**CRITERIO BASES DE POSTULACIÓN EXPO ANIVERSARIO 2025**

 La Expo Aniversario N°96, tiene como línea de acción fundamental apoyar el emprendimiento y el rescate patrimonial de la cultura de la Patagonia. Participar, junto a la comunidad local, de un evento familiar, con logros artísticos que estimulen y potencien el crecimiento cultural entre pares y el enriquecimiento del patrimonio cultural de la región. La Expo Aniversario 2025, tendrá su énfasis en el fomento y promoción del desarrollo productivo y turístico de la Región de Aysén, contando con un gran número de emprendedores con el fin de dinamizar el desarrollo económico con impacto comunal y regional. Es necesario establecer criterios de selección, para que los participantes puedan postular y así poder realizar una correcta selección de estos y a su vez relevar los productos y emprendimientos comunales y regionales. La municipalidad se reserva el derecho de realizar invitaciones directas a entidades privadas, públicas, organizaciones y gremios. Los horarios establecidos en las siguientes bases, pueden ser modificados si así se indica por la organización o entidad correspondiente.

1. **ADMISIBILIDAD**: ¿Qué productos y personas pueden postular?

Importante:las postulaciones fuera de plazo quedarán automáticamente fuera de proceso.Personas mayores o con alguna discapacidad, se dispondrá además de la modalidad presencial mediante la entrega del documento en formato físico.

El no aviso o ausencia de notificación, indicará que no fue seleccionado para la participación en esta oportunidad.

Los siguientes documentos se deben enviar en un solo correo electrónico (basesexpoaniversario2025@coyhaique.cl), con los siguientes adjuntos de acuerdo a la categoría a la que postula. El asunto debe indicar: Nombre de fantasía del emprendimiento.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| CATEGORÍAS | ANEXO N°1 (COMPLETO) | FOTOCOPIA SIMPLE CÉDULA DE IDENTIDAD DEL SOLICITANTE | INICIACIÓN DE ACTIVIDADES DEL SII | FOTOGRAFÍAS Y MARKETING (MÍNIMO 5) | RESOLUCIÓN SANITARIA (EN CASO DE SER NECESARIO) | AUTORIZACIÓN INSTALACIONES ELÉCTRICAS (SEC) | PATENTE MUNICIPAL (PROVISORIA) | CERTIFICADO DE VIGENCIA ACTUALIZADO | DECLARACIÓN JURADA ARTICULO N° 19.925 (EXPENDIO Y CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHOL) | CERTIFICADO DE ANTECEDENTES PARA FINES ESPECIALES | CERTIFICADO DE INHABILIDAD (TRABAJO CON MENORES DE EDAD) |
| Artesanía | X | X |  | X | X |  |  | X | X | x |  |
| Food Truck | X | X | X | X  | X | X |  |  | X  | x |  |
| Cervecerías | X | X | X | X | X |  |  | X | X | X |  |
| Juegos Típicos | x | x |  | x |  |  |  |  |  | x | x |
| Otras actividades al aire libre | X | X |  | X |  |  |  | X | X | X | X |
| Carros pequeños de tracción manual | X | X | X | X | X |  | X |  |  | x |  |
| Ramadas | X | X | X | X | X |  | X |  | X | X |  |

**Importante:**

* Es obligatorio enviar todos los documentos en **un solo correo** para postulación efectiva. En caso de no presentar todos los documentos, quedará **INADMISIBLE** (no será evaluado por la comisión).
* Para los **Food Trucks** es importante considerar como documentación extra enviar medidas del carro, fotografía basurero, especificar el tipo de generador y, carta y propuesta innovadora, recordando que deben tener permiso de circulación al día.
* Para **Cervecerías** y **Ramadas** se necesita también como fotografía extra el basurero.
* Para las **Artesanías** en caso de venta de alimentos requiere de Resolución sanitaria.
* Se permite también certificados de Estatuto y de Constitución de sociedad actualizados.
* El documento Declaración Jurada sobre Expendio y Consumo de de Bebidas Alcohólicas se encuentra en el Anexo N°4.
1. **POSTULACIÓN**

|  |
| --- |
| El ingreso con la Comisión Evaluadora será por orden de llegada. El flujo de la postulación y selección será:1. Llegada de postulantes.
2. Funcionario recepción, corrobora criterios de admisibilidad.
3. Funcionario “apoyo inscripción”: Deberá tomar fotografías y registrar postulación en formato excel.
4. Funcionario “apoyó ingreso” con la comisión.
5. Ingreso a presentación con la Comisión Evaluadora.
6. Salida.
7. Evaluación de la Comisión
8. Notificación de los seleccionados.
 |

1. **COMISIÓN EVALUADORA.**

Será una comisión evaluadora quien revisará toda la documentación emitida por los postulantes. Dicha comisión estará integrada por el jefe del Departamento Desarrollo Local junto con 5 profesionales (incluyendo funcionario “apoyo inscripción”), que también forman parte de dicho departamento.

