



MEMORANDUM N° 04568/2021 /

OBJ.: Remite Acta de Evaluación para contratar el Servicios de implementación, logística, producción, publicidad, gestión de medios y otros para campaña denominada “Unboxing Chile” para Estados Unidos.

REF.: Resolución Exenta N° 01317 de fecha 21 de julio de 2021

Santiago, **viernes, 20 de agosto de 2021**

**DE : JEFA DEPARTAMENTO DIRECCIÓN MARKETING Y EVENTOS**

**A : JEFA DEPARTAMENTO DE COMPRAS**

---

Junto con saludarle, por medio del presente remito a Ud., acta de evaluación de trato directo con 3 cotizaciones denominada servicios de implementación, logística, producción, publicidad, gestión de medios y otros, para la campaña denominada “UNBOXING CHILE”, a ejecutarse en Estados Unidos.

El proveedor que se recomienda adjudicar es “**CTL MIAMI LLC.**”, que obtuvo una nota final de **4,0** y su oferta económica se ajusta al presupuesto disponible para la contratación del citado servicio.

A continuación, se remite el Acta de Evaluación de ofertas en donde se describe la justificación de cada puntaje asignado a cada oferente.

---

**ACTA DE EVALUACIÓN DE OFERTAS  
TRATO DIRECTO PARA CONTRATAR SERVICIOS DE IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE  
MARKETING QUE INCLUYE, LOGÍSTICA, PRODUCCIÓN, PUBLICIDAD, GESTIÓN DE MEDIOS Y OTROS  
EN EL MARCO DE LA “CAMPAÑA UNBOXING CHILE” PARA ESTADOS UNIDOS**

---

De acuerdo a lo establecido en los Términos de Referencia, aprobados por Resolución Exenta N° 01317 de fecha 21 de julio de 2021, en el numeral 3 “De las Cotizaciones”, el Jefe del Departamento Económico del Consulado de General de Chile en Miami, Estados Unidos, en coordinación con el Subdepartamento de Marketing del Departamento Dirección de Marketing y Eventos de ProChile, debía solicitar y obtener, al menos, tres (3) cotizaciones acordes a los presentes Términos de Referencia. A continuación, se evalúan las cotizaciones recibidas de los siguientes proveedores extranjeros:

1. ICON MARKETING SOLUTIONS LLC.
2. CTL MIAMI LLC.
3. MEDIA TREND GROUP LLC.

Según lo señalado en el numeral 4 “Evaluación de las Ofertas” de la citada Resolución Exenta N° 01317 de 2021, las cotizaciones serán evaluadas por una Comisión Evaluadora integrada por 3 funcionarios: dos funcionarios(as) del Departamento Dirección de Marketing y Eventos de PROCHILE y uno del Departamento de la Dirección Internacional todos de ProChile.



En relación a los integrantes de la Comisión Evaluadora, se informa el cambio en la designación de los funcionarios informados en Memorándum N°03662 de 2021, en atención a que el Claudio Sepúlveda, se encuentra con feriado legal.

La Comisión Evaluadora se conformaría de la siguiente forma:

- Javiera Yavar, Asistente Subdepartamento de Marketing.
- Karina Morales, Jefa Subdepartamento América del Norte.
- Francisca Rifo, Jefa Subdepartamento Eventos.

La evaluación de las cotizaciones se realizó sobre la base de los siguientes factores y ponderaciones respectivas:

<b>Criterios</b>	<b>Porcentaje</b>
a) Calidad de la propuesta técnica	70%
b) Precio	15%
c) Experiencia del oferente	15%

#### **a) Evaluación del criterio Calidad de la Propuesta Técnica (Ponderación 70%)**

Este criterio se evaluará de acuerdo con la calidad y desarrollo de la propuesta presentada, basado en la información que los oferentes presenten para responder a las necesidades de cada una de las actividades del proyecto, considerando:

- La capacidad de presentar una propuesta innovadora que genere valor, para que las promociones comerciales en que se involucren tengan un mayor impacto, utilizando como uno de los factores diferenciadores “concepto Unboxing”.
- La propuesta de implementación de marketing y difusión de la estrategia presentada.
- El levantamiento de base de datos de los medios de comunicación de las ciudades donde se requerirán sus servicios.

