



MEMORANDUM N° 07193/2022

OBJ.: Solicita gestionar adjudicación Licitación Pública para contratar el "Servicio de diagnóstico, evaluación de funcionalidades, estrategias y herramientas de ProChile".

REF.: ID 1082957-52-LE22.

Santiago, **miércoles, 19 de octubre de 2022**

DE : DIRECTORA DEPARTAMENTO DE MARKETING Y EVENTOS

A : JEFA DEPARTAMENTO DE COMPRAS

Junto con saludarle, por medio del presente remito a Ud., acta de evaluación de la licitación pública ID 1082957-52-LE22 realizada para seleccionar al proveedor con el cual se contratará el Servicio de diagnóstico, evaluación de funcionalidades, estrategias y herramientas de ProChile.

El proveedor al cual se recomienda adjudicar es la entidad "TIRONI Y ASOCIADOS S.A." que obtuvo una nota final de 3,00; siendo la mejor evaluada, además de que su oferta económica se ajusta al presupuesto disponible para la contratación del citado servicio y su propuesta es conveniente para los intereses del Servicio.

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

ACTA DE EVALUACIÓN DE OFERTAS LICITACIÓN PÚBLICA PARA CONTRATAR LOS SERVICIOS DE DIAGNÓSTICO, EVALUACIÓN DE FUNCIONALIDADES, ESTRATEGIAS Y HERRAMIENTAS DE PROCHILE

ID N° 1082957-52-LE22

De acuerdo a lo señalado en las Bases de Licitación, aprobadas por Resolución Exenta N° 02152, de fecha 14 de septiembre de 2022, en el numeral 9.11.- "Procedimiento de evaluación de ofertas", las ofertas serán evaluadas por una Comisión Evaluadora, integrada por tres (3) funcionarios(as) de la Dirección General de Promoción de Exportaciones.

En relación a los integrantes de la Comisión Evaluadora, se informa de un cambio en la designación de la funcionaria Claudia Serrer Urrutia, informada en Solicitud de Compra N°567/2022, en atención a que ya no se encuentra desempeñando el cargo de directora del Departamento Dirección de Marketing y Eventos, siendo reemplazada por la funcionaria M. José Hernández Alcaino.

En consecuencia, la Comisión Evaluadora designada, es la siguiente:

- María José Hernández Alcaino, directora (S) Departamento Dirección de Marketing y Eventos.
- Claudio Sepúlveda Villalobos, jefe Subdepartamento de Marketing.
- Juan Luis Luna Castillo, asistente Subdepartamento de Marketing.



De acuerdo con el Acta de Apertura ID N° 1082957-52-LE22, de fecha 28 de septiembre de 2022, se recibieron (5) cinco ofertas, de las cuáles 1 (una) fue rechazada en ese acto, al realizar la verificación del cumplimiento con los requisitos establecidos en las Bases de licitación, en el numeral 4 “Antecedentes para incluir en la oferta”, bajo el subtítulo “Documentos Técnicos” que indica lo siguiente: “1.-*Requisito mínimo: Adjuntar el Anexo N°3, “Formulario Oferta Técnica”, de conformidad con las Especificaciones Técnicas. Dicho formulario debe ser completado, firmado y enviado a través del Sistema de Información (www.mercadopublico.cl). Sólo se aceptarán ofertas presentadas utilizando los formularios contenidos en el citado Anexo, de lo contrario serán declaradas inadmisibles y no serán evaluadas. Si alguna información del Anexo N° 3 no es incluida, para efectos de la presente licitación se considerará que el postulante carece de ella.*”, de acuerdo al siguiente detalle:

- **PUBLICTRAIL INVESTMENT LIMITADA, RUT: N° 77.500.124-0:** La oferta no cumple con lo indicado en numeral 4. “Antecedentes para incluir en la oferta”, bajo el subtítulo “Documentos Técnicos”, que dispone, entre otros, que “*Sólo se aceptarán ofertas presentadas utilizando los formularios contenidos en el citado Anexo, de lo contrario serán declaradas inadmisibles y no serán evaluadas. Si alguna información del Anexo N° 3 no es incluida, para efectos de la presente licitación se considerará que el postulante carece de ella.*”.

