



TÉRMINOS DE REFERENCIA PARA LA CONTRATACIÓN DE  
CONSULTORIA EXPERTA PARA  
***EL DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE LAS ACCIONES DEL  
“PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING 360, DE ENOTURISMO Y TURISMO  
DE NATURALEZA”***

DEL PROGRAMA TERRITORIAL INTEGRADO – PTI  
“DESARROLLO DE LA INDUSTRIA DE TURISMO DE LA PROVINCIA DE SAN  
ANTONIO”

19 PTI - 117998.

Octubre 2021





## 1. TÉRMINOS DE REFERENCIA

El presente documento tiene por objetivo establecer antecedentes y especificaciones técnicas para la contratación de una consultoría experta para el *Diseño e implementación Plan de Marketing Turístico 360° del Programa Territorial Integrado “Desarrollo de la industria del turismo en la provincia de San Antonio, región de Valparaíso”*.

El documento en una primera etapa busca poner en contexto los Programas Territoriales Integrados impulsados por CORFO, sus objetivos y etapas. El presente PTI es ejecutado por el Agente Operador Intermediario (AOI) Fedefruta Valparaíso. Por otro lado, se entregarán las especificaciones técnicas de la consultoría solicitada y todos los alcances de la ejecución de este servicio.





## 2. ANTECEDENTES TÉCNICOS GENERALES

### 2.1. Programas Territoriales Integrados - PTI

Los Programas Territoriales Integrados son una propuesta de desarrollo económico territorial que se acerca a la región desde sus vocaciones productivas y las cadenas de valor. Tiene por foco el escalamiento competitivo de estas y el impacto en las economías locales.

Su diseño se sustenta en la capacidad de gestionar el apalancamiento de recursos privados y públicos, con el fin de implementar una cartera de iniciativas de inversión en fomento productivo y condiciones habilitantes. Se parte de la premisa de que, si no existen inversiones, es poco probable que las cadenas de valor escalen en competitividad y, menos aún, se genere impacto en las economías locales.

#### 2.1.1. Objetivos de los PTI

##### Objetivo General

Apoyar la coordinación y articulación de acciones y proyectos destinados a mejorar la competitividad de un territorio, 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:

- 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.





### 2.1.2. Fase y Etapas de los PTI

Previo a la ejecución de las etapas, el PTI considera la fase de pertinencia de las iniciativas con potencial de ser abordadas a través de un proyecto PTI. Si las iniciativas son pertinentes, los proyectos se ejecutan en etapas sucesivas, siendo necesaria la ejecución, término, entrega de informes y rendición de cuentas de cada una de las etapas para pasar a la siguiente. La fase y etapas de un PTI son: Pertinencia, Validación Estratégica y Ejecución.

- a) **Fase de Pertinencia:** Corresponde a la etapa en que Corfo evalúa La "pertinencia" de realizar un PTI en un territorio y para una cadena de valor en particular. La Dirección Regional de Corfo o CDPR es la responsable de presentar una propuesta de PTI al nivel central de la Corporación, la que es evaluada en base a la existencia de una cadena de valor, las oportunidades de generación de valor e impacto en las economías regionales y la masa empresarial existente en el territorio.
  
- b) **Etapa de Validación Estratégica:** Corresponde en esta etapa La "validación de la hipótesis de agregación de valor a las cadenas identificadas" en la Etapa de Pertinencia, a partir de un levantamiento de información sobre los actores territoriales, brechas y oportunidades. En esta etapa se validará y proyectarán las variables y acciones pertinentes al desarrollo territorial, la generación de capital social y/o las necesidades de coordinación, de acuerdo con las vocaciones productivas y cadenas de valor con potencial de escalamiento y de impacto estratégico en la economía del territorio. Se asignan recursos para financiar acciones destinadas a la validación de los objetivos del proyecto con actores relevantes del territorio, la definición del modelo organizacional del proyecto, la formulación de las líneas de acción y la construcción colaborativa del Modelo de Gestión Territorial. La duración de esta etapa no podrá superar los tres (3) meses, ampliables hasta por un (1) mes, por el director regional de Corfo o el director ejecutivo del CDPR, lo cual debe solicitarse por escrito, de manera fundada y previo al cumplimiento del plazo inicial.
  