Se considera como acciones adicionales:

- Entregar y elaborar merchandising adicional al solicitado en el numeral 2.2.3 “Servicios específicos requeridos” de los Términos de Referencia.
- Propuestas adicionales que presente el oferente, de acuerdo a lo detallado en numeral 2.2.4 Actividad “Propuesta de valor” de los Términos de Referencia.

Las notas y justificaciones respectivas serán las siguientes:

<b>Calificaciones</b>	<b>Justificación</b>
Nota 4	Presenta una propuesta de calidad, con un óptimo desarrollo de cada uno de los servicios y las actividades requeridas, abarcando completamente los requerimientos de los presentes Términos de Referencia. Además, presenta al menos una de las acciones adicionales a las solicitadas, referidas a: 1) Entrega y elaboración de merchandising; 2) contenidos como videos, eventos especiales, o cualquier otro elemento que sea atractivo en el mercado local y/o que asegure una mayor exposición del mensaje.
Nota 3	Presenta una propuesta de calidad, con un óptimo desarrollo de cada una de las etapas del servicio y las actividades requeridas, abarcando completamente los requerimientos de los presentes Términos de Referencia. Sin embargo, no incluye acciones adicionales.
Nota 2	Presenta una estrategia para el desarrollo del servicio de acuerdo con los presentes Términos de Referencia, sin embargo, falta desarrollo y descripción

	acabada de la propuesta que dé cuenta de la creatividad y/o estrategia de difusión de la campaña ofertada.
Nota 1	La propuesta presentada carece del detalle o precisión en más de uno de los requerimientos técnicos solicitados en los presentes Términos de Referencia.

N°	Nombre Oferente	Nota	Justificación
	ICON MARKETING SOLUTIONS LLC.	3,0	<p>Presenta una propuesta de calidad, con un óptimo desarrollo de cada una de las etapas del servicio y las actividades requeridas, abarcando completamente los requerimientos de los presentes Términos de Referencia. La propuesta presenta acciones concretas con los <i>influencers</i> como la realización de <i>lives</i> con <i>influencers</i> económicos, políticos y en el rango de la innovación para informar a su audiencia acerca de la propuesta de Chile a nivel de exportación, desarrollo económico e innovación tecnológica. Sumado a ello, se seleccionarán <i>influencers</i> específicos para cada producto dentro de la caja.</p> <p>Entrega como parte de la propuesta, generar <i>reels</i> y vivos, más <i>guides</i> y <i>stories</i> como propuestas de acciones para la difusión de los contenidos.</p> <p>Por otro lado, genera una propuesta de valor al especificar que creará una lista de periodistas y editores, diseño de kit de medios, medias <i>alerts</i> dos por mes, entre otras iniciativas, como vivos de cocina y <i>challenge</i>, pero no deja claro si la propuesta incluye su organización y costo.</p> <p>Entrega su propuesta en plan de inversión en medios digitales con su <i>reach</i> estimado, así como la simulación por costo.</p>
	CTL MIAMI LLC.	4,0	<p>Presenta una propuesta de calidad, con un óptimo desarrollo de cada uno de los servicios y las actividades requeridas, abarcando completamente los requerimientos de los presentes Términos de Referencia. Además, propone una actividad de lanzamiento de la campaña con 3 de los <i>influencers</i> y con contenido para que puedan publicar por sus redes.</p> <p>En cuanto a los <i>influencers</i> proponen trabajar con un mix de macro <i>influencers</i> (de 300k a 500k) y micro (de 10k a 50k) incorporando al menos dos por ciudad identificada (Los Ángeles, Filadelfia, Miami, Houston, Nueva York, Chicago y Washington). Además, propone una estrategia de cómo medir el alcance de los <i>influencers</i> y su efectividad.</p> <p>También propone elaborar un plan de contenido diferencial para cada red social, enfocándonos en los 3 ecosistemas identificados en la propuesta.</p> <p>Oferta una propuesta de valor, agregando códigos QR que desplegará contenido adicional a través de videos. La propuesta incluye generar un 1 video de bienvenida para la caja a través de un concepto creativo referido en la propuesta para relevar el contenido de esa caja, también propone un concurso para diseñar una nueva versión de la caja, para la promoción de Industrias Creativas, siendo la propuesta de challenge para generar contenido entre los influencers.</p>