En particular, el proveedor no cumple con los contenidos mínimos solicitados para el **Anexo N°3** detallados en el numeral 9.1.11 “Contenido de la propuesta Técnica y Económica” de las respectivas Bases de Licitación”, de acuerdo al siguiente detalle:

- El documento no se encuentra debidamente firmado por el Representante legal de la entidad.
- No incluye ítem I “Descripción de la propuesta Metodológica”.
- No incluye ítem II “Carta Gantt”.

De acuerdo con lo anterior, a continuación, se deben someter a evaluación las siguientes propuestas aceptadas:

N°	Nombre Oferente	RUT
1	VMLY&R CHILE S.p.A.	96.569.640-7
2	GESTION TECNOLÓGICA CHILE S.p.A.	76.821.866-8
3	TIRONI Y ASOCIADOS S.A.	78.488.290-K
4	TRACK GLOBAL SOLUTIONS, S.L.	B90023987

Los criterios de evaluación determinados para este proceso de licitación fueron los siguientes:

Nombre	Ponderación (%)
A.- Precio	15 %
B.- Calidad de la Propuesta Técnica	45 %
C.- Experiencia del Oferente en Estudios de posicionamiento	40 %

A).- Criterio Precio (15%)

Para la evaluación de este criterio se tendrá en cuenta el precio total ofertado en la propuesta, de acuerdo con lo establecido en el Anexo N°2 “Formulario Oferta Económica”, el cual no podrá superar el monto de \$30.000.000 (treinta millones de pesos) impuestos y costos incluidos.

La propuesta de menor valor económico será calificada con el mayor puntaje asignado para este criterio (nota 4), y las siguientes con un puntaje proporcional a dicha propuesta, de acuerdo con 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°	Oferente	Nota	Justificación
1	VMLY&R CHILE S.p.A.	3,20	La oferta económica presentada por el oferente es de \$30.000.000.- (treinta millones de pesos), impuestos incluidos.
2	GESTION TECNOLÓGICA CHILE S.p.A.	3,43	La oferta económica presentada por el oferente es de \$28.000.000.- (veinte y ocho millones de pesos), impuestos incluidos.
3	TIRONI Y ASOCIADOS S.A.	3,36	La oferta económica presentada por el oferente es de \$28.500.000.- (veinte y ocho millones quinientos mil pesos), impuestos incluidos.
4	TRACK GLOBAL SOLUTIONS, S.L.	4,00	La oferta económica presentada por el oferente es de \$23.975.000.- (veinte y tres mil novecientos setenta y cinco mil pesos), impuestos incluidos.

B. Criterio Calidad de la Propuesta Técnica (45%)

La evaluación de este criterio se realizará en base a la descripción de la Metodología de Trabajo propuesta, de acuerdo con lo solicitado en el numeral 9.1.4.- Requerimientos, de las respectivas Bases, según la siguiente tabla:

Calificaciones	Justificación
Nota 4	La descripción de la metodología propuesta identifica con precisión y describe claramente con detalle cada uno de los servicios a realizar, abarcando completamente los requerimientos de las especificaciones técnicas de las presentes bases, además ofrece servicios adicionales vinculados de acuerdo a lo indicado en el numeral 9.1.4 de las Bases de licitación.
Nota 3	La descripción de la metodología propuesta identifica con precisión y describe claramente con detalle cada uno de los servicios a realizar, abarcando completamente los requerimientos de las especificaciones técnicas de las presentes bases, sin embargo, no considera servicios adicionales, vinculados de acuerdo a lo indicado en el numeral 9.1.4 de las Bases de licitación.
Nota 2	La descripción de la metodología propuesta abarca los requerimientos de las especificaciones técnicas, identifica y describe cada uno de los servicios a realizar y técnicas a utilizar, sin embargo, carece del detalle o precisión en alguna(s) de ellos.
Nota 1	La descripción de la metodología propuesta no abarca completamente los requerimientos de las especificaciones técnicas de las presentes bases, además carece de detalle o precisión en alguna(s) de ellas.
Nota 0	La descripción de la metodología propuesta no abarca los requerimientos de las especificaciones técnicas o no corresponde a los requerimientos de las especificaciones técnicas de las presentes bases.