- c) **Etapa de Ejecución:** En esta etapa se lleva a cabo un conjunto sistemático de acciones orientadas a implementar el Modelo de Gestión Territorial (diseñado en la Etapa de Validación Estratégica), para la coordinación y desarrollo sinérgico de acciones e iniciativas de interés público y/o privado que fomenten el desarrollo productivo sustentable de la cadena de valor con potencial de escalamiento y de impacto estratégico en la economía del territorio.





La duración de esta etapa no podrá ser superior a tres (3) años, renovables anualmente y ampliables hasta por dos (2) meses por cada año de ejecución, por el director regional de Corfo o el director ejecutivo del CDPR.

### 3. REQUERIMIENTO

#### 3.1. Programa Territorial Integrado "Desarrollo De La Industria De Turismo De La Provincia De San Antonio", región "Valparaíso"

Es requerimiento de la Federación Gremial Nacional de Productores de Fruta F.G (FEDEFruta F.G) región de Valparaíso desarrollar la contratación *Plan de Marketing de turismo 360° de enoturismo y turismo de naturaleza*.

El servicio a contratar en virtud del proceso regulado por estos Términos de Referencia es para una acción específica de la Etapa de Ejecución, en los términos establecidos en el Acuerdo adoptado por el Comité de Asignación de Fondos —CAF-/Consejo Directivo CDPR en su sesión N° 28.2020, celebrada el 15 de diciembre del 2020, la que aprobó y asignó recursos para dicha etapa, del Programa Territorial Integrado (PTI) denominado **"Desarrollo De La Industria De Turismo De La Provincia De San Antonio"** código 19 PTI - 117998, el cual tiene por objetivo general *"Contribuir al fortalecimiento de la cadena de valor de enoturismo y turismo de naturaleza de la Provincia de San Antonio, a través de la diversificación y sofisticación de la oferta, promoviendo la articulación pública y privada en el territorio y así generar mayores ingresos para las empresas y su territorio"*.

A continuación, se presentan antecedentes de contexto que permitirán entender de mejor manera el servicio requerido.

##### 3.1.1. Antecedentes generales PTI "Desarrollo De La Industria De Turismo De La Provincia De San Antonio", región "Valparaíso"

El programa antes mencionado se ejecutará en la Provincia de San Antonio, la que cuenta con seis comunas: **Algarrobo, Cartagena, El Quisco, El Tabo, San Antonio y Santo Domingo**, las cuales están asociadas al destino consolidado Litoral de Los Poetas. La provincia cuenta con una vocación turística tradicional masiva relacionada con el sol y playa con componentes de turismo cultural, gastronómico y rural, lo que genera una alta concentración de gente en época estival y unos elevados índices de saturación turística. En tal sentido, en la actualidad la sustentabilidad de la oferta, de las empresas participantes de la Provincia, se encuentra disminuida fundamentalmente por la situación de Covid-19, sumada falta de continuidad del negocio durante el año y la fuerte presencia de la demanda que





se genera en época estival, genera una estacionalidad y capacidad ociosa de servicios turísticos instalados, en el periodo abril a noviembre, con sus consecuentes efectos sobre los ingresos del sector y sobre el empleo local.

En términos del mercado al cual se quiere acceder, y en base al proceso de validación estratégica realizado, se puede afirmar que luego de la investigación relacionada con el análisis de información de la Provincia, la ejecución del programa se realizará en torno a la conformación de una oferta de **enoturismo y turismo de naturaleza** en el corto plazo y el **turismo de cruceros** en el mediano plazo.