			Por último, presenta otras actividades como negociación de <i>placements</i> y otras actividades complementarias.
	MEDIA TREND GROUP LLC.	4,0	<p>El oferente presenta una propuesta de valor para la campaña a través de bajadas o mensajes sectorizados que complementan los sectores que abarcan estos Términos de Referencia.</p> <p>La propuesta entrega un claro contexto del mercado norteamericano, cómo está compuesta su población, las RRSS más buscadas, los sitios web más visitados, entre otros datos.</p> <p>Presenta una estrategia de calidad, con un buen levantamiento de base de datos de los medios de comunicación de las ciudades donde se requerirán sus servicios.</p> <p>Por otro lado, propone una segmentación de los públicos a los cuales llegar a través de los objetivos contenido en los Términos de Referencia haciendo referencia a la fidelización, presencia de marca y oportunidades entre otros.</p> <p>Propone mensajes generales y por área dejando clara la propuesta a la cual quieren apuntar.</p> <p>Además, segmenta las RRSS que deberían tener los influencers según el sector al cual llegar ejemplificando algunos de ellos.</p> <p>Proponen contratar un mínimo de 25 influencers con requisitos detallados e invitar a 15 stakeholders. Tanto para los influencers como stakeholders se les generará mecánicas de trabajo para que puedan difundir la campaña.</p> <p>Propone un total de 200 medios tradicionales y digitales, más paid media con su propuesta de inversión lo que hace fácil visibilizar el retorno de la inversión.</p> <p>Como propuesta de valor dentro del merchandising propone complementar la caja con stickers y un catálogo impreso, incluir código QR, enviar la caja desde la plataforma de World Trade Center Miami hacia sus BBDD importadores, insumos para la protección de los productos.</p>

**b) Evaluación del criterio Precio (Ponderación 15%)**

Para la evaluación de este criterio, se tendrá en cuenta el precio ofertado para la prestación de los servicios requeridos e implementación de actividades, en dólares de los Estados Unidos de América, incluyendo impuestos y eventuales costos asociados.

La cotización de menor valor económico será calificada con el mayor puntaje asignado para este criterio (nota 4), siempre y cuando su oferta económica no exceda de US\$120.000.- (ciento veinte mil dólares), impuestos incluidos y costos asociados, y las siguientes con un puntaje proporcional a dicha propuesta, de acuerdo a la siguiente fórmula:

**Nota Oferente:** 
$$\frac{\text{Valor económico de la oferta de menor precio}}{\text{Valor económico de la oferta que se analiza}} \times 4$$



N°	Nombre Oferente	Nota	Justificación
1	ICON MARKETING SOLUTIONS LLC.	3,96	El valor total de la propuesta es de USD 113.696.- (ciento trece mil seiscientos noventa y seis dólares de los Estados Unidos de América), impuestos incluidos.
2	CTL MIAMI LLC.	4,00	El valor total de la propuesta es de: USD 112.550.- (ciento doce mil quinientos cincuenta dólares de los Estados Unidos de América), impuestos incluidos.
3	MEDIA TREND GROUP LLC.	3,99	El valor total de la propuesta es de USD 112.730.- (ciento doce mil setecientos treinta dólares de los Estados Unidos de América), impuestos incluidos.

**c) Evaluación del criterio Experiencia del Oferente (Ponderación 15%)**

Se refiere a la participación en proyectos, campañas de marketing o iniciativas comunicacionales relacionados con la difusión internacional de países, de su oferta en mercado o estrategias comunicacionales o de promoción, relacionadas a las temáticas antes descritas, en medios de comunicación efectuados desde el año 2015 a la fecha.