N°	Oferente	Nota	Justificación
1	TRACK GLOBAL SOLUTIONS SL	2,00	<p>La descripción de la metodología propuesta abarca los requerimientos de las especificaciones técnicas mencionadas en el numeral 9.1 de las Bases de Licitación; identifica y describe cada uno de los servicios a realizar y técnicas a utilizar, sin embargo, carece del detalle o precisión en alguna(s) de ellos de acuerdo al siguiente detalle:</p> <p>Etapa1: Investigación</p> <p>El proveedor plantea una metodología de investigación a partir de un estudio de fuentes secundaria y un estudio de fuentes primarias para obtener una visión completa de los objetivos de estudio, de acuerdo a lo solicitado en las Bases de Licitación. Ofrece dentro la investigación conocer el estado de las herramientas de ProChile como también el conocimiento de la audiencia clave (empresas exportadoras, con potencial exportador, beneficiarios o futuros beneficiarios).</p> <p>En esa etapa se considera:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Análisis de las herramientas, recursos, acciones y plataformas de ProChile (Auditoría Comunicacional). - Medición y análisis de instituciones y organismos internacionales con objetivos similares a ProChile. - Uso de herramientas o modelos de análisis que permitan ver en la evolución y benchmarking de mercado y tendencias. <p>Etapa 2: Definición</p> <p>El proveedor ofrece establecer pilares de acción, priorizarlos y entregar recomendaciones sobre como activarlos. Se ofrece además establecer identificadores para el monitoreo del cumplimiento de los objetivos.</p> <p>En esa etapa consideran:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Establecimiento de objetivos estratégicos, líneas de acción, herramientas y acciones e indicadores. - Estudio de benchmarking a partir de dos fuentes principales para recabar información de un total de 8 agencias similares a ProChile. <p>Etapa 3: Lineamientos comunicacionales</p> <p>En esta etapa se consideran:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Definición de concepto creativo que ayude a las empresas exportadoras y con potencial exportador a entender que la oferta de servicios, programas y acciones que ProChile ofrece sean las idóneas para impulsar sus procesos exportadores y/o de internacionalización.

N°	Oferente	Nota	Justificación
			<p>oportunidades que tiene ProChile de cara a sus públicos de interés. Para ello, propone explorar tanto la percepción actual como las expectativas que tienen sus actuales y potenciales usuarios.</p> <p>En esta etapa consideran:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Auditoría y cartografía comunicacional de ProChile: para analizar y mapear las herramientas, recursos, acciones y plataformas con las que cuenta e implementa ProChile. - Benchmark de agencias de referencia: para entender cómo organismos homólogos de ProChile, construyen hacia los pilares definidos como estratégicos, para ser incorporados en las recomendaciones. <p>Etapa 2: Definición</p> <p>El oferente ofrece establecer pilares de acción, priorizarlos y entregar recomendaciones sobre cómo activarlos.</p> <p>En esta etapa consideran:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Establecimiento de objetivos estratégicos de posicionamiento, público de interés y áreas priorizadas de acción por cada uno de ellos. <p>Para llevar a cabo esta etapa se trabajará con el Modelo de Identidad TIRONI A.L.M.A. & S.O.MA ®, en base a los cuales se trabajan las bases de identidad y posicionamiento, tanto a nivel conceptual como visual o material, de cara al relato y key visual.</p> <p>Etapa 3: Lineamientos comunicacionales</p> <p>El oferente ofrece dentro de sus objetivos definir lineamientos comunicacionales que faciliten la posterior implementación de acciones y campañas de marketing, de acuerdo a las etapas anteriores.</p> <p>En esta etapa consideran:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Definición de un concepto creativo para las bajadas comunicacionales. - Key Visual, que consiste en una Guía sintética y clara del tono y estilo comunicacional, y referencias visuales y materiales de ProChile, tales como elementos gráficos, tipografías y paletas de colores que se propone utilizar para todos los diseños, campañas y anuncios que se hagan en el futuro. - Una matriz de indicadores de desempeño integrados. <p>Se establece la entrega de los informes solicitados en las Bases de Licitación.</p> <p>Se presenta el equipo de trabajo para el desarrollo del servicio.</p>

