**COTIZACION Y ACEPTACION DE CONDICIONES**

**PROGRAMA SELLO GASTRONÓMICO PENQUISTA GLOBAL**

Representante:

Dirección:

Ciudad:

Fecha:

Sres.

CODESSER, Región Biobío

Agente Operador Intermediario (AOI) de CORFO.

Estimada.

A través de la presente carta, declaramos que, …………………………..**RUT N° ………………………**como **Consultor**, conoce y acata plenamente las condiciones expuestas en la normativa vigente del **Programa,** de la Gerencia de Desarrollo Competitivo de CORFO y los términos de referencia solicitados por CODESSER, en lo relativo a la cotización por la ejecución integral del cien por ciento de las actividades del **“RED MERCADOS SELLO GASTRONÓMICO PENQUISTA GLOBAL”**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **N°1 Datos Generales del Proyecto** | | | |
| Nombre Proyecto: Red Mercados SELLO GASTRONÓMICO PENQUISTA GLOBAL | | Etapa: Desarrollo | Código: 24REDME-269042-2 |
| Duración de la Etapa: 10 meses | Numero Beneficiarios: 4 | | Región: Biobío |
| Comunas: Concepción, San Pedro de la Paz. | | | |

|  |
| --- |
| **N°2 Descripción general del proyecto** |
| Proyecto Red Mercado SELLO GASTRONÓMICO PENQUISTA GLOBAL espera fortalecer al grupo de empresas desde sus potenciales y brechas identificadas en el diagnóstico. Para ello se proponen actividades como asesorías mejoras de infraestructura productiva. Auditoría tecnológica. Diagnóstico y asesoría en automatización de procesos productivos. De la mano de lo anterior, se reforzarán las competencias de las empresas en gestión, a fin de que se logren identificar los costos, rentabilidad, administración y formalización de sus negocios del nuevo modelo de negocio. se debe considerar un análisis profundo de las normativas en FDA, FSMA, etiquetado alimentario, tratados comerciales entre otros. Otro eje de desarrollo es la formación de identidad del grupo de empresas beneficiarias.  Se analizará la pertinencia de generar una nueva figura jurídica. |

|  |
| --- |
| **N°3 Objetivo General** |
| Aumentar la competitividad de las empresas mediante el diseño e implementación de un Plan de Negocios colaborativo para poner en valor la gastronomía penquista a nivel nacional e internacional y lograr expandir el sello de comida penquista a Miami y al mundo. |

|  |  |
| --- | --- |
| **N°4 Objetivos específicos** | |
| **OE 1** | Fortalecer las capacidades operativas y tecnológicas para garantizar la calidad, la trazabilidad y la escalabilidad de los procesos productivos, cumpliendo con estándares internacionales, especialmente enfocado en EEUU. |
| **OE 2** | Asegurar la competitividad comercial mediante la implementación de estrategias de internacionalización, validación de mercados y el desarrollo de propuestas de valor adaptadas a las preferencias de los consumidores. |
| **OE 3** | Promover la adopción de estrategias de marketing digital y comercialización electrónica para aumentar la visibilidad y acceso a mercados internacionales. |