Por lo anterior, la estrategia es descomprimir los lugares más visitados generando nuevos productos y experiencias turísticas innovadoras de enoturismo y turismo de naturaleza que lleven a generar oportunidades de nuevos negocios para las empresas participantes y aquellas beneficiarias indirectas del programa.

Como antecedentes, el turismo de naturaleza ha tenido, post pandemia, un crecimiento anual del 20%, los turistas que lo practican prefieren destinos “eco amigables” que ofrezcan experiencias auténticas y ligadas a su entorno comunitario. En este sentido, las actividades que se deben realizar en torno a los atractivos naturales de la provincia deben ser de tipo suave (soft Tourism) como la observación de aves, que tiene un enorme potencial en sectores de humedales. Esto se encuentra ligado a las experiencias que se propondrán en la estrategia de comercialización en este documento y que debe estar enfocado en un posicionamiento en segmentos de turistas de intereses especiales - larga distancia, científicos, especializados, etc....-, trabajando un destino que logre las condiciones en términos de equipamiento, alojamientos y tour operadores locales especializados, con el fin de que los beneficios se establezcan a nivel del empresario local.

Las cifras del enoturismo en Chile dan pie a que la provincia pueda ser receptora de los beneficios, donde el aumento de visitas a las viñas durante el año 2017 fue de un 4,2%, aumentando las divisas en un 42%. El gasto promedio individual de visitas por concepto de enoturismo es de US\$100, muy por sobre los US\$63 de la industria en general, por lo que esta mayor propensión al gasto disminuye el riesgo en nuevos emprendimientos e inversiones para la diversificación de la oferta de enoturismo (Chile, 2020).

Una de las fortalezas del enoturismo y que debe aprovechar este territorio, es la capacidad de ser complementario con otras actividades. Visitar una viña es una experiencia única, pero supera las expectativas cuando el recorrido se ve fortalecido por la historia local, paisajes naturales y oferta gastronómica y cultural propia del entorno.

Asimismo, en materias de sustentabilidad, el programa generará beneficios directos para la conservación de la biodiversidad y del patrimonio cultural de la Provincia, lo que impactará de manera positiva en la calidad de vida de la comunidad, generando beneficios directos para ellos y para el





visitante a través de una óptima calidad de la experiencia turística, en base a una adecuada y lúcida interpretación de la historia natural y cultural promovida por los habitantes del lugar.

## 4. ANTECEDENTES METODOLÓGICOS

### 4.1. Objetivo de la consultoría

#### Objetivo general

*Diseñar e implementar Plan de Marketing de turismo 360° en enoturismo y turismo de naturaleza para las 50 empresas participantes del Programa Territorial Integrado “Desarrollo de la Industria Turística de la Provincia de San Antonio”.*

#### Objetivos Específicos

- Elaboración de un Plan Estratégico de Marketing Turístico 360°, con foco en enoturismo y turismo de naturaleza.
- Implementar acciones prioritarias identificadas en el Plan de Marketing Turístico 360°, con foco en enoturismo y turismo de naturaleza, para difundir, posicionar y promocionar la provincia de San Antonio. (ejemplo: Activaciones, publicidad online, video profesional, embajadores de marca, otros).

### 4.2. Reglamentos, manuales y documentos

El consultor deberá realizar los estudios y análisis necesarios para cumplir con los objetivos señalados en los presente Términos de Referencia, considerando las instrucciones e indicaciones contenidas en los siguientes documentos u otros que entregue la contraparte técnica y administrativa, en sus versiones vigentes al inicio de la presente consultoría, incluidas todas las actualizaciones hasta dicha fecha.

- a. Resolución (A) N°88, de 2017, de Corfo que aprueba el Reglamento "Programas Territoriales Integrados — PTI".
- b. Resolución (A) N°80, de 2019, de Corfo, que modifica la normativa de los Programas Territoriales Integrados — PTI.
- c. Resolución (E) N°929, de 2019, de Corfo, que aprueba la ejecución de la iniciativa “Programas Territoriales Integrados, región de Valparaíso”.





