difundirán.</p> <p>✓ Diseño del plan de contenidos.</p>	<p><u>Productos:</u> Plan comunicacional y entrega de contenido digital para cada uno de los paquetes turísticos (al menos 2) que incluye un vídeo de 90 segundos, 20 imágenes de alta calidad por cada paquete, además de 5 campañas pagadas de difusión por el trabajo realizado.</p>	Hasta 6.100.000

		<p>✓ Generación del contenido audiovisual para cada paquete turístico creado, su realización debe considerar sesiones que incluyan modelos, empresas participantes y postales icónicas.</p> <p>✓ Muestra de los resultados a las empresas seleccionadas.</p> <p><u>Metodología:</u> Esta actividad considera trabajo en oficina para el diseño del plan de contenidos y relato turístico, más el trabajo en terreno, de aproximadamente 6 puntos icónicos más las locaciones de empresas participantes y con 3 días como mínimo para su realización, para la generación del contenido audiovisual. La presentación se realizará de manera presencial.</p> <p>-Locaciones son gratuitas por lo que no se considera costo asociado, se considera generar contenido en las 10 empresas y 6 atractivos turísticos.</p>		
6	Organizar ruedas de negocios y presentaciones online con intermediarios turísticos	<p><b>Objetivo</b> Presentar la oferta de las empresas y explorar la posibilidad de que la o las experiencias de turismo de boda del destino sean consideradas en la oferta de los tour operadores.</p> <p><b>ACTORES INTERNACIONALES SUGERIDOS:</b> Association of Bridal Consultants, Destination Wedding Specialist Association, el Destination Wedding Club, Casamentos.com.br, Zanky.com.br, Portal do Casamento, Portal Noivas, Bride Story, Multipla Eventos (se encuentran intermediarios adicionales en el informe de Diagnóstico, específicamente en el anexo IDENTIFICACIÓN DE MERCADOS, donde se han priorizado Brasil en el corto plazo)</p> <p><u>Contenido</u> Coordinar la ejecución de ruedas de negocios y realización de reuniones y presentaciones bilaterales con agencias minoristas, touroperadores y wedding planners nacionales e internacionales que ofrecen servicios y experiencias de turismo de bodas. Generar una presentación del territorio que muestre las experiencias diseñadas y la oferta de servicios junto con una presentación en detalle de los servicios que ofrece el destino.</p>	<p><b>Productos:</b> Realización de 3 ruedas de negocio y 20 reuniones bilaterales.</p> <p><b>Verificadores:</b> Respaldos (fotos de cada actividad, lista de asistencia para las actividades grupales, correo con link de invitación para actividades individuales, programa, documento de contenidos) de las actividades realizadas y de los acuerdos alcanzados con intermediarios turísticos internacionales.</p>	Hasta 4.900.000

		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Planificación de las ruedas de negocios y los encuentros bilaterales</li> <li>✓ Convocatoria de actores clave: agencias de viajes, operadores internacionales y wedding planners</li> <li>✓ Ejecución de las ruedas de negocio, al menos 3.</li> <li>✓ Ejecución de las reuniones bilaterales, al menos 20</li> <li>✓ Cierre de negocios</li> </ul> <p>Metodología Para facilitar la ejecución de la actividad y participación de los convocados, se permite realizarla virtualmente</p>		
7	Participación en feria internacional	<p><u>Objetivo</u> Apoyar la participación de las empresas en ferias, eventos u otros espacios de comercialización, con el fin de facilitarles una vitrina que contribuya a la promoción y comercialización de sus productos o servicios y a la generación de relaciones de negocio sostenidas en el mercado del turismo de bodas.</p> <p><u>Contenido</u> Planificar, organizar y ejecutar la visita a la feria de matrimonios Casar São Paulo, la más importante que se celebra en Brasil en este segmento. La fecha exacta de la feria puede variar cada año, pero generalmente se lleva a cabo en el segundo semestre del año, entre los meses de agosto y octubre. En representación a las empresas seleccionadas, asistirán 2 personas que conozcan el segmento objetivo y que idealmente hablen portugués. Eventualmente, y siempre que las 10 empresas seleccionadas y los entes gestores lo encuentren pertinente, se podría considerar el cambio a otra feria de carácter internacional, como la WTM Latin America.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Planificación de la asistencia a la feria internacional y coordinación de las reuniones.</li> <li>✓ Participación en la feria internacional</li> <li>✓ Elaboración de informe y rendiciones de gasto por parte de quien asiste en representación de las empresas.</li> </ul> <p>Metodología Reuniones de planificación y coordinación previas a la asistencia a la feria las que son de vital importancia para una correcta y exitosa</p>	<p>Productos: Informe técnico de las actividades realizadas.</p> <p>Verificadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Respaldos de la asistencia a la feria internacional, de las reuniones mantenidas con intermediarios turísticos de interés.</li> <li>✓ Rendiciones de gastos.</li> </ul>	Hasta 4.800.000