1. **CRITERIOS Y FACTORES DE EVALUACIÓN.**

La selección de postulantes se regirá por ponderaciones para la mayoría de las categorías, excepto actividades al aire libre y los carros pequeños con tracción manual.

Los postulantes seleccionados serán los que obtengan el mayor puntaje, producto de la sumatoria de todos los puntajes obtenidos correspondientes a cada criterio de evaluación, en una escala de puntaje de 0% a 100%.

**4.1 Categoría artesanía:**

La evaluación de las propuestas se regirá por las siguientes ponderaciones y criterios de evaluación:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ITEM** | **CRITERIOS DE EVALUACIÓN** | **PONDERACIÓN** |
| A | RESCATE DE MATERIA PRIMA  | 50% |
| B | CALIDAD, AUTENTICIDAD Y AUTORÍA  | 20% |
| C | PRESENTACIÓN/MARKETING  | 15% |
| D | RESCATE DE LA CULTURA E IDENTIDAD PATAGONA  | 15% |
| **TOTAL**  | **100%** |

**A. RESCATE DE MATERIA PRIMA (50%).**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CRITERIO** | **FACTORES**  | **PONDERACIÓN** |
| **RESCATE DE MATERIAS PRIMAS**  | Materia prima extraída de la naturaleza que se transforma, para elaborar otros materiales que más tarde se convierten en bienes de consumo (lanas,madera,cuero,etc). El producto presenta colores, patrones y formas atractivas visualmente, con diseños innovadores y atractivos. | 50% |
| Materia extraída de la naturaleza que se transforma para elaborar otros materiales que más tarde se convierten en bienes de consumo(lanas,madera,cuero,etc). El producto presenta colores, patrones y formas atractiva, sin diseño innovador | 25% |
| Materia extraída de la naturaleza que se transforma para elaborar otros materiales que más tarde se convierten en bienes de consumo(lanas,madera,cuero,etc).  | 10% |
| No se trabaja materia prima extraída de la naturaleza y el producto carece de creatividad y es poco atractivo visualmente. | 0%  |

**B. CALIDAD, AUTENTICIDAD Y AUTORÍA (20%)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CRITERIO** | **FACTORES**  | **PONDERACIÓN** |
|  **CALIDAD Y AUTENTICIDAD Y AUTORÍA**  | Presenta productos de calidad de preferencia con producción directa con materias primas con técnica y diseño propio de autoría de locales  | 20% |
| Presenta productos de calidad sin producción directa sin autoría  | 10% |
| No presenta lo antes mencionado  | 0%  |

**C.**  **PRESENTACIÓN Y MARKETING (15%).**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CRITERIO** | **FACTORES** | **PONDERACIÓN** |
| **PRESENTACIÓN Y MARKETING** | Presenta excelente publicidad visual,escrita o auditiva cuya función principal es informar,difundir con fotografías y persuadir al consumidor sobre ese producto o servicio presenta nombre de fantasía y fotografías  | 15% |
| Presenta excelente publicidad visual,escrita o auditiva cuya función principal es informar, difundir y persuadir al consumidor sobre ese producto o servicio | 10% |
| Presenta publicidad visual  | 5% |
| Carece de publicidad  | 0% |

**D. RESCATE DE LA CULTURA E IDENTIDAD PATAGONA (15%).**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CRITERIO** | **FACTORES** | **PONDERACIÓN** |
| **RESCATE DE LA CULTURA E IDENTIDAD PATAGONA**  | Rescata la cultura e incluye bienes materiales e inmateriales, que son creaciones que reflejan los valores de una sociedad y se plasman en formas artísticas, como la música, el arte, la literatura, gastronomía entre otras  | 15% |
| Rescata la cultura e incluye bienes materiales e inmateriales que no son creaciones que reflejan los valores de una sociedad  | 10% |
| No rescata la cultura e incluye bienes materiales e inmateriales que son creaciones que reflejan los valores de una sociedad  | 0% |