|  |
| --- |
| **CUADRO: RESULTADOS ESPERADOS PARA LA ETAPA DE DESARROLLO** *Describir los productos y resultados que se propone alcanzar en la Etapa de Desarrollo.* |
| |  |  | | --- | --- | | ***Producto y/o Resultado esperado*** | ***Descripción*** | | Aumentar la visibilidad digital del Sello Penquista | Formar una nueva empresa que ejecute modelo de negocio colaborativo | | Incrementar la capacidad operativa y tecnológica de las empresas . | Empresas con formación culinaria con enfoque en diferenciación territorial | | Empresas con formación en herramientas digitales, redes sociales, branding y canales de venta (B2B y B2C) | Auditar situación de base y sobre ella capacitar y/o implementar acciones | | Contar con un modelo de negocio como eje direccionador para la internacionalización y Vinculación con producción primaria local | Contar con información de mercado sistematizada, vinculaciones con municipios e información de testeo de preparaciones y proveedores de insumos locales. | | Contar con información de mercado, preferencias y encuestas de satisfacción de comensales residentes de Miami y turistas. | Evaluación de preferencias locales | |
| **IMPACTO POTENCIAL DEL PROYECTO.**  **Acceso efectivo a nuevos mercados de exportación:** Miami es la sexta ciudad más poblada de Estados Unidos. El área metropolitana de Miami, que incluye los condados de Miami-Dade, Broward y Palm Beach, tiene una población combinada de más de 6,2 millones de habitantes, siendo la novena mayor del país y la mayor del sureste de los Estados Unidos. Existe una afinidad cultural con Miami por explotar tales como: - El mercado de alimentos preparados en Miami está creciendo rápidamente, impulsado por factores como la diversidad cultural, la demanda de conveniencia y las tendencias hacia la salud y la sostenibilidad. La gastronomía latina y gourmet desempeñan un papel crucial en este desarrollo, reflejando las preferencias de una población multicultural y exigente, asegura un desarrollo continuo y oportunidades para nuevos actores en el sector. - Perfil del consumidor: preferencias y comportamientos de los consumidores de origen latino y local - Entrada de la adquisición de comidas vía sistema digitales, plataformas y delivery: La pandemia ha transformado las expectativas de los consumidores, priorizando servicios como la entrega a domicilio y la experiencia digital personalizada. Miami es de Fácil acceso y transporte a la ciudad.  Se cuenta con aliados chilenos en el extranjero que facilitan las acciones de colaboración y ejecución. se observa una oportunidad dada la alta población latina, preferencia por alimentos ya preparados, tendencia en productos frescos y saludables.  **Incorporación de capacidades y conocimientos para acceder a mercados internacionales:**  Incrementar la capacidad operativa y tecnológica de las empresas mediante capacitación en gestión y normativas de internacionalización enfocadas al mercado de Miami.  **Incorporación de nuevos conocimientos, técnicas y prácticas productivas**: Empresas con formación culinaria con enfoque en diferenciación territorial Empresas con formación en herramientas digitales, redes sociales, branding y canales de venta (B2B y B2C). |

\*: una vez finalizado el proyecto

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **CUADRO INDICADORES DE RESULTADO**  *(Miden los cambios en las empresas participantes una vez que se ha llevado a cabo el proyecto para el logro del Objetivo General del Proyecto)* | | | | | | |
| **INDICADOR** | **FÓRMULA DE CÁLCULO** | **UNIDAD** | **VALOR BASE** | **VALOR PROYECTADO** | **FECHA DE CUMPLIMIENTO** | **MEDIO DE VERIFICACIÓN** |
| **AÑO 1** | | | | | | |
| Acceso a Mercados de Exportación | N° empresas que exportan o participan en cadenas exportadoras en año tf / N° empresas atendidas en año tf | % | 0 | 50 | Mes 10 | Facturación y/o boletas. |
| Generación de capacidades para exportar | N° de empresas beneficiarias que incrementan su potencial exportador al finalizar el proyecto en año tf / N° total de empresas  beneficiarias de proyectos finalizados en año tf) \* 100 | % | 0 | 50 | Mes 10 | Empresas con modelo de negocio implementados |
| Generación de capacidades de gestión productiva y administrativa | (N° de empresas beneficiarias encuestadas en año t que declaran haber incorporado y/o fortalecido sus capacidades de gestión una vez finalizado el proyecto en año tf / N° total de empresas encuestadas beneficiarias del proyecto en año tf)\*100 | % | 0 | 50 | Mes 10 | Empresas con cursos de gestión realizados |

***.***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CUADRO : PLAN DE ACTIVIDADES PARA LA ETAPA DE DESARROLLO** | | |
| **N°** | **NOMBRE ACTIVIDAD** | **DESCRIPCIÓN ACTIVIDAD (\*)** |
| 1 | Lanzamiento | Actividad cultural gastronómica con productos locales y vinos que representan la gastronomía penquista |
| 2 | Asesoría en diseño de mejoras de infraestructura productiva y en automatización. Auditoría tecnológica. | Asesoría en diseño de mejoras de infraestructura productiva. Auditoría tecnológica. Diagnóstico y asesoría en automatización de procesos productivos |
| 3 | Programa de formación en identidad culinaria penquista. Asesoría experto gastronómico. | Ciclo de talleres sobre cocina tradicional, historia culinaria local e ingredientes territoriales con enfoque en diferenciación. |
| 4 | Talleres de gestión gastronómica, financiera y normativas internacionales | Capacitaciones sobre costos, rentabilidad, administración y formalización de negocios gastronómicos y para cumplir con normativas como FDA, FSMA, etiquetado alimentario y tratados comerciales. |
| 5 | Capacitaciones en marketing digital y redes sociales | Talleres prácticos en herramientas digitales, redes sociales, branding y canales de venta (B2B y B2C). |
| 6 | Desarrollo de marca sello gastronómico penquista | Diseño del nombre, logo, relato gráfico, lineamientos de uso y posicionamiento del sello penquista en mercados locales y globales. Incluye plataformas digitales |
| 7 | Diseñar Modelo de negocio para la internacionalización y Vinculación con producción primaria local | Desarrollo de un plan estratégico y modelo de negocio (conexión con productores locales) para escalar el sello a mercados internacionales, incluyendo análisis de mercado, pricing, canales y sostenibilidad |
| 8 | Prospección y Testeo de mercado con talleres de degustación y generación de alianzas con Entidades y Municipios en USA; Degustaciones y dark kitchen en Miami | Prospección y testeo de mercado con jornadas y talleres de degustación para consumidores y habilitación temporal de dark kitchen (salas de procesos arrendadas a locales establecidos) en Miami. Alianzas con Entidades y Municipios en USA: Brickel, Coral Gables, Coconut Grove, South Beach |
| 9 | Evaluación, cierre y sistematización del proyecto | Evaluación de propuestas en Miami, encuestas, sistematización de aprendizajes y hoja de ruta post proyecto. |