		<p>ejecución de esta iniciativa. Viaje a la feria por parte de representantes de las empresas, se considera un viaje mínimo de 4 noches, considerando que la duración de la feria es de 3 días y los restantes se utilizarán para generar reuniones con actores de la industria de bodas.</p> <p>Para ello en reunión de coordinación del grupo de empresas, se revisarán los representantes más idóneos (disponibilidad de tiempo, manejo de idioma inglés y portugués, disponibilidad de recursos, representatividad del grupo), si hay más de 2, se elegirá a través de una votación de las 10 empresas.</p>		
8	Organizar viajes de familiarización para influencers y planificadores de boda	<p><u>Objetivo</u> Identificar nuevos mercados y posicionar el destino para el turismo de bodas de la mano de planificadores de boda y tour operadores para que conozcan y vivan la experiencia de servicios del destino y conseguir una masa crítica de clientes para la turoperación.</p> <p><u>Contenido</u> Identificación los potenciales influencers y profesionales a invitar de mercados regionales (Brasil), luego se decidirá con las empresas de la red, las experiencias y servicios a presentar y posteriormente se ejecutará la actividad. Además de servir para lograr una mayor difusión del destino se buscará conocer la opinión de los expertos en cuanto a los servicios existentes en el destino, brechas y oportunidades para ir incorporando mejoras en el tiempo. Propuesta técnica sobre los aspectos que debe contener cada paquete turístico</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Selección y convocatoria de actores clave (4 actores internacionales)</li> <li>✓ Organización y coordinación de las actividades en terreno</li> <li>✓ Ejecución del viaje de familiarización</li> </ul> <p><u>Metodología</u> Identificación de personas que sean muy conocidas en el segmento (se solicita que sean youtuberos y no otro tipo de influenciadores) Se considera viajes de familiarización de 3 días y 2 noches para 4 actores internacionales</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Selección y convocatoria de actores clave (4 actores internacionales). Considera</li> </ul>	<p>Productos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Informe técnico de las acciones realizadas con influencers y planificadores de boda.</li> <li>-Informe de comentarios y/o recomendaciones para las empresas dado por los influencers y planificadores de boda.</li> </ul> <p>Verificadores: Informe con las acciones ejecutadas que contengan, recomendaciones influencer y planificadores de boda, fotos, fechas, duración, videos.</p>	Hasta 3.550.000

		<p>ticket aéreos, traslados locales, traslados diarios. La alimentación y alojamiento serán aportados por las empresas participantes.</p>		
9	Diseñar y ejecutar sesiones de transferencia de conocimiento	<p><u>Objetivo</u> Contar con profesionales preparados y especializados para atender al cliente de turismo de bodas, ofreciendo experiencias adaptadas a la demanda y de alto valor para el cliente final.</p> <p><u>Contenido</u> Ejecución de 4 talleres en los que se tratarán los siguientes aspectos: TALLER 1: Se realizará una sesión de al menos 3 horas. Contenidos mínimos; En la misma sesión se abordarán tres temáticas de especial relevancia para las empresas participantes</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aspectos legales que se deben considerar por parte de las empresas seleccionadas al atraer turismo de bodas en territorio nacional (requisitos para extranjeros, Registro Civil en el Cajón, etc.)</li> <li>2. Programas de Sence para capacitar diferentes requerimientos que tengan los nuevos servicios a desarrollar (ej. idioma portugués, atención al cliente, hospitalidad, requisitos del mercado identificado, etc.).</li> </ol> <p>TALLER 2 EXPERIENCIA: Se realizará una sesión de al menos 3 horas con los empresarios, en la que se transferirán conocimientos acerca de la experiencia que busca vivir el cliente objetivo y aspectos relevantes que deben ser tomados en consideración por parte de las empresas participantes.</p> <p>TALLER 3 ESTANDARIZACIÓN DE SERVICIOS: Se realizará una sesión de al menos 3 horas con los empresarios, en la que se estandarizarán los servicios para la realización de eventos destinados al turista extranjero, considerando las 10 empresas que conforman la oferta de los paquetes turísticos diseñados</p> <p>TALLER 4 ATENCIÓN AL CLIENTE: Se realizará una sesión de al menos 3 horas con los empresarios, en la que se transferirán conocimientos acerca de la atención al cliente en el turismo de bodas para mercados internacionales</p>	<p>Productos: 4 talleres</p> <p>Verificadores: Lista de asistencia Fotos de la actividad Video de la actividad Material de contenido Encuesta de satisfacción Encuesta de entrada y de salida</p>	Hasta 2.410.000

		<p>✓ Consenso con contraparte técnica y los entes gestores de la oferta</p> <p>Metodología Las actividades se desarrollarán de manera híbrida para que todas las empresas seleccionadas puedan participar. Considera honorarios de coordinación, de relator experto y coffee para las 4 actividades de taller, los espacios serán aportados por las empresas participantes \$2.410.000.-</p>		
10	Asesoría especializada de hospitalidad individual	<p><u>Objetivo</u> Generar mejoras de hospitalidad de cada una de las empresas (10)</p> <p><u>Contenido</u> Para cada una de las empresas, se realizará un plan de mejoras asociados a hospitalidad, de manera de potenciar la venta y mejorar la exposición del servicio/ producto a entregar. El plan consistirá en un informe con deficiencias encontradas y mejoras a implementar, adecuando las necesidades de cada empresa. Realizada por profesional con experiencia de manera presencial en cada una de las empresas.</p>	<p>Producto: Informe detallado con problemáticas a resolver y mejoras a implementar. Actas de visita por empresa (al menos 2) considerando visita inicial de diagnóstico y visita final de entrega de mejoras a implementar.</p> <p>Verificadores: -Actas de visita -fotografías</p>	Hasta 3.520.000
11	Instalar capacidades tecnológicas en las empresas y emprendimientos para potenciar la digitalización	<p><u>Objetivo</u> Mejorar la productividad y optimizar la gestión de las empresas logrando mayor eficiencia en los diferentes procesos y actividades que realizan las empresas, a través, de herramientas digitales para la transformación digital, la sustentabilidad y sofisticación, que actualmente están a disposición de manera gratuita en la plataforma de Transforma Turismo.</p> <p><u>Contenido</u> Instalación de capacidades tecnológicas que faciliten la gestión sin que este entorpezca las labores de quienes gestionan la empresa. Las soluciones que se implementen deben contemplar instancias de aprendizaje que permitan su escalamiento y uso a través de una entrega de contenido y acompañamiento para asegurar el uso eficiente de la(s) herramienta(s) implementada(s). Se realizará una selección de cuáles son las herramientas que pueden ser de mayor utilidad (tarificación en Excel, estado de resultados, ingeniería de menú,</p>	<p>Verificadores: Respaldos de la transferencias de capacidades realizadas a las empresas y detalle de las herramientas digitales utilizadas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Manifold de participación en cada sesión firmada con el(la) empresario(a).</li> <li>✓ Fotos</li> <li>✓ Material de contenido</li> </ul>	Hasta 1.600.000