**4.2 Categoría Foodtruck**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ITEM** | **CRITERIOS DE EVALUACIÓN** | **PONDERACIÓN** |
| A | OFERTA DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS  | 50% |
| B | INNOVACIÓN  | 20% |
| C | PRESENTACIÓN/MARKETING | 15% |
| D | OFERTA ADICIONAL | 15% |
| **TOTAL**  | **100%** |

**A. OFERTA DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS (50%).**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CRITERIO** | **FACTORES**  | **PONDERACIÓN** |
| **OFERTA DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS**  | Presenta productos innovadores de carácter atractivo, identidad local y regional, una carta gastronómica que presenta los productos a la vista del público(precios,etc) así como también tiene insumos suficientes para satisfacer las necesidades de los consumidores asistentes  | 50% |
| Presenta productos con identidad regional sin carta gastronómica, para presentar los productos a la vista del público, sin suficientes insumos  | 25% |
| No presenta productos con identidad local, tiene insumos suficientes  | 10% |
| Haber obtenido evaluación negativa y estar mencionada en informes de conductas, multas, entre otros. | 0%  |

**B. INNOVACIÓN (20%)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CRITERIO** | **FACTORES**  | **PONDERACIÓN** |
| **INNOVACIÓN**  | Presenta productos con innovación y/o valor agregado, presenta carta bien especificados para lectura del público  | 20% |
| Presenta un mínimo de innovación sin carta de especificación  | 10% |
| Carece de innovación  | 0%  |

**C.**  **PRESENTACIÓN Y MARKETING (15%).**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CRITERIO** | **FACTORES** | **PONDERACIÓN** |
| **PRESENTACIÓN Y MARKETING** | Presenta publicidad atractiva con comunicación visual, escrita y auditiva, cuya función principal es informar,difundir y persuadir al consumidor sobre un producto o servicio , presenta fotografías  | 15% |
| Presenta publicidad atractiva con comunicación visual,escrita y no auditiva, cuya función principal es informar, difundir y persuadir al consumidor sobre un producto o servicio | 10% |
| Presenta publicidad poco atractiva con poca comunicación visual,escrita y no auditiva. | 5% |
| no presenta publicidad  | 0% |

**D. OFERTA ADICIONAL (15%).**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CRITERIO** | **FACTORES** | **PONDERACIÓN** |
| **OFERTA ADICIONAL** | Presenta propuesta adicional como promociones familiares en carta, sistema de pago como transferencia y carta en QR | 15% |
| Presenta promociones familiares sin sistema de pago  | 10% |
| No presenta propuestas  | 0% |

**4.3 Categoría Cervecería**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ITEM** | **CRITERIOS DE EVALUACIÓN** | **PONDERACIÓN** |
| A | OFERTA DE CERVEZA LOCALES  | 50% |
| B |  INNOVACIÓN  | 20% |
| C | PRESENTACIÓN/MARKETING | 15% |
| D | OFERTA ADICIONAL  | 15% |
| **TOTAL**  | **100%** |

**A. OFERTAS DE CERVEZAS LOCALES (50%).**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CRITERIO** | **FACTORES**  | **PONDERACIÓN** |
| **OFERTAS DE CERVEZA LOCALES**  | Presenta fabricación y elaboración de cerveza local y con productos que pertenezcan a la región (ej :calafate, maqui etc) | 50% |
| Presenta fabricación y elaboración de productos fuera de la comuna  | 25% |
| Sólo venta de cerveza, no presenta producción local  | 10% |
| No presenta producción local ni regional  | 0%  |

**B. OFERTA DE CERVEZA LOCALES (20%)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CRITERIO** | **FACTORES**  | **PONDERACIÓN** |
|  **INNOVACIÓN**  | Prioriza la producción artesanal de calidad y tiene originalidad o valor agregado en su producto, cantidad de productos y stock suficientes para satisfacer la necesidad de los consumidores | 20% |
| Prioriza la producción artesanal de calidad y no posee la suficiente cantidad de insumos para satisfacer la necesidad de los consumidores  | 10% |
| Carece de productos e insumos para satisfacer la necesidad de los consumidores  | 0%  |

**C.**  **PRESENTACIÓN Y MARKETING (15%).**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CRITERIO** | **FACTORES** | **PONDERACIÓN** |
| **PRESENTACIÓN Y MARKETING** | Presenta publicidad atractiva con comunicación visual, escrita o auditiva, cuya función principal es informar,difundir y persuadir al consumidor sobre un producto servicio, presenta fotografías  | 15% |
| Presenta publicidad atractiva con comunicación visual,escrita no auditiva, cuya función principal es informar, difundir y persuadir al consumidor sobre un producto o servicio, no presenta fotografías  | 10% |
| Presenta publicidad poco atractiva con poca comunicación visual,escrita y no auditiva. | 5% |
| No presenta publicidad  | 0% |