N°	Oferente	Nota	Justificación
			<p>El oferente tiene como objetivo entender el estado actual de ProChile a nivel local, considerando las necesidades y expectativas en actuales como potenciales audiencias clave.</p> <p>En esta etapa consideran:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Levantamiento de información a través de entrevistas en profundidad. - Análisis de información mediante el modelo “BAV BRAND ASSET VALUATOR” que considera la capacidad de realizar Benchmark en una amplia variedad de mercados, el establecimiento de pilares para generar valor, la comprensión del posicionamiento de la institución en el mercado y el análisis del contexto que permite visualizar la evolución de la institución y su significado, así como determinar recomendaciones. - Auditoría comunicacional para conocer las herramientas, recursos, acciones y plataformas de ProChile, entendiendo su alcance, fortalezas y debilidades. <p>Etapa 2: Definición</p> <p>El oferente ofrece establecer, entregar y priorizar pilares de acción sobre definiciones estratégicas, además de entregar recomendaciones sobre cómo activarlos.</p> <p>En esa etapa consideran:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Establecimiento de definiciones estratégicas, según los aprendizajes de la etapa de investigación. - Benchmark para establecer comparativas con organismos similares a ProChile. <p>Etapa 3: Lineamientos comunicacionales</p> <p>El oferente ofrece definir lineamientos comunicacionales que faciliten la posterior implementación de acciones y campañas de marketing de acuerdo a lo propuesto en etapas anteriores.</p> <p>En esa etapa consideran:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Propuesta un concepto creativo - Key Visual <p>Se establece la entrega de todos los informes solicitados en las Bases de Licitación.</p> <p>Se presenta un Carta Gantt considerando etapas y entrega del informe final dentro de los plazos solicitados.</p> <p>No obstante lo antes indicado, las especificaciones técnicas ofertadas carecen de detalle o precisión respecto de las siguientes materias:</p>

N°	Oferente	Nota	Justificación
			<ul style="list-style-type: none"> - No identifica al equipo de trabajo de acuerdo en lo solicitado en el punto 9.1.10 de las bases. - Si bien presenta Carta Gantt solicitada, el documento no establece reuniones de avances ni responsables de las actividades. - Se describe el desarrollo de benchmark para entender cómo organismos homólogos de ProChile, construyen hacia los pilares definidos como estratégicos requeridos para la etapa 2, sin embargo, el desarrollo de esta propuesta se realiza en una etapa distinta a la indicada en las bases de licitación. - Si bien se establece la entrega de los informes, la información entregada en la propuesta no da cuenta de que los entregables cumplan con los requisitos de formato solicitados en las Bases de Licitación. <p>Cabe hacer presente que la oferta presentada no considera la entrega de adicionales. Por lo tanto, obtiene nota 2,00.-</p>
4	GESTIÓN Y TECNOLOGÍA SPA	2,00	<p>La descripción de la metodología propuesta abarca los requerimientos de las especificaciones técnicas mencionadas en el numeral 9.1 de las Bases de Licitación; identifica y describe cada uno de los servicios a realizar y técnicas a utilizar, sin embargo, carece del detalle o precisión en alguna(s) de ellos de acuerdo al siguiente detalle:</p> <p>Etapa1: Investigación:</p> <p>Posterior a la ejecución de una etapa de identificación de insumos y criterios para el desarrollo de una consultoría estratégica, se realizará un levantamiento de información para realizar un Diagnóstico estratégico del ecosistema vinculado a ProChile.</p> <p>En esta etapa consideran:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diagnóstico estratégico para entender el estado actual de conocimiento de herramientas y servicios que presta ProChile a sus beneficiarios a través de la realización de entrevistas y realización de mesas de contraste. - Realización de benchmarking recogiendo información sobre otras herramientas que puedan cubrir un mismo foco de interés de las empresas beneficiarias, destacando tendencias económicas y tecnológicas de interés para la organización. - Realización de una auditoría comunicacional a través de la metodología MESO® que permite, a través de un modelo sistema-producto, evaluar el vínculo entre la actividad comercial y los componentes socioculturales, considerando tendencia de mercados globales. <p>Etapa 2: Definición</p>