		<p>digitalización, etc.) y se traspasarán a las empresas de manera individual.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Coordinación con el programa Transforma Turismo y Sernatur, el uso de herramientas digitales disponibles para empresas (operadores, alojamiento, gastronomía y turismo circular) seleccionando aquellas que resulten más adecuadas para las empresas.</li> <li>✓ Transferencia individual del uso de las herramientas tecnológicas a las empresas.</li> </ul> <p>Metodología</p> <p>Serán transferidas a las empresas participantes de manera individual (dependiendo de si son operadores, alojamiento o establecimientos gastronómicos).</p> <p>Se consideran 3 horas de asesoría personalizada a cada una de las empresas, para adaptar las herramientas seleccionadas.</p> <p>Se considera para la Transferencia personalizada del uso de las herramientas tecnológicas a las empresas 3 HH de trabajo directo con cada empresa y 2HH de preparación.</p>		
12	Diseñar y sistematizar una estrategia orgánica común	<p><u>Objetivo</u></p> <p>Instalar capacidades digitales para que las empresas puedan aumentar su competitividad en la promoción, comercialización y ejecución de experiencias para el turismo de bodas.</p> <p><u>Contenido</u></p> <p>Identificación de palabras clave que pueden traccionar visitas a las webs. A partir de esta acción se podrá desarrollar contenidos enriquecidos y de alto impacto según los intereses de los mercados objetivos. Se generará un funnel de ventas atrayendo a potenciales clientes de bodas o actividades afines mediante acciones de promoción en redes sociales y publicidad en Adwords y facebook ads. Para medir la efectividad de las acciones, se implementarán acciones de medición y seguimiento, donde las empresas y profesionales del turismo de bodas vuelquen sus indicadores, para obtener una radiografía periódica del sector y trazar estrategias más eficaces.</p>	<p>Productos:</p> <p>Documento que contenga la estrategia digital para la comercialización de los nuevos productos creados y entrega de resultados de las acciones de difusión</p> <p>Verificadores:</p> <p>Lista de asistencia de las empresas a actividad de transferencia de la estrategia.</p> <p>Fotos y/o video.</p> <p>Encuesta de satisfacción.</p>	Hasta 3.700.000

		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Análisis de demanda digital en mercado objetivo e identificación de palabras clave (experto en marketing digital).</li> <li>✓ Diseño de una estrategia digital simple considerando elementos de SEO orgánico y propuesta de SEM de acorde a un funnel de conversión definido</li> <li>✓ Generar un calendario de publicaciones y contenido (piezas gráficas y texto) para rrrs instagram, facebook, blogs y otros canales</li> <li>✓ Establecer un mecanismo de medición y seguimiento de las acciones</li> <li>✓ Realizar campañas pagas de difusión (se consideran 5 plataformas sociales, estableciendo presupuesto en cada una).</li> <li>✓ Transferir la estrategia digital y los resultados de las acciones con las empresas participantes</li> </ul> <p>Metodología Esta actividad se desarrollará de manera virtual. Y considera las siguientes HH</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Análisis de demanda digital en mercado objetivo e identificación de palabras clave (experto en marketing digital). 15 HH VALOR \$510.000.-</li> <li>✓ Diseño de una estrategia digital simple considerando elementos de SEO orgánico y propuesta de SEM de acorde a un funnel de conversión definido. 15 HH VALOR \$510.000.-</li> <li>✓ Generar un calendario de publicaciones y contenido (piezas gráficas y texto) para rrrs, blogs y otros canales. 15 HH VALOR \$510.000.-</li> <li>✓ Establecer un mecanismo de medición y seguimiento de las acciones. 10 HH VALOR</li> <li>✓ Realizar campañas pagas de difusión (se consideran 5 plataformas sociales, estableciendo presupuesto en cada una).</li> <li>✓ Transferir la estrategia digital y los resultados de las acciones con las empresas participantes.</li> </ul>		
13	Creación de sección de Turismo Bodas en los sitios web de las empresas	<p><u>Objetivo</u> Apoyar a las empresas para que puedan agregar nuevas secciones en las webs de empresas.</p> <p><u>Contenido</u> Se realizará un primer levantamiento y conversación con cada una de las empresas participantes, para evaluar cuales son las</p>	<p>Productos: Incorporación en todos los sitios web de las empresas los productos creados y las correspondientes secciones para el turismo de bodas.</p> <p>Verificadores:</p>	Hasta 4.420.000