**Para estos efectos, el oferente deberá acreditar su experiencia por cada proyecto efectivamente realizado, mediante la entrega de la siguiente documentación: un certificado o carta simple emitido y firmado por el cliente, que confirme dicha información; o copia de la factura o copia íntegra del contrato respectivo que permita confirmar la prestación del servicio u otro instrumento equivalente en el mercado local, que permita confirmar la prestación del servicio.**

Estos documentos deben contener a lo menos la siguiente información: **Nombre del Cliente, año de ejecución, y una breve descripción del servicio prestado.**

Se contabilizarán solo cuatro (4) de los trabajos o servicios similares que sean incluidos en el listado del numeral III "Experiencia del oferente", del Anexo N°1.

No se requerirá dicha acreditación cuando los servicios se hayan prestado a DIRECON o PROCHILE, pero deberá mencionarlo expresamente en el numeral III del Anexo N° 1.

No serán considerados como válidos los comprobantes que se deban obtener o consultar en otra fuente que no sea la documentación contenida en la propuesta.

La propuesta se calificará de acuerdo a la siguiente tabla de notas:

Calificaciones	Justificación
Nota 4	Acredita 4 proyectos similares
Nota 3	Acredita 3 proyectos similares
Nota 2	Acredita 2 proyectos similares
Nota 1	Acredita 1 proyecto similares
Nota 0	No se entrega información suficiente o no acredita proyectos similares

N°	Nombre Oferente	Nota	Justificación
1	ICON MARKETING SOLUTIONS LLC.	4,0	El oferente presenta 6 proyectos de acuerdo a lo señalado en el numeral 4, literal c) de los Términos de Referencia. Asimismo, solo se contabilizan 4 proyectos, según se indica:  1.Cliente: <b>DUPUIS HOLDINGS LLC.</b>

			<p>Servicio: Posicionamiento de la marca en medios sociales y promoción de ventas. Año de ejecución: 2021. Acredita mediante Factura N° 178.</p> <p>2. Cliente: <b>ROCCO DONNA PROFESSIONAL</b> Servicio: Estrategia - social media - email marketing. Año de ejecución: 2020. Acredita mediante Factura N° 0171.</p> <p>3. Cliente: <b>SOUTH BEAUTY DISTRIBUTORS LLC</b> Servicio: Estrategia E-Commerce, redes sociales, Email marketing. Año de ejecución: 2019 -2020. Acredita mediante factura N° 0114.</p> <p>4. Cliente: <b>HAVIART LLC</b> Servicio: Agencia de relaciones públicas. Año de ejecución: 2017. Acredita mediante Factura N° 0057.</p> <p><b>Total de proyectos acreditados 4</b></p>
2	CTL MIAMI LLC.	4,0	<p>El oferente presenta 5 proyectos, de acuerdo al siguiente detalle, en atención a lo señalado en el numeral 4, literal c) de los Términos de Referencia, se contabilizan 4, según se indica:</p> <p>1. Cliente: <b>BODEGA ARGENTO</b> Servicio: Relanzamiento de marca en USA en el sector de vinos. Mapeo y estrategia de influencers. Gestión de contenido y redes sociales. Año de ejecución: 2021. Acredita mediante Factura N° 01679.</p> <p>2. Cliente: <b>GLOSTER INC.</b> Servicio: Eventos en LA, Miami, Chicago &amp; NY. Convocatoria y notas en medios especializados. Contacto y convocatoria de influencers para atender a los eventos. Contratación y desarrollo de mini documental con "Diseñador Del Año" (influencers) para redes sociales y contenido para viralizar el lanzamiento. Año de ejecución: 2019. Acredita mediante Factura N° 1032.</p> <p>3. Cliente: <b>UNIVERSIDAD MAYOR DE CHILE / NEXUS UNIVERSITY</b> Servicio: contenido, diseño, programación e inversión en medios de comunicación. Creación y ejecución de la estrategia de lanzamiento de la Universidad Mayor de Chile</p>