N°	Oferente	Nota	Justificación
			<p>El oferente ofrece una propuesta de ejes estratégicos, como pilares de acción priorizados, que orienten la asignación de recursos y su activación.</p> <p>En esta etapa consideran:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Realización de taller de identificación de ejes estratégicos con actores relevantes y contraparte técnica. - Realización de mesa de especialización para cada uno de los ejes priorizados. - Plan estratégico y Propuesta de recomendaciones y definiciones estratégicas sobre pilares estratégicos. - Benchmark para establecer comparativas con organismos similares a ProChile. <p>Etapas 3: Lineamientos comunicacionales</p> <p>El oferente considera la elaboración de un Plan de comunicaciones y medios para desarrollar acciones que definan los principales lineamientos comunicacionales que faciliten una posterior implementación de acciones y campañas de marketing.</p> <p>En esta etapa consideran:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plan comunicacional a partir de la definición de conceptos creativos que apoyen lineamientos comunicacionales. - Diseño y elaboración Kit visual genérico. <p>Se establece la entrega de todos los informes solicitados.</p> <p>Se presenta el equipo de trabajo para el desarrollo del servicio.</p> <p>Se presenta un Carta Gantt considerando etapas y entrega del informe final dentro de los plazos solicitados.</p> <p>El oferente ofrece los siguientes servicios adicionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Realización de talleres estratégicos de información y mesa de especialización. - 20 entrevistas en vez de las 12 solicitadas - Realización de mesas de contraste. <p>No obstante lo antes indicado, las especificaciones técnicas ofertadas carecen de detalle o precisión respecto de las siguientes materias:</p> <ul style="list-style-type: none"> - En la Etapa 1, el oferente no expresa que en las entrevistas se considerará a empresas Beneficiarias potenciales, como expresan las bases. - Carta Gantt presentada no identifica responsables ni propuesta de reuniones de seguimiento de acuerdo con lo solicitado.

N°	Oferente	Nota	Justificación
			<p>- Si bien se establece la entrega de los informes, la información entregada en la propuesta no da cuenta de que los entregables cumplan con los requisitos de formato solicitados en las Bases de Licitación.</p> <p>- Indica la realización del diseño y elaboración Kit visual genérico, pero no desarrolla en detalle.</p> <p>- Se describe el desarrollo de benchmark para entender cómo organismos homólogos de ProChile, construyen hacia los pilares definidos como estratégicos requeridos para la etapa 2, sin embargo, el desarrollo de esta propuesta se realiza en una etapa distinta a la indicada en las bases de licitación.</p> <p>Si bien esta oferta incluye los elementos adicionales antes mencionados, para efectos de asignación de puntaje, no se considera esta condición específica, ya que la propuesta técnica carece de detalle o precisión en uno de los requerimientos de las especificaciones técnicas, según lo descrito anteriormente, por lo tanto, obtiene nota 2,00.-</p>

C.- Criterio Experiencia del Oferente en Estudios de posicionamiento (40%)

Para la evaluación de este criterio se considerará la cantidad de proyectos similares al licitado realizados por el oferente y que digan relación con servicios de estudios de posicionamiento realizados desde el año 2019 en adelante, correctamente acreditados, de acuerdo con lo indicado en el numeral 9.1.11. "Contenido de la propuesta técnica y económica", de las bases de Licitación, **Ítem III: Experiencia del oferente en Estudios de Posicionamiento.**

Para la evaluación, se considerará lo indicado en el ítem III, del Anexo N° 3: "Formulario de Oferta Técnica", y se aplicará la siguiente tabla:

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 similar
Nota 0	No entrega información o no acredita proyectos similares.