	<p>principales necesidades de integración en sus sitios web. Posteriormente, un desarrollador web incorporará el contenido digital creado y abrirá nuevas secciones en los sitios web para promocionar y comercializar los productos de turismo de bodas, como por ejemplo blogs con contenido y palabras clave que atraen a personas buscando realizar su boda en Chile.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Realización de levantamiento de cada una de los sitios web de las empresas.</li> <li>✓ Realizar reunión con cada empresa para conocer sus necesidades en el sitio web</li> <li>✓ Incorporar mejoras en cada sitio web (sección turismo de bodas, contenido digital creado, etc.)</li> <li>✓ Entregar resultados a cada una de las empresas y realizar posibles ajustes.</li> </ul> <p>Metodología Esta actividad se desarrollará de manera virtual.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Realización de levantamiento de cada uno de los sitios web de las empresas.</li> <li>✓ conocer sus necesidades en el sitio web.</li> <li>✓ Incorporar mejoras en cada sitio web (sección turismo de bodas, contenido digital creado, etc.).</li> <li>✓ Entregar resultados a cada una de las empresas y realizar posibles ajustes.</li> </ul>	<p>Link con las páginas web de cada empresa Fotos de las publicaciones subidas en cada web.</p>	
	TOTAL		40.870.000

Además de los productos y verificadores indicados con anterioridad, hay que considerar también que durante la ejecución del plan de trabajo del programa se deberá entregar lo siguiente:

- Informe Mensual (técnico-financiero) que debe dar cuenta del avance del Proyecto.
- Informes Técnicos y Financieros Trimestrales de la Etapa de Desarrollo.
- Coordinar que las empresas completen el diagnóstico de capacidades empresariales de Corfo para exportar.
- Informe Final, debe contener toda la información referente al desarrollo del proyecto, resultados e indicadores y, analizar los resultados del diagnóstico de capacidades empresariales para exportar realizado al inicio del proyecto con los obtenidos al final. El plazo de entrega de este informe se debe llevar a cabo al término de las actividades, dentro del plazo de ejecución del contrato.

## 7. INDICADORES Y RESULTADOS

INDICADORES DE RESULTADO Y PRODUCTO						
<i>(Miden los cambios en las empresas beneficiarias una vez que se ha llevado a cabo el proyecto para el logro del Objetivo General del Proyecto)</i>						
Indicador	Fórmula de Cálculo	Unidad	Valor Base	Valor Projectado	Fecha de Cumplimiento	Medio de Verificador
Acceso a Mercados de exportación (directo o indirecto)	N° empresas que exportan o participan en cadenas exportadoras en año tf/N° empresas atendidas en año tf.	Número	0	5	Mes 8	Factura de exportación, orden de compra, convenios.
Generación de capacidades para exportar	(N° de empresas beneficiarias que incrementan su potencial exportador al finalizar el proyecto en año 1/N° total de empresas beneficiarias de proyectos finalizados en año 1) *100	Porcentaje	0	80%	Mes 8	Realización de talleres grupales y actividades individuales.
Generación de capacidades de gestión productiva y administrativa	(N° de empresas que asisten a cada taller/ N° total de empresas beneficiarias) *100	Porcentaje	0	80%	Mes 8	Actas de asistencia por taller, envío de material posterior (videos, presentaciones). Encuentra de entrada y de salida.
Creación de productos turísticos	Nro. De productos turísticos / total de beneficiarios	Número	0	2	Mes 10	Brochure con el diseño de los productos turísticos.
Incorporación de mejoras asociativas con operadores turísticos y/o tours operadores	(N° de empresas que incorporan mejoras/ N° total de empresas beneficiarias) *100	Porcentaje	0	80%	Mes 10	Informe detallado sobre las interacciones con los operadores turísticos y los acuerdos resultantes.

Los resultados esperados del proyecto son los siguientes:

1. Dos (2) productos turísticos comercializables internacionalmente que ponga en valor los atributos del territorio vinculados al turismo de bodas.
2. Plan comunicacional y desarrollo de contenido digital para los productos de turismo de bodas diseñados.
3. Estrategia de comercialización internacional que incluya acuerdos con intermediarios turísticos y/o tour operadores, enfocándose especialmente en el mercado de Brasil.
4. Generación de capacidades de gestión productiva y administrativa para las 10 empresas

Considerando el nivel cumplimiento de los indicadores y resultados estipulados en el proyecto, además de una proyección positiva de continuidad de la iniciativa, existe la posibilidad de gestionar, acorde a la disponibilidad de recursos por parte de CORFO, el proceso de renovación año 2 del proyecto, lo que podrá realizarse desde 2 (dos) meses antes de la fecha de vencimiento del plazo anual de ejecución y hasta los 3 (tres) meses siguientes a la fecha de entrega del Informe Final de rendición.