**PRESUPUESTO**

Para la ejecución del proyecto SELLO GASTRONÓMICO PENQUISTA GLOBAL, Etapa Desarrollo, se ha asignado el siguiente **presupuesto a suma alzada, para la ejecución del 100% de actividades:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Presupuesto proyecto SELLO GASTRONÓMICO PENQUISTA GLOBAL, Etapa Desarrollo** | | | |
| **ITEM** | **TOTAL** | **APORTE CORFO** | **APORTE EMPRESAS** |
| **Plan de Actividades (1)** | **$45.730.000.-** | **$38.180.000.-** | **$7.550.000.-** |
|  |  |  |  |

**COTIZACION Y PROPUESTA DE EJECUCIÓN**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **N° 1 Datos Generales del Oferente** | | |
| Nombre Consultor (a): | | |
| Dirección: | Comuna | Región: |
| Director Proyecto: |  |  |

|  |
| --- |
| **N° 2 Metodología de Trabajo** |
|  |

|  |
| --- |
| **N° 3 Cotización.** |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | **N°** | **NOMBRE ACTIVIDAD** | **Costo Total (M$)** | **Aporte CORFO (M$)** | **Aporte Empresa Pecuniario (M$)** | **TOTAL HH + GASTOS** | **$/HH** | | 1 | Lanzamiento | 1.450.000 |  | 1.450.000 |  |  | | 2 | Asesoría en diseño de mejoras de infraestructura productiva y en automatización. Auditoría tecnológica. | 2.680.000 | 2.680.000 |  |  |  | | 3 | Programa de formación en identidad culinaria penquista. Asesoría experto gastronómico. | 2.600.000 | 2.600.000 |  |  |  | | 4 | Talleres de gestión gastronómica, financiera y normativas internacionales | 12.000.000 | 12.000.000 |  |  |  | | 5 | Capacitaciones en marketing digital y redes sociales | 2.400.000 | 2.400.000 |  |  |  | | 6 | Desarrollo de marca sello gastronómico penquista | 2.800.000 |  | 2.800.000 |  |  | | 7 | Diseñar Modelo de negocio para la internacionalización y Vinculación con producción primaria local | 5.000.000 | 5.000.000 |  |  |  | | 8 | Prospección y Testeo de mercado con talleres de degustación y generación de alianzas con Entidades y Municipios en USA; Degustaciones y dark kitchen en Miami | 13.500.000 | 13.500.000 |  |  |  | | 9 | Evaluación, cierre y sistematización del proyecto | 3.300.000 |  | 3.300.000 |  |  | | **Totales** | | **45.730.000** | **38.180.000** | **7.550.000** |  |  | | **%** | | **100%** | **83,49%** | **16,51%** |  |  |   XXXXX |

***\*) Indicar horas y recursos dedicados, entre otros aspectos***

|  |
| --- |
| **N° 5 Propuesta Técnica** |
|  |

|  |
| --- |
| **N° 6. CV y Capacidades técnicas y de gestión del Consultor (a).** |
|  |
| **Señalar la experiencia de la Entidad Consultora en apoyo a procesos de internacionalización de pymes y de sus mercados (directos/indirectos).** |
|  |

El Consultor (a) entrega la presente cotización de servicios en base a los términos de referencia entregados por Codesser AOI, en los plazos estipulado y para efectos de requerimiento de información y/o notificación de resultados del proceso, se deja constancia de Correo Electrónico …………………y Teléfono Celular…………………. y la dirección informada precedentemente.

Nombre ……………………………………………………….

RUT………………………………….

Firma …………………………………………….