

REQUERIMIENTOS PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE “DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE COMUNICACIONES Y VISIBILIZACIÓN DEL PROGRAMA SANTIAGO, CAPITAL DEL TURISMO DE MONTAÑA” – PROYECTO CÓDIGO 19PEDR-123146-3, IMPLEMENTACIÓN ETAPA 2, AÑO 4.

ANTECEDENTES

La prestación del servicio solicitado a contratar se enmarca en el Programa “Transforma” de Corfo RM y administrado por la Corporación Regional de Desarrollo Territorial y Turismo de la Región Metropolitana, en adelante “la Corporación”. Dicho programa se denomina “Santiago Capital de Turismo de Montaña”, en adelante “Programa Andes Santiago”, el cual busca impulsar el desarrollo del territorio de montaña de Santiago como un destino turístico internacional, de calidad, competitivo y diversificado mediante la puesta en valor del territorio y el desarrollo de una oferta turística variada, accesible y de calidad que funcione durante todo el año para capturar la creciente demanda local, nacional y extranjera del turismo de montaña y todas las actividades asociadas a éste.

Su área de estudio corresponde a aquellas comunas con mayor territorio inmerso en el área cordillerana, esto es, Lo Barnechea y San José de Maipo, y el territorio correspondiente a Parque Cordillera, la red de parques naturales de la Región Metropolitana y pertenecientes a la asociación del mismo nombre, abarcando parte de las comunas de Las Condes, La Reina, Peñalolén y La Florida.

CONTEXTO DEL SERVICIO A CONTRATAR

El presente servicio se enmarca en los proyectos definidos en la Hoja de Ruta 2020 - 2029 del programa Transforma Andes Santiago, actualizada en 2023, específicamente se relaciona con el Eje 5. “Promoción y Difusión del destino”, cuyo objetivo es posicionar el destino y cada uno de sus productos y servicios en el circuito del turismo de aventura y naturaleza, a nivel regional, nacional e internacional. La brecha asociada es la **N° 8: “Bajo posicionamiento del destino”**

Para abordar esta brecha se requiere del servicio de diseño e implementación de un Plan de Comunicaciones que incluya el diseño de material y piezas gráficas, gestión de prensa, manejo de Redes Sociales y posicionamiento tanto del Programa Andes Santiago, como del territorio de montaña y destinos que abarca, en medios de comunicación masivos y especializados (de turismo y turismo de montaña), que incorpore gestión con medios locales, nacionales e internacionales y permita realizar acciones de difusión en diversas plataformas con el **objetivo de posicionar al Programa, territorio de montaña y destinos**

que abarca, y sus actividades con empresas y actores claves ligados a la montaña. A su vez, posicionar el destino y cada uno de sus productos y servicios en el circuito del turismo de aventura y naturaleza, a nivel regional, nacional e internacional.

Cabe destacar que el programa ya cuenta con una imagen de marca y relato del destino, el que será entregado al adjudicatario para su consideración.

DESCRIPCIÓN DEL REQUERIMIENTO TÉCNICO

1. OBJETIVO DEL SERVICIO

Diseñar y ejecutar un Plan de Comunicaciones para el año 4 de implementación de la hoja de ruta actualizada del Programa Transforma **“Santiago Capital del Turismo de Montaña”**, que considere acciones que contribuyan a posicionar al Programa, territorio de montaña y destinos que este abarca.

2. ACTIVIDADES Y PRODUCTOS A DESARROLLAR

El adjudicatario del servicio (agencia de comunicaciones) deberá cumplir con los siguientes requerimientos:

- i. **Dar continuidad y optimizar la estrategia comunicacional del Programa, territorio de montaña y destinos que abarca**, implementada durante su primer trienio de ejecución, para difundir y comunicar las acciones que realiza el “Programa Andes Santiago” en el marco de la implementación de la hoja de ruta, siendo diferenciada por canal de comunicación y audiencia a la cual va dirigida (gobernanza, actores claves, empresas turistas y sociedad civil). Se deberá incorporar dentro del diseño y ejecución de esta estrategia, un plan de medios y un punto específico de marketing digital asociado al programa, que considere RRSS, propuesta de contenidos dinámicos y de valor. Una vez elaborada la estrategia, esta debe ser validada por el comité ejecutivo del programa.
- ii. **Newsletter mensual de las actividades del programa, territorio de montaña y destinos que abarca**, dirigido a la base de datos del programa, compuesta por la gobernanza, actores claves y empresarios/as del territorio. El newsletter debe contener al menos lo siguiente: artículos o entrevistas relevantes para el territorio, notas con las principales actividades desarrolladas por el programa, calendario de eventos, llamados, concursos, proyectos, entre otros (del programa y/o la gobernanza)
- iii. **Gestión de prensa en medios masivos y especializados** para el Programa, territorio de montaña y destinos que abarca, tanto de alcance regional, nacional, como internacional. Desarrollo y publicación en medios masivos de al menos 1 nota y/o reportaje en medios de alcance internacional, al menos 2 de alcance nacional y al

- menos 4 notas y/o reportajes en medios de alcance regional. Se debe considerar un aumento de al menos un 10% de la participación en medios del programa respecto al año anterior. Cada vez que el programa realice un evento o actividad relevante, la agencia de comunicaciones debe considerar la gestión de prensa que difunda dicha actividad. Creación de un archivo consolidado que registre la gestión de prensa en medios. La definición de reportajes, notas y entrevistas publicadas deberá ser acordada mediante reuniones de pauta con la Corporación y Equipo Técnico, y así trabajar en base a hitos del Programa.
- iv. **Generar y difundir la bajada de contenidos en función de los productos del programa**, para ser difundidos al público objetivo en las distintas plataformas (off y online). Se deberá incluir el diseño de contenido en material gráfico para sitio web, RRSS, emailing, entre otros, que considere infografías, producción de material audiovisual de rápida respuesta. Se deben especificar indicadores mínimos para el cumplimiento de este punto del contrato (número de gráficas, videos, historias, reels, publicaciones orgánicas y de pago), así como el presupuesto que debe considerar para publicidad de pago como parte de la ejecución de la estrategia de marketing digital del programa.
 - v. **Publicación, actualización y mantención periódica de contenidos comunicacionales en los sitios web www.andesstgo.cl y g.andesstgo.cl** (se utiliza administrador de contenidos Wordpress) y RR.SS tales como FB, IG, X, LK, YT del programa Andes Santiago, que incluya informes con análisis, hallazgos y oportunidades de mejora sobre tráfico y comportamiento de dichas plataformas, en función de la estrategia en ejecución y las audiencias objetivo (turistas, empresas, gobernanza, entre otros). Actualización de plugins, cuando se requiera. Revisión y actualización de contenidos en el sitio web. Gestionar y cargar contenidos y fotos actualizadas. Considerar además la actualización de catálogo digital de empresas turísticas del destino dispuestas en la plataforma.
 - vi. **Diseñar y proponer un plan de campaña digital pagada en RRSS** (como FB, IG, LK) y Google Adwords para el sitio web Andes Santiago, esto dentro de los dos primeros meses de la asesoría. Una vez elaborado el plan de inversión, la agencia deberá financiar al menos \$500.000 y ejecutar la inversión en promoción.
 - vii. **Apoyo en la organización, cobertura, difusión, generación de contenidos y gestión de prensa para eventos** desarrollados por el programa y/o sus socios. Debe asegurar participación en eventos organizados por el programa o socios estratégicos del mundo público y privado con el propósito de expandir su mensaje y propuesta.
 - viii. **Construcción de contenidos y un plan de difusión** que busca generar conciencia turística y cultura de montaña en el destino, para lo cual se deberán considerar contenidos específicos para la montaña y su difusión RRSS, notas educativas, acciones informativas y calendario de actividades sobre el cuidado al ecosistema de montaña.
 - ix. **Relacionamiento y calendario de eventos con stakeholders del programa.** Desarrollar en conjunto con el equipo, un mapa de poder-influencia de stakeholders, junto a una justificación de su rol y un calendario trimestral de eventos y actividades de la industria que permita evaluar pertinencia de participación en diferentes

niveles para el equipo del Programa y su Comité Ejecutivo. Para ello, debe mantener una estrecha coordinación con las contrapartes públicas sectoriales y regionales, actores claves, organizaciones de la sociedad civil, empresas del destino y otros, de modo de realizar sinergias entre actividades y contenidos a difundir, relevando, por ejemplo, casos de éxito de diferentes territorios.