N°	Oferente	Nota	Justificación
1	VMLY&R CHILE S.p.A.	2,00	<p>Oferente declara las siguientes experiencias de trabajos similares, en estudio de posicionamiento a nivel nacional e internacional, realizados durante los años 2019 al 2022:</p> <p>1. Proyecto: Estudio de construcción de Marca BAV 2022 Clínica Alemana Cliente: Simple SpA. Año: 2022 Medio de acreditación:</p>

N°	Oferente	Nota	Justificación
			<ul style="list-style-type: none"> - Orden de Compra N°77 de fecha 26 de agosto del 2022. - Extracto de proyecto: Adjunta extracto de estudio realizado. <p>2. Proyecto: Consultoría full BAV años 2021 y 2022, respecto a la aplicación de modelo de percepción de marca. Cliente: Asociación Chilena de Seguridad (ACHS) Años: 2021 y 2022 Medio de acreditación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Orden de Compra N° 4600179892 de fecha 05 de septiembre del 2022. - Extracto de proyecto: Adjunta extracto de estudio realizado. <p>3. Proyecto: La Crianza BAV-08-CAS, respecto a la aplicación de modelo de percepción de marca. Cliente: Agrosuper Comercializadora de Alimentos Ltda. Año: 2022 Medio de acreditación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Orden de Compra N° 4800878252 de fecha 06 de agosto del 2022. - Extracto de proyecto: Adjunta extracto de estudio realizado. <p>Documento de acreditación no permite identificar que cuente con firma y/o aprobación del cliente, de acuerdo a lo solicitado.</p> <p>4. Proyecto: Consultoría BAV Cliente: Unimarc Año: 2022 Medio de acreditación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Orden de Compra de fecha 31 de mayo del 2022, autorizada emitida por Rendic Hermanos S.A. - Extracto de proyecto: Adjunta extracto de estudio realizado. <p>Orden de Compra adjunta como medio de acreditación, es emitida por un cliente distinto (Rendic Hermanos S.A) al declarado en el Anexo N°3.</p> <p>El proveedor acredita 2 estudios similares al licitado, por tanto, obtiene nota 2,00.</p>
2	GESTION TECNOLÓGICA CHILE S.p.A.	1,00	<p>Oferente declara las siguientes experiencias de trabajos similares, en estudio de posicionamiento a nivel nacional e internacional, realizados durante los años 2019 al 2022:</p> <p>1. Proyecto: Plan de Posicionamiento en la Región del Maule para la Plataforma de UCM- 2022. Cliente: Universidad Católica del Maule (UCM).</p>

N°	Oferente	Nota	Justificación
			<p>Año: 2022.</p> <p>Medio de acreditación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Certificado de experiencia firmado por la directora de Innovación, Desarrollo y Transferencia Tecnológica de la UCM, del año 2022. - Extracto de proyecto: Resumen ejecutivo de Consultoría. <p>2.</p> <p>Proyecto: Curso de Formulación de Proyectos de Emprendimiento Innovador para Jóvenes Rurales de la Región de O’ Higgins</p> <p>Cliente: Fundación para la Innovación Agraria (FIA)</p> <p>Año: 2021</p> <p>Medios de acreditación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Copia del Contrato con fecha 01 de julio 2021, debidamente suscrito por las partes. - Extracto de proyecto: Resumen ejecutivo de capacitación. <p>Proyecto presentado no cumple con acreditar un servicio similar, ya que se refiere a una consultoría relativa a innovación y no al estudio de posicionamiento.</p> <p>3.</p> <p>Proyecto: Servicio de Evaluación y Diseño de la Estrategia Regional de Innovación 2020 -2026 para la región del Maule 2019</p> <p>Cliente: IDOM Consulting, Engieneering, Architecture S.A.U.</p> <p>Año: 2019</p> <p>Medio de acreditación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Certificado de experiencia de fecha 30 de septiembre del 2020, firmado por el director de Competitividad y Desarrollo Territorial de IDOM. <p>Proyecto presentado no cumple con acreditar un servicio similar, ya que se refiere a una consultoría relativa a innovación y no al estudio de posicionamiento.</p> <p>4.</p> <p>Proyecto: Servicio de Evaluación y Actualización de la Estrategia de Innovación 2022-2028 y Actualización de la Política Regional de Innovación de Antofagasta</p> <p>Cliente: IDOM Consulting, Engieneering, Architecture S.A.U.</p> <p>Año: 2019</p> <p>Medio de acreditación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Certificado de experiencia de fecha 30 de septiembre del 2020, firmado por el director de Competitividad y Desarrollo Territorial de IDOM. <p>Proyecto presentado no cumple con acreditar un servicio similar, ya que se refiere a una consultoría relativa a innovación y no al estudio de posicionamiento.</p>