## 8. CARTA GANTT (TENTATIVA)

N°	Actividades	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10
1	Diseño de paquete turístico aprovechando los atributos y oferta destacada del destino entre los empresarios del programa	X	X								
2	Reuniones con Prochile				X	X	X	X	X	X	X
3	Desarrollar una estrategia de comercialización y operación			X	X	X					
4	Relato con la oferta de turismo de bodas		X	X							
5	Generar contenidos relacionado con la oferta de turismo de bodas para ser difundido en diferentes plataformas		X	X	X						
6	Organizar ruedas de negocios y presentaciones online con intermediarios turísticos								X	X	
7	Participación en feria internacional								X	X	
8	Organizar viajes de familiarización para influencers y planificadores de boda								X		
9	Diseñar y ejecutar sesiones de transferencia de conocimiento		X		X		X				
10	Asesoría especializada de hospitalidad individual			X	X	X					
11	Instalar capacidades tecnológicas en las empresas y emprendimientos para potenciar la digitalización		X	X	X	X	X	X	X	X	
12	Diseñar y sistematizar una estrategia orgánica común entre los actores de la red					X	X	X			
13	Creación de sección de Turismo Bodas en las sitios web de las empresas							X	X	X	

Importante respetar el mes de cumplimiento de cada actividad estipulado en la Carta Gantt, si se propone un tiempo de cumplimiento distinto, deberá ser justificado. La duración del proyecto (ejecución de las actividades) es hasta 10 meses.



Con relación a la modificación del proyecto, no se podrá modificar la naturaleza y objetivo general del proyecto, ni el aumento del presupuesto del cofinanciamiento de aporte CORFO.

Las modificaciones presupuestarias, de ajustes en las actividades y de ampliación de plazo podrán ser determinadas previa solicitud de las empresas beneficiarias, a través del Agente Operador Intermediario, debiendo este último ingresar la solicitud a CORFO, señalando expresamente que es conocida y aprobada por las empresas beneficiarias. El plazo total del proyecto (incluidas sus prórrogas) no podrá superar los 12 meses.

Las modificaciones de elementos sustanciales será competencia de los Comités de Asignación Zonal de Fondos – CAZ, Consejos Directivos de los Comités de Desarrollo Productivo Regional, o Comité de Asignación de Fondos-CAF, según corresponda.

No se podrán solicitar modificaciones del proyecto una vez vencido su plazo de ejecución y las modificaciones deben ser previas a su realización, tanto la solicitud como aprobación por parte de CORFO.

## **9. PROPONENTES**

Podrán postular todas las personas jurídicas, que tributen en primera categoría. Los proponentes deberán contar con personal calificado y con experiencia en las distintas actividades del programa o contratar a los expertos adecuados, además de los equipos, infraestructura y herramientas digitales necesarias para garantizar la calidad, alcanzar los resultados y demostrar conocimiento en la exportación de servicios Turísticos.

Codesser se reserva el derecho de suspender o poner término al presente llamado de licitación en cualquier momento de su desarrollo, sin expresión de causa, derecho que los proponentes reconocen desde el momento que aceptan participar en la licitación, liberando a Codesser del pago de cualquier indemnización por gastos en los que hubieren incurrido con ocasión de la preparación y presentación de parte o del total de la propuesta, u otros motivos.

## **10. PRESENTACIÓN DE LAS OFERTAS**

Las postulaciones deberán presentarse en soporte digital según lo que se detalla en el punto 11 de los presentes Términos de Referencia, al correo electrónico del encargado de la licitación victoria.cea@codesser.cl. El plazo máximo de entrega será el miércoles 06 de marzo de 2024, hasta las 12:00 horas según hora oficial Chile continental.

## **11. SOBRE LA OFERTA TÉCNICA**

Los participantes deberán presentar su oferta en una carpeta digital, con sus respectivos documentos en formato PDF, rotulado OFERTA TÉCNICA.

Las ofertas técnicas con todos sus antecedentes serán solicitadas en soporte físico, con sus firmas originales o digitales, al momento de la formalización de la consultoría si es adjudicada.

Las ofertas deberán incluir los siguientes antecedentes:

## CARPETA N° 1 ANTECEDENTES TÉCNICOS:

Deberá presentar una carpeta rotulada “Antecedentes Técnicos”, conteniendo la Propuesta Técnica que incluya el detalle de los ítems que la componen.

Considerar los siguientes contenidos:

- **Metodología:** Como parte de la propuesta técnica se deberá explicitar la metodología propuesta para el cumplimiento de los objetivos y actividades planteadas, que permitan la concreción de los resultados esperados, de manera tal que sea posible conocer en detalle el alcance y nivel de profundidad con el que el proponente abordará esta consultoría. En este sentido, se evaluará la pertinencia de los métodos propuestos, así como el grado de innovación y solidez de la misma.
- **Plan de trabajo:** Analizar las actividades y su programación (Carta Gantt) definidas en los puntos 6 y 8 de los presentes TDR, y de ser necesario proponer ajustes, acorde a la experiencia del proponente. Es importante revisar y profundizar en la descripción de las actividades a realizar para el cumplimiento de los objetivos del proyecto y los resultados esperados del mismo.
- **Descripción del equipo de trabajo:** La propuesta técnica debe contener la descripción del equipo de trabajo, su estructura y la definición de los roles y funciones de cada uno de los integrantes propuestos. Se deberá incluir un jefe de proyecto, que actúe como contraparte ante CODESSER. Para cada profesional se deberá describir, detalladamente, cada una de las funciones que desempeñará, la experiencia laboral previa asociada al desarrollo de dichas funciones y el número total de horas mensuales que dedicará al proyecto (Ver Anexo 1). Además, se deberá incluir el Currículum Vitae de cada uno de los participantes (Ver Anexo 2). Se valorarán positivamente los equipos de trabajo que cuenten con personas calificadas y con experiencia afines.
- **Experiencia Específica del Proponente:** las entidades participantes deben adjuntar a la propuesta, el Currículum Institucional (formato libre), y documentación donde se dé cuenta de la experiencia y conocimiento del oferente en consultorías similares a la del presente llamado.
- **Propuesta económica:** las entidades participantes deberán hacer entrega de su propuesta económica, (monto bruto con impuestos incluidos) sobre la base del presupuesto total disponible para el proyecto.