- d. Resolución (E) N°243, de 2020, de la Dirección Regional Valparaíso de Corfo/CDPR, que ejecuta el Acuerdo adoptado por el Comité de Asignación de Fondos —CAF/ Consejo Directivo CDPR- en su sesión N°28.2020, celebrada el 15 de diciembre del 2020, que aprobó y asignó recursos para la Etapa de ejecución del Programa Territorial Integrado (PTI) denominado "Desarrollo de la Industria de Turismo de la Provincia de San Antonio, Código "19 PTI-117998-2"
- e. Manual de rendición de gastos reservados N° 443 CORFO del 19 de mayo del 2020.

#### 4.3. Fases y contenidos

La asesoría y/o consultoría se realizará en etapas según el siguiente modelo:

- Levantamiento de información de entrada para el Plan Estratégico de turismo 360° con foco en enoturismo y turismo de naturaleza. **(30 días de corrido desde la firma del contrato, entrega primer informe).**
- Elaboración del Plan Estratégico de turismo 360° con foco en enoturismo y turismo de naturaleza. **(60 días de corrido desde la firma del contrato, entrega informe final del Plan para validación).**
- Implementación de acciones prioritarias identificadas en el Plan de Marketing 360°, con foco en enoturismo y turismo de naturaleza, para difundir, posicionar y promocionar la provincia de San Antonio. (ejemplo: Activaciones, publicidad online, video profesional, embajadores de marca, otros). **(Ejecución 110 días de corrido desde la firma del contrato y entrega de informe final 120 días de corrido desde la firma del contrato)**

#### 4.4. Presupuesto

El presupuesto máximo disponible para la adquisición de este servicio es de **cinco millones cuatrocientos cincuenta mil pesos (\$5.450.000.-), impuestos incluidos**. Este monto comprende todos los gastos para su ejecución en los que deba incurrir el o la oferente (traslados, viáticos, entre otros).







## 5. ANTECEDENTES ADMINISTRATIVOS

### 5.1. Disposiciones generales

#### 5.1.1. Perfil de los postulantes

Podrán participar de esta convocatoria las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras que cumplan con los antecedentes metodológicos definidos con anterioridad.

Las personas jurídicas deberán disponer de un profesional a cargo como contraparte ante el Agente Operador Intermediario y gestora del Programa Territorial Integrado: “Desarrollo de la industria de Turismo de la Provincia de San Antonio, como a la vez, de un profesional que cumpla con el siguiente perfil:

- Profesional Ingeniero en Turismo, Administrador de empresas Turísticas y/o carrera a fin con experiencia demostrable en elaboración de Plan de Marketing Turístico.
- Profesional Ingeniero Comercial y/o Ingeniero en Marketing con experiencia demostrable en el desarrollo de Plan de Marketing.
- Las empresas que postulen deberán acreditar capacidad técnica y experiencia profesional en el diseño e implementación de Planes de Marketing Turísticos o planes de marketing a fin.

#### 5.1.2. Contraparte técnica y administrativa

La contraparte técnica y administrativa del servicio estará a cargo de la Gestora del Programa Territorial Integrado: “Desarrollo de la industria de Turismo de la Provincia de San Antonio”, como representante del Agente Operador Intermediario FEDEFruta F.G.

### 5.2. Aspectos de la convocatoria

Desde la formalización de la licitación en la página web de FEDEFruta [www.fedefruta.cl](http://www.fedefruta.cl), se contarán 10 días de corrido para el envío de las ofertas y sus antecedentes. Luego de ese plazo FEDEFruta cuenta con 7 días hábiles para informar a los oferentes del resultado de su postulación a la presente licitación.

La presente convocatoria cierra el día 31 de octubre del 2021 a las 18:00 horas.