N°	Oferente	Nota	Justificación
			<p>El proveedor acredita 1 estudio similar al licitado, por tanto, obtiene nota 1,00.</p>
	<p>TIRONI Y ASOCIADOS S.A.</p>	<p>4,00</p>	<p>Oferente declara las siguientes experiencias de trabajos similares, en estudio de posicionamiento a nivel nacional e internacional, realizados durante los años 2019 al 2022:</p> <p>1. Proyecto: Diagnóstico y Estrategia de Posicionamiento y Comunicación. Cliente: Fundación Nuestros Hijos Año: 2019 Medio de acreditación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Carta de Acreditación de fecha 27 de septiembre de 2022, debidamente firmada por la Gerente General del Cliente. - Extracto de proyecto: Extracto de informe de Claves diagnósticas de fecha enero de 2019. <p>2. Proyecto: Estudio y Estrategia de Posicionamiento, Servicio de Comunicación Corporativa Cliente: Universidad Adolfo Ibáñez Año: 2020 Medio de acreditación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Certificado del 15 de marzo del 2021, debidamente firmado por el director de Comunicaciones Corporativas y Marketing del Cliente. - Extracto de proyecto: Extracto de informe de Claves diagnósticas Etapa 1 de fecha abril de 2020. <p>3. Proyecto: Diagnóstico y Estrategia de Posicionamiento Cliente: Cámara de Innovación Farmacéutica de Chile (CIF Chile) Año: 2021 Medio de acreditación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Carta de Acreditación de fecha 05 de agosto del 2022, debidamente firmada por la Vicepresidenta Ejecutiva de CIF. - Extracto de proyecto: Extracto de informe de diagnóstico integrado CIF de fecha 5 de marzo de 2021. <p>4. Proyecto: Estudio de posicionamiento y estrategia de comunicaciones. Cliente: Facultad de Economía y Administración Pontificia Universidad Católica de Chile Año: 2021 Medio de acreditación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Certificado de fecha 29 de noviembre del 2021, debidamente firmado por la directora de Desarrollo de

N°	Oferente	Nota	Justificación
			<p>la Facultad de Economía y Administración Pontificia Universidad Católica de Chile.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Extracto de proyecto: Extracto presentación de resultados Posicionamiento y Estrategia de Comunicaciones de fecha 27 de mayo de 2021. <p>El proveedor acredita 4 estudios similares al licitado, por tanto, obtiene nota 4,00.</p>
4	TRACK GLOBAL SOLUTIONS, S.L.	0	<p>Oferente declara las siguientes experiencias de trabajos similares, en estudio de posicionamiento a nivel nacional e internacional, realizados durante los años 2019 al 2022:</p> <p>1.</p> <p>Proyecto: Asesoramiento en Materia de Internacionalización Cliente: Extenda Agencia Andaluza de Promoción de Exterior Año: 2020 Medio de acreditación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contrato de fecha 26 de junio, firmado por las partes. - Extracto de proyecto: resumen ejecutivo proyecto de red Andalucía: Servicios de una red de consultores especializados en asesoramiento en materia de internacionalización. <p>Proyecto presentado no cumple con acreditar un servicio similar, ya que se refiere a una consultoría en internacionalización y no al estudio de posicionamiento.</p> <p>2.</p> <p>Proyecto: Estudio de Caracterización de Empresas Exportadoras y Definición de Plan de Acción para que estas Empresas Incrementen su Participación en los Programas de Promperú Cliente: PROMPERU (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo) Año: 2020 Medio de acreditación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Constancia de prestación de servicios de fecha 17 de febrero de 2020 firmada por el jefe de la Oficina de Administración de PROMPERU. - Extracto de proyecto: resumen ejecutivo Estudio de caracterización de empresas exportadoras y definición de un plan de acción para que estas empresas incrementen su participación en los programas de PROMPERÚ. <p>Proyecto presentado no cumple con acreditar un servicio similar, ya que se refiere a una consultoría en caracterización de empresas en materia de exportación y no al estudio de posicionamiento.</p> <p>3.</p> <p>Proyecto: Asistencia Técnica Estratégica a la Dirección de Promoción de las Exportaciones de PROMPERÚ</p>