En relación con el equipo de trabajo se deben entregar los siguientes anexos en una subcarpeta denominada “Equipo de trabajo”:

- Anexo 1: Funciones y Experiencia de cada uno de los miembros del equipo de trabajo. Se adjunta modelo.
- Anexo 2: Currículum Vitae de cada uno de los miembros del equipo de trabajo y documentos que acrediten su profesión (copia simple de Certificado de Título). Se adjunta modelo de Curriculum.
- Anexo 3: Carta de Compromiso de Participación de cada profesional. Se adjunta modelo de carta

En relación con el Organismo Consultor la carpeta debe incluir:

- Anexo 4 y Anexo 5: Declaraciones Juradas Simples persona jurídica. Se adjuntan modelos de declaraciones.

- Currículum Vitae (formato libre)

## **CARPETA N°2 ANTECEDENTES LEGALES DEL ORGANISMO CONSULTOR:**

Deberá presentar en una copia digital los siguientes antecedentes:

- ❖ Un Documento que contenga los siguientes datos (Anexo 6):
  - Razón social y RUT de entidad postulante
  - Nombre de fantasía (si corresponde)
  - Nombre y CI del (los) representante(s) legal(es)
  - Domicilio comercial
  - Teléfono de contacto para efectos de la presente licitación
  - Correo electrónico de contacto para efectos de la presente licitación
- ❖ Copia de Escritura de Constitución de Sociedad y sus modificaciones.
- ❖ Personería del (de los) Representante(s) Legal (es).
- ❖ Certificado de vigencia de la sociedad, emitido con fecha no mayor a 90 días.
- ❖ Copia del RUT de la Empresa y de su Representante Legal.
- ❖ Certificado de Antecedentes Laborales y Previsionales F30.
- ❖ Certificado de deuda de la Tesorería General de la República.

## **12. INFORMACIÓN, CONSULTAS Y ACLARACIONES**

Los interesados podrán formular consultas a los TDR de licitación hasta las 18.00 horas del lunes 26 de febrero de 2024, a través de un correo electrónico dirigido a [victoria.cea@codesser.cl](mailto:victoria.cea@codesser.cl) y las respuestas serán publicadas el miércoles de 28 febrero de 2024, 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.

## **13. APERTURA Y REVISIÓN DE LAS OFERTAS**

La apertura (digital) de las ofertas se realizará a las 13:00 horas del miércoles 06 de marzo de 2024 por el AOI Codesser, ubicado en calle Tenderini 187 Piso 1, Santiago Centro, con la asistencia de los postulantes que lo deseen.

Las postulaciones que no sean entregadas dentro del plazo y hora establecida en estos TDR serán declaradas inadmisibles.

Se dejará constancia, a través de un Acta, al momento de la apertura, de la recepción u omisión de los antecedentes del postulante, con relación a lo solicitado, como asimismo de los errores u omisiones formales que se detecten en los documentos y antecedentes presentados.

Codesser solicitará a los postulantes que salven los errores u omisiones formales detectadas en el acto de apertura o en el posterior proceso de revisión de las postulaciones, referidos a los antecedentes legales entregados en la propuesta, siempre y cuando las rectificaciones de dichos vicios u omisiones no les confieran a

estos postulantes una situación de privilegio respecto de los demás competidores. Para estos efectos, se otorgará un plazo de 2 días hábiles para que el postulante subsane la omisión de las formalidades requeridas. Transcurrido el plazo otorgado sin que el participante subsane las omisiones señaladas, se rechazará sin más trámite su oferta.

#### 14. EVALUACIÓN DE LAS OFERTAS

La evaluación de las postulaciones se realizará de la siguiente manera:

1. Habiendo recibido todas las postulaciones, CODESSER, verificará los antecedentes enviados por cada empresa, generando un Acta de Admisibilidad que será publicada en el Web de CODESSER para conocimiento de todos los postulantes.

2. Posterior a la revisión de antecedentes de admisibilidad, la comisión evaluadora de CODESSER evaluará las propuestas según los criterios de evaluación y su ponderación indicados a continuación:

Criterio de evaluación		Ponderación
<b>CRITERIOS TÉCNICOS</b>		<b>95%</b>
<b>1. Metodología de trabajo, disponibilidad de tiempo del equipo de trabajo (Incluir Plan de Trabajo)</b>	<b>Puntaje Asignar</b>	35%
a. Propone un diseño metodológico detallado que combina aspectos cualitativos y cuantitativos para la implementación, describe de forma muy detallada el trabajo a realizar y el equipo cuenta con al menos 80% de disponibilidad de tiempo para las labores del proyecto.	5	
b. Propone un diseño metodológico medianamente completo planteado de manera general que combina aspectos cualitativos y cuantitativos para la implementación y el equipo cuenta con menos de 80% y más de 40% de disponibilidad de tiempo para las labores del proyecto	3	
c. Propone un diseño metodológico insuficiente no combina aspectos cualitativos y cuantitativos para la implementación, no describe el trabajo a realizar y el equipo cuenta con menos de 40% de disponibilidad de tiempo para las labores del proyecto.	1	
<b>2. Experiencia Específica del Proponente</b>	<b>Puntaje Asignar</b>	20%
El proponente presenta experiencia en al menos 3 proyectos similares al programa.	5	
El proponente presenta experiencia en 2 proyectos similares al programa.	3	
El proponente presenta 1, o no presenta experiencia de desempeño en proyectos similares al programa.	1	
<b>3. Perfil profesional del equipo del proponente, con sus competencias y años de experiencia en relación con los temas y actividades del programa</b>	<b>Puntaje Asignar</b>	35%
Cada integrante del equipo presenta más de 3 experiencias turísticas con empresas MiPymes y/o relativa a las actividades del programa.	5	
Cada integrante del equipo presenta 2 experiencias turísticas con empresas MiPymes y/o relativa a las actividades del programa.	3	