- x. **Entrega de la totalidad de los elementos gráficos originales que diseñe y produzca** el adjudicatario, en archivos digitales editables, que se generen a través de esta consultoría. Esto incluye diseños gráficos digitales y para impresos, audiovisuales, documentos de texto, podcast, entre otros.
- xi. **Participación de al menos un representante de la agencia de comunicaciones en una reunión de frecuencia semanal**, que permita la coordinación con el equipo técnico del Programa. Adicionalmente, deberá participar cuando sea necesario en el Comité Ejecutivo, Consejo Directivo y/o Comité gestor de Promoción y Difusión.
- xii. **Informe trimestral de seguimiento e informe final de todas las actividades realizadas** en el periodo, así como reportería de los principales indicadores de seguimiento. Este informe será presentado al equipo del Programa Andes Santiago para evaluar conjuntamente mejoras al plan. Al culminar la asesoría, se deberá presentar ante el Comité Ejecutivo del programa un reporte con los principales resultados y hallazgos (positivos y negativos) en la ejecución y oportunidades y propuestas de mejora.

3. ASPECTOS METODOLÓGICOS

El proponente debe presentar su propia metodología de trabajo para alcanzar los objetivos de la asesoría y los productos entregables. Si perjuicio de lo anterior, la metodología propuesta debe contener al menos:

- i. **Coordinación comunicacional:** Para la consecución de los objetivos descritos se designará una contraparte formal y de jerarquía para el proyecto, con quien se realizará una reunión semanal de seguimiento, discusión de objetivos, planes de acercamiento a stakeholders, presentación de informes de avance y definición de oportunidades comunicacionales concretas. La contraparte debe asegurar el envío de actas y seguimiento de compromisos. Además, se deberá considerar la coordinación constante con la Subgerencia de Comunicaciones de la Corporación Regional, con comunicaciones de Corfo RM y comunicaciones de los Programas Transforma de Corfo.
- ii. **Gestión de Prensa:** Presentar cómo se contactará a los medios de comunicación y se elaborarán los mensajes claves según audiencias y cómo se definirá y trabajará con voceros, embajadores y/o amigos del programa. Debe definir una cantidad de publicaciones e interacciones en las diferentes plataformas del Programa Andes Santiago y en medios, de manera mensual, para esto se debe considerar como mínimo el número de publicaciones del periodo anterior 2023, lo que se refleja en el siguiente cuadro resumen*:

Plataforma/medio	Numero de Publicaciones 2023
Medios digitales	47 apariciones
Facebook	111 publicaciones
X (Twitter)	216 publicaciones
LinkedIn	127 Publicaciones

*Detalles de publicaciones serán entregados al adjudicatario para considerar en el proceso de ajuste metodológico.

- iii. **Actualización permanente de sitios web:** se deberán mantener actualizados los sitios web en función de la dinámica del programa con el fin de reflejar una imagen de organización viva y proactiva, incorporando contenidos como notas, cursos, calendario de actividades en montaña, entre otros.
- iv. **Newsletter mensual:** Deberá preparar, diseñar y enviar el contenido para un Newsletter a la base de datos del programa, definiendo fechas de presentación del borrador y fechas de envío.
- v. **Gestión de contenidos gráficos y audiovisuales para RRSS y otras plataformas:** El adjudicatario deberá elaborar el contenido gráfico y audiovisual, de ser requerido, para el posteo de mensajes para las RRSS del programa con la periodicidad que se requiera para mantener estas plataformas en constante interacción con la comunidad y públicos objetivo, presentando una propuesta de planificación de las acciones a realizar en RRSS (grilla mensual de contenidos por cada RRSS).
- vi. **Diseño y ejecución de una campaña pagada en redes sociales,** según las condiciones y periodo estimado señalado anteriormente en estos TDR.
- vii. **Construcción de contenidos y un plan de difusión** que busca generar conciencia turística y cultura de montaña en el destino.
- viii. **Elaboración y entrega de los informes solicitados,** detallando el contenido que tendrá cada uno de ellos.
- ix. **Utilización de las normas graficas** definidas por Corfo y la Corporación Regional, así como el brandbook de Andes Santiago.

4. PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA

Los proponentes deberán describir la propuesta de trabajo respecto de todos los servicios a contratar, en la cual deberá realizar una descripción pormenorizada de los servicios ofrecidos en función a los requerimientos. De esta manera, deberán al menos contener:

- i. Metodología y actividades.
- ii. Plan de trabajo detallado y Carta Gantt.
- iii. Descripción de productos finales, de acuerdo con lo solicitado en punto 2 de los términos de referencia "ACTIVIDADES Y PRODUCTOS A DESARROLLAR"
- iv. Experiencia del oferente (empresa, agencia de comunicaciones): Antecedentes generales de la empresa, informando experiencia específica y demostrable que posee en el tema de la presente licitación. No se considerará dentro de la evaluación

antecedentes recibidos que no sean experiencia demostrable y que no tengan relación con el tema licitado. Para la acreditación de experiencia, el oferente puede presentar certificados y cartas emitidas por los clientes, resoluciones de adjudicación, contratos u otro documento formal que pueda verificar el trabajo realizado.

- v. Equipo de trabajo propuesto: Deberá incluir organigrama, nombre de los profesionales, títulos/profesión, cargo y detalle de principales funciones a realizar en la asesoría y cantidad de horas al mes dedicadas a la asesoría, entre otros.
- vi. Experiencia del equipo de trabajo: Currículo Vitae de cada uno de los profesionales comprometidos y documentos que acrediten su profesión, informando la experiencia específica que tienen en este tipo de proyectos (experiencia y conocimiento de comunicaciones para iniciativas, organismos, programas y/o empresas de turismo). Se evaluará positivamente aquellos profesionales con experiencia en el sector público, programas público-privados y de turismo. Para la acreditación de experiencia del equipo de trabajo se pueden presentar certificados y cartas emitidas por las empresas contratantes/clientes, contratos u otro documento formal que pueda verificar el trabajo realizado.
- vii. Propuesta económica: El monto máximo considerado para este servicio es de \$14.500.000 bruto. El IVA y demás impuestos que lo afectan, y cualquier otro gasto en que incurra el proveedor con motivo de la ejecución de la consultoría será de su exclusivo cargo. Se solicita que la propuesta pueda detallar cada uno de los servicios que se solicita con su valor correspondiente.
- viii. Valor agregado: En la propuesta se requiere que el oferente considere elementos/ acciones/ actividades adicionales que permitan entregar un producto final mejor o más completo que el esperado. Lo anterior formará parte de la evaluación de la licitación.

5. REQUISITOS Y ANTECEDENTES DEL PROPONENTE

Podrán participar en esta licitación, las personas jurídicas nacionales o extranjeras que cuenten con experiencia en el desarrollo de los servicios objeto de la presente contratación, y cuenten con personal calificado y con experiencia acreditada en las distintas disciplinas inherentes a esta consultoría. Además, deberán contar con la organización, equipos e infraestructura adecuada para garantizar la calidad de los servicios ofrecidos.

6. PLAZO DE EJECUCIÓN DEL SERVICIO

El Presente servicio tiene como plazo máximo de ejecución de 10 meses a partir de la firma del contrato, o **hasta el 24 de noviembre de 2024**, lo que se cumpla primero. Se contempla la posibilidad de prórroga de un mes en el evento de tener disponibilidad presupuestaria y aprobación de pertinencia técnica por parte de Corfo RM, lo cual se comunicaría y formalizaría previo a la fecha de finalización del contrato.

7. RECEPCIÓN DE PROPUESTAS

Envío de ofertas y plazos:

Las ofertas deberán enviarse como máximo el **21 de marzo**, hasta las **13:00 horas**, al correo cruz@corporacionrm.cl

Las consultas se recibirán en la misma casilla de correo hasta el día **martes 19 de marzo de 2024**, hasta las **12:00 horas** y las respuestas serán publicadas el día **miércoles 20 de marzo de 2024** en el sitio web de la corporación, sección licitaciones. No se aceptarán ni responderán consultas planteadas por un conducto diferente al señalado o vencido el plazo dispuesto al efecto.