N°	Oferente	Nota	Justificación
			<p>Cliente: PROMPERU (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo) Año: 2020</p> <p>Medio de acreditación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Constancia de prestación de servicios de fecha 21 de mayo del 2021, formado por el jefe de la Oficina de Administración de PROMPERU. - Extracto de proyecto: resumen ejecutivo Servicio especializado de asistencia técnica estratégica a la dirección de promoción de las exportaciones de PROMPERÚ. <p>Proyecto presentado no cumple con acreditar un servicio similar, ya que se refiere a una consultoría en caracterización de empresas en materia de exportación y no al estudio de posicionamiento.</p> <p>4.</p> <p>Proyecto: Asistencia Técnica para la Definición, Diseño y Estructuración de un Nuevo Programa de Apoyo a la Internalización para Ampliar la Base Exportadora Española. Cliente: ICEX España Exportación e Inversiones Año: 2021</p> <p>Medio de acreditación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contrato del 27 de julio del 2021, debidamente firmado por las partes. - Extracto de proyecto: resumen ejecutivo asistencia técnica para la definición, diseño y estructuración de un nuevo programa de apoyo a la internacionalización para ampliar la base exportadora española. <p>Proyecto presentado no cumple con acreditar un servicio similar, ya que se refiere a una consultoría en internacionalización y no al estudio de posicionamiento.</p> <p>El proveedor no acredita estudios similares, por lo tanto, obtiene nota 0</p>

CUADRO FINAL DE EVALUACIÓN

LUGAR	OFERENTE	A. Precio		B. Calidad de la propuesta técnica		C. Experiencia del Oferente en Estudios de posicionamiento		NOT A FINAL
		(15%)		(45%)		(40%)		
		Nota	Nota Pond.	Nota	Nota Pond.	Nota	Nota Pond.	
1°	TIRONI Y ASOCIADOS S.A.	3,36	0,50	2,00	0,90	4,00	1,60	3,00
2°	VMLY&R CHILE S.p.A	3,20	0,48	2,00	0,90	2,00	0,80	2,18
3°	GESTION TECNOLOGICA CHILE SPA	3,43	0,51	2,00	0,90	1,00	0,40	1,81
4°	TRACK GLOBAL SOLUTIONS, S.L.	4,00	0,60	2,00	0,90	0	0	1,50

Recomendación:

Conforme a lo estipulado en el numeral 9.12.- "ADJUDICACIÓN" de las Bases de Licitación y de acuerdo con los Criterios de Evaluación definidos para este proceso, la Comisión Evaluadora recomienda la adjudicación de la Licitación Pública para la contratación de los "Servicios de diagnóstico, evaluación de funcionalidades, estrategias y herramientas de ProChile", al proveedor "TIRONI Y ASOCIADOS S.A.", que obtuvo una nota final de 3,00 y representa una oferta conveniente para los intereses de la Dirección General de Promoción de Exportaciones.

Los integrantes de la presente Comisión Evaluadora, de conformidad con las normas de Probidad y de Compras Públicas, declaran no tener relación ni parentesco con el oferente que presentó la propuesta y/o trabajadores del mismo, que les impidan participar en este proceso de evaluación. En caso contrario, estarán sujetos a las sanciones administrativas y penales que imponen los reglamentos y disposiciones legales correspondientes.

- María José Hernández Alcaíno, directora (S) Departamento Dirección de Marketing y Eventos.
- Claudio Sepúlveda Villalobos, jefe Subdepartamento de Marketing.
- Juan Luis Luna Castillo, asistente Subdepartamento de Marketing.

Sin otro particular,



MARIA JOSE HERNANDEZ ALCAINO
DIRECTORA (S)
DEPARTAMENTO DIRECCION MARKETING Y EVENTOS