Cada integrante del equipo presenta 1, o no presenta experiencias turísticas con empresas MiPymes y/o relativa a las actividades del programa.	1	
4. Elementos que agreguen valor a la propuesta técnica	<b>Puntaje Asignar</b>	5%
El proponente ofrece al menos 3 elementos que agregan valor a la metodología y/o a la propuesta técnica presentada.	5	
El proponente ofrece al menos 1 elemento que agregan valor a la metodología y/o a la propuesta técnica presentada.	3	
El proponente no ofrece elementos que agregan valor a la metodología y/o a la propuesta técnica presentada.	1	
<b>CRITERIO ECONÓMICO</b>		<b>5%</b>
<b>5. Propuesta Económica</b> (Debe ser detallada y de acuerdo con los montos definidos)		5%

Las propuestas serán evaluadas con nota de 1 a 5, siendo 1 la nota mínima y 5 la máxima. Cada uno de los criterios expuestos, serán analizados en base a la información proporcionada en la postulación.

En relación con el Criterio económico, se asignará la máxima nota al postulante que ofrezca el menor precio. A las demás ofertas se les asignará una nota mediante la siguiente fórmula.

$$(\text{menor precio ofrecido/precio de oferta a evaluar}) * 5$$

De la evaluación resultante, se elaborará un Acta que será suscrita por los integrantes de la Comisión Evaluadora de CODESSER y validada por las empresas beneficiarias del proyecto. Dicha Acta dará cuenta de la evaluación de las ofertas e indicará a qué proponente se recomienda adjudicar la convocatoria, o en su caso, se propondrá declarar desierto el proceso, en caso de que las ofertas presentadas no sean convenientes para los intereses de la licitación, o si ninguna de ellas cumple los mínimos solicitados en las presentes Bases.

El Agente Operador Intermediario se reserva el derecho de adjudicar fundadamente la convocatoria al proponente que obtenga el más alto puntaje por aplicación de los criterios de evaluación establecidos en estas Bases, aun cuando su propuesta no sea la de más bajo precio. Asimismo, se reserva el derecho de rechazar fundadamente todas las ofertas por inconvenientes, declarando en este caso desierta la convocatoria.

## 15. RECLAMOS

El postulante que desee efectuar algún reclamo u observación en relación con la evaluación de las postulaciones, deberá dirigirlo al correo electrónico del encargado del proceso [victoria.cea@codesser.cl](mailto:victoria.cea@codesser.cl), dentro de los 2 días hábiles siguientes a la obtención de los resultados de evaluación.

## 16. FORMALIZACIÓN DEL CONTRATO

Una vez concluido el acto administrativo de adjudicación y notificación a la Oferta seleccionada, la entidad adjudicataria contará con un plazo de 10 días corridos para la suscripción del respectivo Contrato. No obstante, este plazo podrá ampliarse en los casos que CODESSER así lo requiriese. Sin perjuicio de lo anterior, el plazo de la presente Consultoría será considerado a partir de la notificación.



El acuerdo deberá contener las características técnicas y económicas de la Consultoría objeto de la Oferta presentada, considerando lo estipulado en los presentes TDR.

La obligación contractual será realizada con el Agente Operador Intermediario CODESSER, y será de su responsabilidad responder por los servicios adjudicados, velando por que éstos cumplan con las características exigidas en los TDR, satisfagan los requerimientos formulados en las reuniones de las diferentes etapas de avance.

## 17. DEL CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS

El monto del contrato será el indicado por el proponente que resulte mejor evaluado para el desarrollo del servicio, conforme a los Términos de Referencia, ascendiendo el presupuesto máximo disponible hasta la suma de Cuarenta millones ochocientos setenta mil pesos (\$40.870.000), impuestos incluidos. Las ofertas que excedan dicha cifra se considerarán fuera de Bases y no serán evaluadas por resultar Inadmisibles.

El contrato establecerá una duración para la ejecución del servicio de hasta 10 meses corridos a contar de la firma de este, contra productos asociados a cada uno de los informes de la Consultoría.

La adjudicataria no podrá ceder, ni transferir en forma alguna, sea total o parcialmente, los derechos y obligaciones que nacen con ocasión de la presente licitación y del contrato que en definitiva se suscriba, salvo que norma legal especial permita las referidas cesiones.

El contrato terminará una vez que se encuentre aprobada la rendición de cuentas que el AOI presente a CORFO y se hayan cumplido la totalidad de las obligaciones contenidas en este documento.