Los participantes deberán enviar por correo electrónico los archivos adjuntos o un enlace en la nube para descarga (cuando el conjunto de archivos supere los 15 MB) de la carpeta digital sus respectivos documentos, solamente en formato Word, Excel o pdf.

El rotulado de la información que se envíe debe decir **“Servicio de diseño e implementación de un plan de comunicaciones y visibilización del Programa Santiago, Capital del Turismo de Montaña 2024”**

Las postulaciones que no sean entregadas dentro del plazo y hora establecidos en las presentes bases serán declaradas inadmisibles.

8. CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA

La evaluación de las propuestas recibidas será efectuada por una comisión evaluadora. Esta comisión asignará puntajes a cada una de las propuestas considerando los criterios y sistema de notas definidas por estas bases. Resultará adjudicada, la propuesta que obtenga la mayor puntuación. Se dejará constancia al momento de la apertura, de la recepción u omisión de los antecedentes generales solicitados. Se creará una Comisión de Evaluación, la cual hará una propuesta al Comité Ejecutivo del Programa Andes Santiago, el cual será finalmente quien decida la adjudicación de la licitación.

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

Propuesta técnica	35%
Descripción del oferente y experiencia de la empresa	20%
Experiencia del equipo de trabajo	20%
Valor agregado a la propuesta	20%
Oferta económica	5%

La evaluación de cada uno de los factores será de 1 a 5 de acuerdo con la siguiente valoración:

- 5 = Muy bueno
- 4 = Bueno
- 3 = Más que regular
- 2 = Regular
- 1 = Insuficiente

No serán técnicamente aceptables las ofertas que:

- a) La Comisión de Evaluación califique con nota 1, en cualquiera de los factores.
- b) Hayan obtenido nota final promedio inferior a 3.
- c) No cumplan con cualquier otro requisito estimado como esencial por la Comisión de Evaluación.

8.1 Presentación de la propuesta al Comité Ejecutivo del Programa Andes Santiago

Sólo si la comisión evaluadora lo estima pertinente, se citarán a la o las empresas para que realicen una presentación en 15 minutos de los principales aspectos de su oferta técnica. Esto se realizará mediante una plataforma telemática de video conferencias. Se comunicará a las empresas preseleccionadas por correo electrónico el día, hora y plataforma para su realización.

8.2 Mecanismo de resolución de empates

En caso de presentarse un empate entre 2 o más ofertas, ello se resolverá adjudicando al oferente que hubiese obtenido el mayor puntaje en el criterio "Propuesta técnica". Si aplicando la fórmula anterior aún persiste el empate entre oferentes, dicha situación se resolverá adjudicando al oferente que hubiese obtenido el mayor puntaje en el criterio "Descripción del oferente y experiencia de la empresa". De persistir el empate, se adjudicará al oferente que hubiese obtenido el mayor puntaje en el criterio "Experiencia del equipo de trabajo" y, finalmente, de continuar aun así empatados los oferentes, se adjudicará al oferente que hubiese obtenido el mayor puntaje en el criterio "Valor agregado a la propuesta".

8.3 Acta de Evaluación

De la evaluación resultante se elaborará un acta que será suscrita por los integrantes de la Comisión Evaluadora, indicando el detalle de las ofertas evaluadas y sus puntajes por criterio y total, las ofertas no admitidas y que no fueron evaluadas, la oferta adjudicada o si la licitación es declarada desierta.

9. ADJUDICACIÓN

La licitación será adjudicada al oferente que obtenga mayor puntaje ponderado, de acuerdo con los criterios de evaluación indicados precedentemente. La adjudicación se resolverá dentro del plazo estimado, establecido en el calendario de estas bases, que se estima en 15 días corridos. Si la adjudicación no se realizase dentro del término señalado, se informará a través de correo electrónico o en el sitio web de la Corporación Regional si corresponde, las razones que justifican, debiendo indicar el nuevo plazo para cumplir dicho trámite, no pudiendo este nuevo plazo exceder en total los 30 días hábiles desde la fecha inicialmente fijada para la adjudicación.