### 5.2.1. Presentación de las ofertas

Las ofertas se deberán presentar en formato digital PowerPoint o PDF y enviados al correo [mcarriello@fedefruta.cl](mailto:mcarriello@fedefruta.cl) y [pti.fedefruta@gmail.com](mailto:pti.fedefruta@gmail.com). Dirigido a Melissa Valenzuela, Gestora del Programa.

En el asunto del correo electrónico deberá decir: ***Diseño e implementación Plan de Marketing 360° de enoturismo y turismo de naturaleza.***

Cada interesado(a) será responsable de:

- De la veracidad e integridad de la información entregada en los documentos adjuntados.
- ***Identificar claramente los documentos que componen la oferta técnica y económica.***
- Presentar documentos legibles y que se encuentren disponibles en el momento de la apertura de las ofertas.
- 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.

### 5.2.2. Contenido mínimo de la oferta

Será de responsabilidad de los(as) interesados(as) entregar todos los antecedentes que permitan evaluar adecuadamente sus propuestas. Los contenidos mínimos de la oferta son los que se mencionan a continuación:

#### 5.2.2.1. Oferta Técnica

- Identificación y experiencia del oferente persona natural o jurídica:** La propuesta técnica deberá contener C.V. de la empresa o persona natural, que incluya la experiencia específica que posee en el ***Diseño e implementación Plan de Marketing 360° de enoturismo y turismo de naturaleza o planes de marketing a fin.*** Deberá proveer antecedentes tales como nombre de proyecto, beneficiarios y presupuesto, que avalen su experiencia en los últimos 5 años, incluyendo una nómina de referencia con la respectiva información de contacto.
- Experiencia de equipo sólo persona jurídica:** El oferente deberá incluir una descripción de cada miembro del equipo de trabajo propuesto, incorporando los Curriculum vitae de cada profesional con énfasis en los proyectos relacionados al ***Diseño e implementación Plan de***



**Marketing 360° de enoturismo y turismo de naturaleza o planes de marketing a fin.** Se deberá identificar, el nombre del profesional responsable como contraparte de la empresa persona jurídica, así como su experiencia en servicios similares y las competencias que tiene como profesional.

En el caso de las personas naturales o jurídicas deberán presentar los siguientes antecedentes para respaldar la experiencia:

- Oferta técnica en formato PowerPoint o PDF.
  - Curriculum vitae.
  - Cartera de proyectos en el Diseño e implementación Plan de Marketing Turístico o planes de marketing a fin, sus clientes y referencias.
  - Todos los anexos presentes con su información y firmas correspondientes.
- c. **Plan de trabajo personas naturales y jurídicas:** El oferente deberá entregar un plan de trabajo para el desarrollo de la asesoría, el que debe ser claro. El plan de trabajo debe contener al menos:
- Descripción detallada de las actividades a realizar.
  - Carta Gantt con el uso de los recursos (actividad, responsable, plazo, recursos).
  - Detalle de horas dedicadas por profesional a cada subactividad.
  - Metodología de trabajo
- d. **Descripción de los entregables personas naturales y jurídicas:** El o la oferente deberá entregar los siguientes servicios y/o productos: y cualquier otro antecedente que pueda dar un valor agregado a la propuesta.

Entregables
<ul style="list-style-type: none"><li>● Levantamiento de información de entrada para el Plan Estratégico de turismo 360° con foco en enoturismo y turismo de naturaleza. <b>(30 días de corrido desde la firma del contrato, entrega primer informe).</b></li><li>● Elaboración del Plan Estratégico de turismo 360° con foco en enoturismo y turismo de naturaleza. <b>(60 días de corrido desde la firma del contrato, entrega informe final del Plan para validación).</b></li></ul>

- Implementación de acciones prioritarias identificadas en el Plan de Marketing 360°, con foco en enoturismo y turismo de naturaleza, para difundir, posicionar y promocionar la provincia de San Antonino, según planificación estratégica desarrollada previamente. (ejemplo: Activaciones, publicidad online, video profesional, embajadores de marca, otros). **(Ejecución 110 días de corrido desde la firma del contrato y entrega de informe final 120 días de corrido desde la firma del contrato)**

e. **Formato de entrega de los informes:** Con el fin de estandarizar los Informes a elaborar por la Entidad Experta y entregar por el AOI a CORFO, se solicita:

- Tipo de letra: Calibri
- Tamaño letra cuerpo: 11 • Tamaño título: 12 • Interlineado: 1,15.
- Alineación: Justificada.
- Fotos y otros documentos que respalden actividades deberán presentarse como parte de los anexos del documento.