## 18. GARANTÍA DE FIEL CUMPLIMIENTO

Para garantizar el fiel y oportuno cumplimiento de las obligaciones que le impone el contrato, con anterioridad a la suscripción del mismo, el oferente adjudicado deberá presentar una garantía consistente en una Póliza de Seguro de Ejecución Inmediata o una Boleta Bancaria de Garantía con carácter de irrevocable, tomada a favor de la Corporación del Desarrollo Social del Sector Rural – CODESSER, RUT 70.265.000-3 nominativa, no endosable, pagadera a la vista y a su solo requerimiento por un monto igual al 10% del valor total del contrato, impuestos incluidos.

Dicho documento deberá tener una vigencia mínima de 120 días corridos posteriores a la fecha de término del contrato. La glosa de la garantía deberá señalar “Para garantizar a Corporación del Desarrollo Social del Sector Rural – CODESSER el fiel y oportuno cumplimiento del contrato de prestación de servicios de la **“Consultoría Preparándonos para el posicionamiento y exportación de Servicios Turísticos Turismo de Bodas”, Código 22REDME-22040-2**

La garantía deberá entregarse en las oficinas de Corporación del Desarrollo Social del Sector Rural – CODESSER ubicadas en calle Tenderini 187 Piso 1, Santiago, en sobre cerrado dirigido al Gerente de CODESSER RM, rotulado **“Consultoría Red Mercados Código 22REDME-22040-2”**.

La garantía de fiel cumplimiento del contrato será devuelta después de cumplida su vigencia mínima al finalizar los servicios, salvo que la entidad adjudicataria no cumpla con las obligaciones que establecen los TDR, la oferta

correspondiente y/o el contrato, en cuyo caso la Corporación del Desarrollo Social del Sector Rural – CODESSER queda desde ya autorizada para proceder a hacerla sin más trámite.

## 19. SANCIONES Y TÉRMINO ANTICIPADO

El contrato podrá modificarse o terminarse anticipadamente, si se incurriere en alguna de las siguientes causales:

- Resciliación o mutuo acuerdo entre las partes.
- Incumplimiento grave de las obligaciones contraídas por el contratante, especialmente cuando no se realicen los servicios o trabajos contratados.
- Estado de notoria insolvencia del adjudicatario, a menos que se mejoren las cauciones entregadas o las existentes sean suficientes para garantizar el cumplimiento del contrato.
- No ajustarse a las instrucciones técnicas que el mandante le diere para la prestación de los servicios.
- Si se incurriera en un atraso injustificado en la prestación de los servicios en los plazos determinados.
- Violación de la confidencialidad.

## 20. JURISDICCIÓN DIRIMENTE

Toda divergencia que surja entre las partes acerca de la interpretación, aplicación o ejecución de las obligaciones estipuladas en los TDR y contrato, será sometida a la consideración de los tribunales ordinarios competentes. Para todos los efectos legales derivados de esta licitación, las partes fijan domicilio en la ciudad de Santiago.

## 21. SOBRE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

El producto del trabajo que eventualmente desarrolle la entidad adjudicataria o sus dependientes, con ocasión de la presente consultoría tales como informes, bases de datos u otros materiales, serán de propiedad de los beneficiarios, la entidad adjudicataria no podrá realizar ningún acto sobre ellos ajenos al contrato a celebrar, sin autorización previa de los Beneficiarios.

Sin perjuicio de lo señalado, Corfo podrá, de conformidad a la normativa vigente, poner a disposición del público, toda o parte de la información que reciba en la postulación y a través de los informes, mediante los mecanismos idóneos que las bases establezcan, siendo responsabilidad de los beneficiarios y/o consultora no incluir información de carácter confidencial, o datos personales o sensibles en los referidos campos.

## 22. SOBRE LA PUBLICIDAD Y DIFUSIÓN

Toda actividad pública que se efectúe para difundir el proyecto ya sea a su término o durante su ejecución, así como también en medios escritos, audiovisuales o impresos, deberá señalar expresamente que el proyecto es apoyado por Corfo. El cumplimiento de esta obligación podrá ser suspendida temporal o definitivamente por Corfo.

Por otra parte, los materiales audiovisuales, impresos o descargables u otros materiales entregados por la entidad adjudicataria deberá respetar los derechos de autor, de propiedad intelectual u otros. CORFO en ningún caso será responsable por infracciones a las leyes que protegen la propiedad intelectual y derechos de autor, siendo la Entidad adjudicataria la única responsable por dichas infracciones.

Los beneficiarios autorizan a Corfo, desde la postulación del proyecto, a utilizar y distribuir material escrito o audiovisual relativo al proyecto y a los demás participantes de esta para actividades de difusión.

## 23. OTRAS DISPOSICIONES

### Sobre Interpretación de los Términos de Referencia

Los presentes Términos de Referencia se interpretarán siempre en el sentido de la más perfecta elaboración y ejecución de la propuesta. En caso de discrepancias, priman las aclaraciones realizadas por CORFO y lo que ésta disponga.

Cualquier falta, descuido u omisión de los oferentes en la obtención de información y estudio de los documentos relativos al proceso de postulación, no los exime de la responsabilidad de apreciar adecuadamente los costos necesarios para la elaboración y desarrollo de su propuesta o prestación del servicio. Por lo tanto, serán de su cargo todos los costos en que incurra para corregir faltas, errores, descuidos u omisiones resultantes de su análisis e interpretación de la información disponible o que se obtenga.

Una vez adjudicada una oferta, se deberá resguardar la estricta sujeción a la oferta técnica propuesta. Sin perjuicio de ello, se podrán solicitar condiciones de adjudicación de acuerdo con la evaluación que se realice a la misma, pudiendo ser aceptada o no por el proponente.