La adjudicación de la propuesta se hará por el Acta de Evaluación evacuada por la Comisión Evaluadora, que ponderará las ofertas de acuerdo con los criterios de evaluación previamente establecidos en las bases, que permitan definir al adjudicatario que haya obtenido el más alto puntaje ponderado.

El acto administrativo que adjudica la licitación se enviará por comunicación formal a través del correo electrónico del contacto que indicó la empresa adjudicada en su propuesta. En la misma forma se comunicará, en caso de ocurrir, el hecho de haberse declarado sin efecto o desierta la licitación.

El adjudicatario deberá comprometerse a implementar el servicio en los plazos acordados con la Corporación Regional de Desarrollo territorial y Turismo.

En el caso que el adjudicatario no entregue la garantía de fiel, íntegro y oportuno cumplimiento, no concurriere a suscribir el contrato, o no presente los documentos solicitados en el plazo señalado por la Corporación, se entenderá que ésta no acepta la adjudicación, pudiendo la Corporación Re adjudicar la licitación al postulante que hubiere ocupado el segundo lugar o siguiente en su caso, o en su defecto, declarar desierta la licitación, o sin efecto. El oferente ubicado en el segundo lugar, en su caso, deberá cumplir con la entrega de la garantía de fiel, íntegro y oportuno cumplimiento del contrato (si correspondiese) y la documentación legal correspondiente dentro de los mismos plazos, en la forma y condiciones establecidas en las presentes bases.

Sólo cuando corresponda y se considere en las bases, la Corporación podrá adjudicar a una o más empresas para contratar dicho servicio. La Corporación no estará obligada a comunicar las causas por las cuales no se adjudicó el servicio a los oferentes no favorecidos. Asimismo, tampoco estará obligada a comunicar a los oferentes no favorecidos el nombre ni las condiciones técnicas o precios en que fue adjudicado el servicio objeto de estas bases.

10. CONTRATACIÓN

La empresa adjudicada deberá presentar los siguientes documentos para tramitar la contratación e inicio de los servicios:

- Fotocopia del RUT de la Empresa y de su Representante Legal.
- Personería del Representante Legal, descrito en la constitución de la empresa.
- Certificado de Vigencia actualizado (30 días de vigencia) de la empresa.
- Certificado de antecedentes laborales, pago de Leyes Previsionales y Seguro de Desempleo (F30 y F30-1, vigentes al momento de la postulación).
- Garantía de fiel cumplimiento del contrato por un monto equivalente al 10% del valor del contrato (impuestos incluidos), la que deberá ser otorgada mediante boleta de garantía, póliza de seguro o certificado de fianza.

11. GARANTÍAS

La empresa, sociedad o persona natural adjudicada deberá presentar una garantía de fiel cumplimiento de contrato por el 10% del total del monto adjudicado, a favor de la Corporación de Desarrollo Territorial y Turismo.

La garantía debe tener una extensión hasta los 60 días seguidos corridos y siguientes a la terminación del contrato.

12. PRESENTACIÓN DE INFORMES

Los informes parciales serán trimestrales, considerando la propuesta de la empresa en sus contenidos y lo que se acuerde en el “Ajuste Metodológico”, una vez adjudicada la Asesoría. El informe final corresponderá al resumen de los principales resultados y hallazgos de la realización de toda la asesoría. Este informe es adicional al informe parcial trimestral que corresponda al último periodo de ejecución. Para su aprobación por parte del equipo técnico del programa, los informes de avances deberán ser enviados al correo electrónico de la contraparte técnica y presentados en los siguientes formatos: a) Presentación Power Point o similar b) Documento de Word.

13. PAGOS

El pago de los servicios se efectuará en 3 estados de pagos, previo envío del material requerido y de la factura correspondiente. El primer pago, equivalente a un 33% del total del contrato impuestos incluidos, luego de entregado el primer informe trimestral que dé cuenta de todas las actividades realizadas; el segundo, equivalente a un 33% del valor del contrato impuestos incluidos, se realizará luego de la entrega del segundo informe trimestral que dé cuenta de todas las actividades realizadas. El tercer y último pago, corresponde a un 34% del valor total del contrato impuestos incluidos, se realizará luego de

la entrega del tercer informe trimestral e informe final que dé cuenta de todas las actividades realizadas.