**D. OFERTA ADICIONAL (15%).**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CRITERIO** | **FACTORES** | **PONDERACIÓN** |
| **OFERTA ADICIONAL**  | Rescata la identidad patagona incluyendo productos regionales y artesanales que identifican a la región (maqui,etc) así como presenta sistema de pago con facilidad a los consumidores como transferencia incluyendo QR en carta  | 15% |
| Rescata producción artesanal y de calidad pero sin identidad regional  | 10% |
| No rescata la identidad patagona incluyendo productos regionales que identifican a la región  | 0% |

**4.4 Categoría Ramadas**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ITEM** | **CRITERIOS DE EVALUACIÓN** | **PONDERACIÓN** |
| A | ORNAMENTACIÓN | 50% |
| B | OFERTA DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS Y INNOVACIÓN  | 20% |
| C | PRESENTACIÓN/MARKETING | 15% |
| D | OFERTA ADICIONAL | 15% |
| **TOTAL**  | **100%** |

**A. ORNAMENTACIÓN (50%).**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CRITERIO** | **FACTORES**  | **PONDERACIÓN** |
| **ORNAMENTACIÓN**  | Presenta ornamentación típica a través de la inclusión de adornos y detalles decorativos. La ornamentación, por lo tanto se asocia a la decoración (acorde a la festividad) | 50% |
| Presenta ornamentación típica a través de la inclusión de adornos y detalles , sin motivo de festividad  | 25% |
| No presenta ornamentación acorde a la festividad  | 10% |
| No presenta ornamentación | 0%  |

**B. OFERTA DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS E INNOVACIÓN (20%)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CRITERIO** | **FACTORES**  | **PONDERACIÓN** |
| **OFERTA DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS E INNOVACIÓN**  | Tiene cantidad de productos e insumos suficientes para satisfacer la necesidad de los consumidores presentes en lugar con carta explicada al público , así como también cumple con productos de carácter típico por festividad y presenta productos con innovación o valor agregado.  | 20% |
| tiene cantidad de productos e insumos suficientes para satisfacer las necesidades de los consumidores, pero no presenta producto innovador  | 10% |
| Carece de productos e insumos para satisfacer la necesidad de los consumidores e innovación  | 0%  |

**C.**  **PRESENTACIÓN Y MARKETING (15%).**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CRITERIO** | **FACTORES** | **PONDERACIÓN** |
| **PRESENTACIÓN Y MARKETING** | Presenta publicidad atractiva con comunicación visual, escrita o auditiva, cuya función principal es informar,difundir y persuadir al consumidor sobre un producto o servicio , presenta fotografías , nombre de fantasía. | 15% |
| Presenta publicidad atractiva con comunicación visual,escrita no auditiva, cuya función principal es informar, difundir y persuadir al consumidor sobre un producto o servicio, no presenta nombre de fantasía.  | 10% |
| Presenta publicidad poco atractiva con poca comunicación visual,escrita y no auditiva. | 5% |
| No presenta publicidad  | 0% |

**D. OFERTA ADICIONAL (15%).**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CRITERIO** | **FACTORES** | **PONDERACIÓN** |
| **OFERTA ADICIONAL**  | Presenta dentro del lugar de actividad un repertorio de baile o música tradicional, local y chilena de acuerdo al evento, rescatando la cultura e identidad. | 15% |
| Presenta dentro del lugar de actividad solo música.  | 10% |
| No incluye dentro del lugar lo antes mencionado . | 0% |

**5. RESOLUCIÓN DE EMPATES.**

En caso de producirse un empate entre dos o más postulantes, se considerará el puntaje más altos obtenidos,el comité respectivo seleccionará al puntaje más cercano para completar los cupos disponibles para la actividad

de persistir el empate se considerará aspectos como, priorización de fechas de postulación, experiencia en eventos anteriores y/o propuestas innovadoras

En caso de producirse un empate entre dos o más postulantes, se considerarán las ponderaciones más altas obtenidas. El comité respectivo seleccionará al puntaje más cercano para completar los cupos disponibles para la actividad.

De persistir el empate se considerarán aspectos como, priorización de fechas de postulación por orden de llegada, experiencia en eventos anteriores, propuestas innovadoras o incluso, por un criterio a definir por la comisión evaluadora.