

## DESAFÍO ENOTURISMO CHILE

Diseño e implementación de un plan estratégico de marketing para el posicionamiento y activación del enoturismo en el mercado nacional.

*La estrategia de posicionamiento de los destinos enoturísticos de Chile, promovida por el Programa Estratégico Transforma Enoturismo Chile en conjunto con sus empresas socias e instituciones públicas aliadas, considera dos etapas de implementación. Una primera de diseño y primeras acciones de implementación, que corresponde a la presente licitación, junto con una segunda etapa en 2021-23 orientada a dar mayor alcance de las definiciones de la etapa I y puesta en marcha de la estrategia de la etapa II (mediano Plazo).*

*La actual licitación considera un monto que cubre el total de la capacidad de financiamiento del Programa para el año 2020. Es por lo mismo que uno de los objetivos de ésta consiste en invitar a los oferentes a presentar propuestas innovadoras, capaces de generar conexiones y alianzas con terceros que puedan amplificar el alcance de la campaña y al apalancamiento de recursos 2020 y 2021 disponibles inicialmente para su implementación.*

*Se espera contar con propuestas que respondan a los productos solicitados, en base a la estructura definida en las bases técnicas. Sin embargo, se da libertad para incorporar innovaciones que promuevan el cumplimiento de los objetivos definidos, por medio de estrategias que excedan los productos definidos explícitamente en las bases.*

### RESPUESTAS A PREGUNTAS FORMULADAS POR LOS LICITANTES

N°	Fecha	Tipo	Preguntas y respuestas
1	25.08.2020	P	Hola me gustaría saber si los montos ofrecidos en 1° y 2° etapa son solo para honorario o incluye la inversión en medios?
		R	<p>La actual licitación considera un monto que cubre el total de la capacidad de financiamiento del Programa para el año 2020, es por ello que los montos ofrecidos, tanto para la etapa N°1 y N°2, no son solo para honorarios, sino que el oferente deberá considerar en su propuesta un porcentaje para inversión en medios.</p> <p>Cabe destacar que uno de los objetivos generales de la licitación consiste en invitar a los oferentes a presentar propuestas innovadoras, capaces de generar conexiones y alianzas con terceros que puedan amplificar el alcance de la campaña y al apalancamiento de recursos mediante un Plan de Alianzas Estratégicas (objetivo estratégico N°4).</p>

2	25.08.2020	P	En los Objetivos Específicos de la licitación mencionan: "Desarrollar un plan de medios". ¿Es un entregable de esta etapa este plan de medios? Sí la respuesta fuera sí; Presupuesto y período de campaña que tienen para eso?
		R	Si es un entregable, precisamente en el objetivo específico N°3 se solicita desarrollar un Plan de Medios, el cual es efectivamente un entregable de la etapa N°1. El presupuesto disponible es de \$12.000.000 (doce millones de pesos, impuestos incluidos) para la etapa 1, con un tiempo estimado de 3 meses hasta el 30 de diciembre de 2020 (ver título II.7 "Presupuesto Disponible y Modalidad de Pago" en Bases Generales Administrativas).
3	25.08.2020	P	<p>Pregunta: Estimados, mis dudas son puntuales a los recursos del proyecto:</p> <p>3.1. En la página 6 del brief, se menciona: "El presupuesto considera fees y medios digitales". La pregunta es: si no hay aún KPI específicos en plataformas digitales, ¿existe un mínimo porcentual del presupuesto a destinar a medios en comparación al fee de desarrollo creativo?</p> <p>3.2. ¿Existe un presupuesto aparte para la producción de las piezas creativas (ejemplo KV y Videos)? En caso de que no, como agencia que trabaja con varias marcas chilenas en la industria, podemos usar materiales de las campañas, sin embargo la creatividad se verá muy limitada.</p> <p>Muchas gracias.</p>
		R	<p>3.1. Ver respuesta a pregunta N°1.</p> <p>3.2. No existe un presupuesto exclusivo para la producción de piezas gráficas, sin embargo, se pondrá a disposición del adjudicatario todo el material anteriormente desarrollado y disponible en el Programa Enoturismo Chile.</p>
4	27.08.2020	P	El Anexo N°5 Oferta Económica solicita el monto total de la oferta, considerando los presupuestos disponibles indicados por Enoturismo Chile: ¿Este monto debe incluir el valor total ofertado para ambas etapas (1 Corto plazo y 2 Mediano plazo), es decir la suma de ambas? ¿o debe ser diferenciado por etapa?
		R	Se espera que se presente la oferta económica del Anexo N°5, diferenciado por etapas. Recordar que el presupuesto de la etapa N°2 es referencial base y está sujeto a la aprobación del plan trienal del Programa Estratégico Enoturismo Chile y a la asignación presupuestaria anual a definir por el Comité Ejecutivo (revisar título II.7 "Presupuesto disponible y modalidad de pago" de las Bases Administrativas Generales)
5	27.08.2020	P	<p>Hola, nuestras preguntas son:</p> <p>5.1. ¿Cuentan con un presupuesto para producción?</p> <p>5.2. Si la idea de campaña (por la producción de ésta) requiere mover la fecha de salida o publicación, podemos considerar una nueva fecha?</p> <p>5.3. ¿Cuentan actualmente con embajadores de marca o influencers?</p>
		R	<p>5.1. La licitación no contempla un presupuesto exclusivo para producción.</p> <p>5.2. Si, es posible un cambio en la fecha de publicación, sin embargo, ésta siempre tendrá que ser validada por el programa Enoturismo Chile y deberá ajustarse a la planificación establecida.</p>

			5.3. No contamos actualmente con embajadores de marca ni influencers.
--	--	--	---

6	31.08.2020	P	<p>En el punto 2.6.2 b) de las Bases de Licitación, correspondiente a Experiencia y equipo de trabajo, se indica en el primer párrafo que se debe incluir la experiencia, incluyendo referencia de clientes y portafolio, sin embargo el formulario aludido (Anexo N2) no explicita dichos campos en la tabla a rellenar. ¿Es posible añadir información que detalle la experiencia solicitada?</p> <p>Asimismo, en el segundo párrafo se solicita experiencia profesional en proyectos similares y competencias, no obstante dichos términos no se encuentran contenidos en la tabla a rellenar. Entendemos que más que cargos en distintas instituciones, lo que se solicita es verificar la experiencia en proyectos relacionados. ¿Se puede añadir información al formulario?</p>
		R	<p>Para incorporar la experiencia especificada de la agencia como unidad empresarial, se debe utilizar el anexo N°3 "Currículum Empresarial", así mismo, para integrar la experiencia de cada integrante del equipo, utilizar el anexo N°2 "Currículum profesionales".</p> <p>Si se requiere ampliar los campos de estos anexos para añadir mayor información, no existe problema alguno.</p>

7		P	<p>¿El manejo de redes sociales (implementación de campaña, reportería, patrocinios) es parte de la propuesta de trabajo y por lo tanto se debe incluir en los costos? O eso lo seguirán viendo ustedes como hasta hoy?</p>
		R	<p>El manejo de redes sociales seguirá siendo labor del equipo de Comunicaciones del Programa Enoturismo Chile, sin embargo, será labor del oferente adjudicatario desarrollar los insumos para ello, como piezas gráficas y formatos en medios digitales y RR.SS., así como mantener una estrecha colaboración con el área y equipo de trabajo para la implementación y seguimiento de la estrategia propuesta.</p>