#### 5.2.2.2. Oferta económica

- El o la oferente deberá entregar una propuesta económica con el precio final del servicio a realizar y en el formato disponible en el anexo II
- El precio debe incluir todos los impuestos que gravan el servicio.

#### 5.2.3. Evaluación de la oferta

Las ofertas técnicas y económicas recibidas serán evaluadas por una comisión evaluadora, cuyos integrantes serán los siguientes:

- Gerente Fedefruta Valparaíso
- Ejecutiva de finanzas PTI Fedefruta
- Un representante del Comité Ejecutivo del Programa Territorial Integrado "Desarrollo de la Industria del Turismo en la Provincia de San Antonio"



De la evaluación resultante, se elaborará un Acta que será suscrita por todos los integrantes del Comité de Evaluación. Dicha Acta dará cuenta de la evaluación de las ofertas e indicará a qué oferente se sugiere adjudicar el llamado, o en su caso se propondrá declarar desierto el proceso.

**Cabe destacar que la resolución final del oferente seleccionado, es de responsabilidad del Agente Operador Intermediario, FEDEFruta.**

Los resultados de la evaluación serán comunicados a las postulantes vía correo electrónico, según datos de contacto.

#### 5.2.4. Criterios de evaluación

La evaluación de la oferta se efectuará respecto de los antecedentes contenidos en la misma sobre la base de una escala de notas de 1 a 5. Para cada una de las propuestas, se calculará un puntaje por la calificación de la oferta económica y otro por la calificación de la oferta técnica, obteniendo un puntaje final calculado de acuerdo a la siguiente fórmula:

$$Puntaje\ Total = 0,8 * POT + 0,2 * POE$$

Donde:

- POT: Puntaje oferta técnica, aproximada a una décima.
- POE: Puntaje oferta económica, aproximada a una décima.

##### 5.2.4.1. Puntaje por oferta técnica

El puntaje de calificación de la oferta técnica se realizará en base a la evaluación de factores ponderados, aplicando la siguiente fórmula:

$$POT = 0,20 * F1 + 0,3 * F2 + 0,3 * F3 + 0,2 * F4$$

Donde los factores son los siguientes:



Factores	Ponderación
F1: C.V. Consultora	20%
F2: CV Equipo de trabajo	30%
F3: Plan de trabajo	30%
F4: Entregables	20%

#### 5.2.4.2. Puntaje por oferta económica

El puntaje de calificación de la oferta económica se realizará en atención al valor total del servicio informado, asignando nota 5 a la oferta de igual precio al presupuesto total. El valor asignado al resto de las ofertas, en su caso, se obtendrá de la aplicación de la siguiente fórmula:

Oferta económica	Puntaje
Valor = 5.450.000	5
Valor $\leq$ 5.450.000	2

En caso de empate entre dos o más propuestas técnicas, se resolverá adjudicar a aquella que haya obtenido una mejor calificación en el factor *“Experiencia del equipo de trabajo”* y *“Plan de trabajo”*. Si el empate persiste, se preferirá a aquella que obtenga la mejor calificación en el factor *“Experiencia de la empresa”*.