			<p>en USA, a través de Nexus University, su branch en Miami. Contenido, social intelligence, pauta, gestión de relación con medios y stakeholders. Estrategia y ejecución. Año de ejecución: 2019. Acredita mediante Factura N° 1066.</p> <p>4. Cliente: <b>DIRECCIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES - ProChile</b> Servicio: Concepto, organización, ejecución y supervisión de Business Taste Miami. Año de ejecución: 2019. Acredita mediante: No requiere.</p> <p><b>Total de proyectos acreditados 4</b></p>
3	MEDIA TREND GROUP LLC.	4,0	<p>El oferente presenta 4 proyectos, de acuerdo al siguiente detalle:</p> <p>1. Cliente: <b>DIRECCIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES - PROCHILE</b> Servicio: Agencia de Comunicaciones y RRPP Año de ejecución: 2020-2021. No requiere medio de acreditación.</p> <p>2. Cliente: <b>WORLD TRADE CENTER MIAMI INC.</b> Servicio: diseño de marca y Campaña Marketing Americas Food &amp; Beverage evento. Año de ejecución: 2020-2021. Acredita mediante Factura:1016</p> <p>3. Cliente: <b>DIRECCIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES - PROCHILE</b> Servicio: Campaña Paid Media Wines of Chile, para el Departamento Económico de Chile en Miami, Estados Unidos. Año de ejecución: 2020. No requiere medio de acreditación.</p> <p>4. Cliente: <b>DIRECCIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES - PROCHILE</b> Servicio: Chilean Box, Campaña Influencer Marketing, para el Departamento Económico de Chile en Miami, Estados Unidos Año de ejecución: 2020. No requiere medio de acreditación.</p> <p><b>Total de proyectos acreditados 4</b></p>



### CUADRO FINAL DE EVALUACIÓN

Lugar	Oferente	Calidad de la propuesta técnica 70%		Precio 15%		Experiencia del oferente 15%		NOTA FINAL
1°	CTL MIAMI LLC.	4,000	2,800	4,000	0,600	4,000	0,600	4,000
2°	MEDIA TREND GROUP LLC.	4,000	2,800	3,994	0,599	4,000	0,600	3,999
3	ICON MARKETING SOLUTIONS LLC	3,000	2,100	3,960	0,594	4,000	0,600	3,294

#### Recomendación:

Conforme a lo estipulado en los Términos de Referencia, título 5 “Notificación de la Adjudicación”, en cuanto a que PROCHILE, por Resolución Fundada, adjudicará el Trato Directo para contratar el servicios de implementación, logística, producción, publicidad, gestión de medios y otros, para la campaña denominada “UNBOXING CHILE”, a ejecutarse en Estados Unidos, al oferente que presente la oferta más ventajosa, considerando los criterios de evaluación con sus correspondientes puntajes y ponderaciones, establecidos en los Términos de Referencia, que sea conveniente para los intereses y necesidades del Servicio; en atención a la Evaluación realizada se recomienda adjudicar el Trato Directo, al oferente “**CTL MIAMI LLC.**” considerando que resulta la oferta más satisfactoria en los criterios evaluados.





La adjudicación estará sujeta a aprobación de PROCHILE, dejándose establecido en la presente Acta de Evaluación que la oferta que cuenta con nota final promedio de 4,0 se considera conveniente para las necesidades del Servicio y se ajusta a lo solicitado en los Términos de Referencia.

- Javiera Yavar, Asistente Subdepartamento de Marketing.
- Karina Morales, Jefa Subdepartamento América del Norte.
- Francisca Rifo, Jefa Subdepartamento Eventos.

Sin otro particular,



**CLAUDIA SERRER URRUTIA**  
**DIRECTORA**  
**DEPARTAMENTO DIRECCION MARKETING Y EVENTOS**

**FRS/KMC/JYF**