Todas las entregas deberán estar previamente aceptadas y aprobadas por el equipo de Andes Santiago y ser validadas por la Gerencia de Turismo de la Corporación, para proceder al pago correspondiente.

14. TERMINO ANTICIPADO DEL CONTRATO

La Corporación se reserva el derecho de suspender o poner término anticipado al contrato 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 la Corporación 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. Algunas de las causales para poner término anticipado son:

- a. Si el contratado incurre en incumplimiento del contrato, especialmente cuando no se realicen los servicios o trabajos contratados o se retrasen de manera injustificada.
- b. Disolución de la empresa adjudicada.
- c. Atraso injustificado en el cumplimiento de plazos estipulados para la ejecución del servicio o trabajos por el mismo oferente en su presentación de carta Gantt.
- d. Término anticipado del programa Transforma “Santiago Capital de Turismo de Montaña”

15. PROPIEDAD INTELECTUAL

La propiedad intelectual de los productos o resultados de servicios contratados por la presente asesoría serán de titularidad secundaria de la Corporación de Desarrollo Territorial y Turismo (Ejecutor del programa Transforma “Santiago Capital de Turismo de Montaña”), cualquiera sea la naturaleza de la obra creada o realizada. La Corporación (Ejecutor) autorizará a la Corporación de Fomento para la Producción (CORFO) para utilizar la creación que fuese encargada al tercero, mediante documento que autoriza su uso. El uso que se haga de la obra deberá ajustarse a lo establecido en la ley N° 17.336 sobre la propiedad intelectual y, en especial, a lo dispuesto en el artículo 18 de la citada ley.

El adjudicatario no podrá ceder o compartir los derechos de propiedad intelectual a terceros, tanto de las metodologías, productos y/o resultados del servicio, en ninguna circunstancia.

Cualquier publicación y/o difusión parcial o total de los productos y/o resultados generados por esta asesoría, deberán contar con autorización de la Corporación, siendo responsabilidad de esta la tramitación de dicha autorización.

16. USO DE IMAGEN DE MARCA

El servicio deberá ejecutarse usando la imagen de marca provista por Corfo para los proyectos Transforma y seguir las indicaciones para su correcto uso en los materiales, señaléticas, plataformas, medios de difusión u otros que comprendan la operación del servicio. Asimismo, en toda actividad pública y privada, que se efectúe para difundir el proyecto, ya sea durante su ejecución y hasta el término de vigencia del presente convenio, así como también en medios escritos o audiovisuales, deberá señalar expresamente que el proyecto es apoyado por Corfo.

17. ACEPTACIÓN DE LAS BASES

La presentación de la oferta implica la aceptación por parte del oferente de todas y cada una de las disposiciones contenidas en las presentes Bases, las normas y condiciones que regulan tanto el mecanismo de licitación, selección y adjudicación, así como la ejecución del contrato, sin necesidad de declaración expresa. Con el objeto de proteger la propiedad intelectual de las ofertas técnicas, éstas no serán visibles una vez adjudicada la licitación.

18. SUBCONTRATACIÓN

El contratado deberá ejecutar el contrato con personal propio. No obstante, respecto de aquellos servicios que por naturaleza de las prestaciones requeridas deban ser subcontratados, y siempre que dicha situación se encuentre señalada en la Oferta Técnica y/o en las Bases, se podrá subcontratar la prestación del servicio, en los términos previstos en la Oferta o en las Bases. Cualquier cambio en los proveedores, equipo de trabajo, como asimismo las subcontrataciones adicionales, deberán contar en forma previa con autorización expresa y por escrito de la Contraparte Técnica de la Corporación de Desarrollo Territorial y Turismo de la Región Metropolitana (o la Corporación) y del equipo técnico del Programa Andes Santiago.

En todo caso, será el contratado o su continuador legal, es el único responsable ante la Corporación del cabal y oportuno cumplimiento de los servicios contratados. La empresa contratada asume íntegramente la total responsabilidad de los contratos y subcontratos que este adquiera para la ejecución del servicio encomendado, liberando totalmente a la Corporación de cualquier responsabilidad a este respecto.

19. CESIÓN DEL CONTRATO

El contratado 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.