### 5.3. Aspectos del contrato

#### 5.3.1. Plazo de ejecución

- *El plazo de ejecución de este servicio es de 4 meses*, contados desde la fecha de adjudicación.
- No se realizarán pagos mientras no se realice la celebración del contrato con el oferente seleccionado.
- El oferente seleccionado podrá proponer un plazo menor de ejecución, **siempre y cuando se salvaguarden los y objetivos resultados esperados.**



### 5.3.3. Forma de pago

Todo pago se realizará previa conformidad del Agente Operador Intermediario, FEDEFRUTA F.G., en la prestación de los servicios solicitados. Habiendo observaciones al informe presentado, este contará con 10 días para subsanar las observaciones. En caso de no presentar respuesta a ellas, se entenderá como desistido.

***No se realizarán pagos mientras no se haya celebrado el contrato con el oferente seleccionado.***

La forma de pago será, un porcentaje del total del presupuesto, contra entrega de informe de cada etapa, vale decir:

Entregable	Pago
1. Levantamiento de información de entrada para el Plan Estratégico de turismo 360° con foco en enoturismo y turismo de naturaleza. (30 días de corrido desde la firma del contrato, entrega primer informe).	30% del pago total
2. Elaboración del Plan Estratégico de turismo 360° con foco en enoturismo y turismo de naturaleza. (60 días de corrido desde la firma del contrato, entrega informe final del Plan para validación).	30% del pago total
3. Implementación de acciones prioritarias identificadas en el Plan de Marketing 360°, con foco en enoturismo y turismo de naturaleza, para difundir, posicionar y promocionar la provincia de San Antonino, según planificación estratégica desarrollada previamente. (ejemplo: Activaciones, publicidad online, video profesional, embajadores de marca, otros). (Ejecución 110 días de corrido desde la firma del contrato y entrega de informe final 120 días de corrido desde la firma del contrato)	40% del pago total



# ANEXOS







## ANEXO I DECLARACIÓN JURADA

En la ciudad de \_\_\_\_\_, con fecha \_\_\_\_\_, de quien suscribe \_\_\_\_\_, cédula de identidad N° \_\_\_\_\_, en su calidad de representante de la entidad experta \_\_\_\_\_, RUT \_\_\_\_\_, ambos domiciliados para estos efectos en \_\_\_\_\_, en el marco del **“PROGRAMA TERRITORIAL INTEGRADO PARA EL DESARROLLO DE LA OFERTA TURÍSTICA DE LA PROVINCIA DE SAN ANTONIO”**, viene en declarar bajo juramento lo siguiente:

Que el postulante no incurre en incompatibilidades ni conflictos de intereses con CORFO, con el Agente Operador Intermediario FEDEFruta F.G., con la empresa demandante, ni con las empresas participantes.

Que el postulante no incurre en incompatibilidad ni conflictos de interés con otros postulantes a este programa.

Que el postulante se encuentra al día en obligaciones tributarias establecidas en el artículo 89 del Código Tributario, autorizando a CORFO para verificar dicha información se encuentra al día en el pago del impuesto a que se refieren los números 3°, 4° y 5° del artículo 20 de la Ley sobre Impuesto a la Renta y con los pagos previsionales de sus trabajadores.

---

**Nombre Completo**  
**CNI**  
**Nombre Entidad Experta Postulante**

Se entenderá que existe Conflicto de Interés, cuando alguno de los/las gerentes/as, administradores/as, representantes, directores/as o socios/as dueños/as de más del 50% del capital de un/a Beneficiario/a, o el mismo, como persona natural, sea a la vez gerente/a, administrador/a, representante, director/a o socio/a dueño/a de más del 50% del capital de la Entidad Consultora o del Agente Operador Intermediario; o que entre los/as gerentes/as, administradores/as, representantes, directores/as o socios/as dueños/as de más del 50% del capital de éstos, exista un vínculo de cónyuge, hijo/a, adoptado/a o pariente hasta el segundo grado de consanguinidad o afinidad, inclusive; así como la existencia de cualquier otra circunstancia que les reste imparcialidad en la ejecución, desarrollo o supervisión de los proyectos.





## ANEXO II DECLARACIÓN JURADA

Yo, (NOMBRE O RAZÓN SOCIAL Y RUT DEL PROPONENTE), vengo en declarar bajo juramento que el proponente no ha sido condenado por prácticas antisindicales o infracción a los derechos fundamentales del trabajador o por delitos concursales establecidos en los artículos 463 y siguientes del Código Penal, dentro de los dos años anteriores.

---

NOMBRE DEL OFERENTE Y RUT

---

NOMBRE, FIRMA Y RUT DEL REPRESENTANTE LEGAL

\_\_\_\_ (anotar ciudad), \_\_\_\_ (anotar día) de \_\_\_\_ (anotar mes) de 2021





**ANEXO III  
PRESUPUESTO**

NOMBRE EMPRESA:

Bien o Servicios Valor Neto	Impuestos aplicables	Valor Total Bruto

Valor Máximo Bruto total: \$5.450.000.- (cinco millones cuatrocientos cincuenta mil pesos), impuestos incluidos, si los hubiere.

---

NOMBRE DEL OFERENTE Y RUT

\_\_\_\_\_ (anotar ciudad), \_\_\_\_ (anotar día) de \_\_\_\_\_ (anotar mes) de 2021





**ANEXO IV  
EXPERIENCIA DE LA EMPRESA**

Especifique experiencias de trabajo comprobables de la empresa en proyectos relacionados

N°	Nombre del Proyecto	Nombre de institución mandante	Monto del Proyecto (en pesos)	Fecha de inicio y término	Descripción principales productos de la Consultoría	Nombre y teléfono de contacto de la contraparte
1						
2						
3						

---

NOMBRE DEL OFERENTE Y RUT

\_\_\_\_\_ (anotar ciudad), \_\_\_\_ (anotar día) de \_\_\_\_\_ (anotar mes) de 2021





**ANEXO V**  
**EXPERIENCIA PROFESIONAL-JEFE DE PROYECTO**

1.- ANTECEDENTES

Nombre jefe de Proyecto:

RUT:

Profesión:

2.- EXPERIENCIA PROFESIONAL

Experiencia profesional como jefe de Proyecto: Especifique experiencias, en los últimos 5 años realizando labores de supervisión en el *Diseño e implementación Plan de Marketing 360° de enoturismo y turismo de naturaleza o planes de marketing a fin.*

N°	Nombre del Proyecto a cargo	Región (es) / ciudad (es)	Empresa o institución cotratante	Fecha de inicio y término	Funciones / Productos generados	Nombre y teléfono de contacto de la contraparte
1						
2						
3						
4						
5						

\_\_\_\_\_  
NOMBRE DEL OFERENTE Y RUT

\_\_\_\_\_ (anotar ciudad), \_\_\_\_ (anotar día) de \_\_\_\_\_ (anotar mes) de 2021





## ANEXO VI EXPERIENCIA PROFESIONALES

### 1.- ANTECEDENTES GENERALES PROFESIONAL

Nombre profesional:

RUT:

Profesión:

### 2.- EXPERIENCIA PROFESIONAL

Experiencia en *Diseño e implementación Plan de Marketing 360° de enoturismo y turismo de naturaleza o planes de marketing a fin*

N°	Nombre del Proyecto a cargo	Región (es) / ciudad (es)	Empresa o institución cotratante	Fecha de inicio y término	Funciones / Productos generados	Nombre y teléfono de contacto de la contraparte
1						
2						
3						
4						
5						

NOTA 1: El anexo debe ser individualizado por cada profesional que cuente con la experiencia en la materia. En caso que alguno de los profesionales no posea experiencia, este anexo debe completarse únicamente con los antecedentes generales, entregándose de igual forma.

NOTA 2: Se considerará este criterio cumplido identificando al menos una experiencia profesional en materia.

NOTA 3: Se podrán registrar hasta 5 experiencias máximo por profesional.





---

NOMBRE DEL OFERENTE Y RUT

\_\_\_\_\_ (anotar ciudad), \_\_\_\_ (anotar día) de \_\_\_\_\_ (anotar mes) de 2021

