



Términos de Referencia para licitación:

**“DESARROLLO DE PLAN DE ACCIÓN  
GASTRONÓMICO Y PROGRAMA DE TALLERES  
CON IDENTIDAD CULINARIA REGIONAL”**



## 1.- DETALLES DEL PROYECTO

<b>Nombre del Programa</b>	Programa FNDR “Competitividad de oferta turística y creativa; puesta en valor de la identidad cultural del Biobío”
<b>Código BIP</b>	40040188-0
<b>Institución solicitante</b>	Fundación ProCultura
<b>Fuente (s) financiera (s)</b>	Programa FNDR “Competitividad de oferta turística y creativa; puesta en valor de la identidad cultural del Biobío”
<b>Descripción breve del proyecto</b>	<p>El sector turístico de la Región del Biobío, viene enfrentando desde el 2018 un nuevo escenario, a raíz de la disminución de los destinos turísticos regionales, perdiendo así competitividad y posicionamiento frente a otras regiones de Chile.</p> <p>Una de las soluciones propuestas, a corto plazo, es la diversificación de la oferta turística de la región, a través de la unión de dos sectores golpeados por la pandemia, como lo son el turismo y las artes, a través del desarrollo del turismo creativo, el que viene a impulsar el poder de la cultura y de la creatividad en pos de la recuperación turística, además de ser una de las principales tendencias de interés del visitante actual. Lo anterior genera un potencial revelador para la reactivación de los destinos, en donde la identidad y el capital cultural que posee la región del Biobío contribuye a esta nueva unión entre los prestadores de servicios turísticos y culturales, incrementando de esta forma la competitividad de este sector de la economía.</p>
<b>Objetivo General</b>	Poder activar y potenciar la cadena de valor a nuevos actores del turismo tradicional, forma una nueva estrategia que aporta a una diferenciación y diversificación de la oferta actual que presenta la región, generando un dinamismo para el ecosistema de emprendimiento e innovación del turismo y la cultura regional, potenciando el empleo y el ingreso de estos y consolidando una nueva identidad regional en torno a la actividad turística.

<b>Población Objetivo</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Micro, pequeñas, medianas y grandes empresas turísticas de los subsectores de alojamiento, restaurantes, transporte, tour operadores, producción artesanal, guías turísticos, entre otros.</li><li>2. Agentes culturales, artísticos y patrimoniales, integrantes de ámbitos creativos de la región, tales como música, artesanía, artes populares, audiovisual y gastronomía, administradores de espacios culturales y medios de difusión cultural, entre otros.</li><li>3. Habitantes de la Región del Biobío que aumentarán sus opciones en cuanto a la cultura y el uso del tiempo de ocio, al conocer una oferta más amplia de actividades vinculadas al Turismo Creativo del territorio.</li></ol> <p>La caracterización y priorización de la población objetivo se presenta a continuación.</p>
---------------------------	---

## **2.- JUSTIFICACIÓN**

### **2.1.- Antecedentes.**

Fundación ProCultura es una institución sin fines de lucro, fundada en 2009 por Ilonka Csillag P. y Alberto Larraín S., basada en la convicción de crear una organización enfocada en las personas, siendo la identidad, el patrimonio cultural y natural el eje para un desarrollo sostenible, el bienestar y la salud mental.

Desde entonces, junto a un equipo multidisciplinario y gracias al apoyo de numerosas instituciones públicas y privadas, Fundación ProCultura busca generar oportunidades de desarrollo en territorios aislados, por medio de la puesta en valor de las personas a través de su identidad, para fortalecer el tejido social y potenciar el bienestar de las comunidades. Es así como ha desarrollado proyectos de restauración y puesta en valor del patrimonio, difusión cultural, además de iniciativas de desarrollo social a partir de la identidad, en las regiones de Atacama, Coquimbo, Valparaíso, Metropolitana, O'Higgins, Biobío, Los Lagos, Aysén y Magallanes.

ProCultura tiene más de 14 años de experiencia en el trabajo con la comunidad vinculando la identidad y el patrimonio de los territorios. Ha realizado más de 40 archivos fotográficos familiares a lo largo de Chile, proyecto que involucra un acercamiento a las diversas comunidades por medio de puerta a puerta, asistencia a reuniones locales y realización de participaciones ciudadanas, para llevar a cabo diagnósticos y levantamientos patrimoniales. Con esta información, se realizan diversos productos (exposiciones, publicaciones, cápsulas audiovisuales, entre otros) además, se desarrolla una cartera de proyectos que buscan el desarrollo sustentable de las comunidades, por medio de la identidad y el patrimonio cultural.

### **2.2.- Objetivos de la contratación.**

Adquirir los servicios para lograr:

- 1) Desarrollo de 1 plan de acción vinculado al área gastronómica de la región del Biobío
- 2) Desarrollo de 1 programa talleres con identidad culinaria regional.

### **3.- CRONOGRAMA DE LA LICITACIÓN**

Los plazos de días corridos incluyen sábados, domingos y festivos.

**-Fecha de publicación de la licitación 17/03/2023 16:00:00**

Las presentes bases serán publicadas a través del sitio Web [www.procultura.cl](http://www.procultura.cl).

**-Fecha de cierre para presentar ofertas: 24/03/2023 12:00:00**

**-Fecha de apertura electrónica de ofertas: 24/03/2023 12:01:00**

**-Plazo de evaluación y adjudicación: 27/03/2023 15:00:00**

**-Plazo para suscripción de contrato: 07/03/2023 18:00:00**

### **4.- CONDICIONES A EVALUAR PARA ADJUDICACIÓN DE LA EMPRESA**

#### **4.1.- Oferta económica (5%)**

La empresa deberá presentar Anexo N°2, indicando el monto total del servicio, que no debe superar al total disponible para la presente adquisición.

#### **4.2.- Oferta técnica (15%)**

El oferente deberá presentar una oferta técnica que contenga como mínimo lo solicitado en las especificaciones técnicas indicadas en los actuales términos de referencia.

#### **4.3.- Experiencia de la empresa**

- a) Experiencia y trayectoria demostrable en **producciones de eventos** durante los últimos 5 años con servicios públicos. (Adjuntar contratos, órdenes de compra, facturas u otros documentos que verifiquen la realización de actividades similares en la presente licitación). **(5%)**
- b) Experiencia y trayectoria demostrable en **comunicaciones y diseños en proyectos de turismo y/o turismo gastronómico** durante los últimos 5 años. (Adjuntar contratos, órdenes de compra, facturas u otros documentos que verifiquen la realización de actividades similares en la presente licitación). **(15%)**
- c) Experiencia y trayectoria demostrable en **estudios y/o consultorías vinculadas al turismo y/o turismo gastronómico** tales como: **identificación de brechas,**

**levantamiento de información, estudio de mercado, desarrollo de plan formativo, giras tecnológicas, congresos**, durante los últimos 5 años. (Adjuntar contratos, órdenes de compra, facturas u otros documentos que verifiquen la realización de actividades similares en la presente licitación). **(20%)**

#### **4.4.- Equipo de trabajo**

a) Equipo de trabajo: **(20%)**

-1 jefe de proyecto con al menos 10 años de experiencia en el rubro turístico.

-1 especialista en turismo con postgrado vinculado a las actividades realizadas en la presente licitación, como por ejemplo iniciativas sociales, de marketing, consultorías desarrollo y ejecución de proyectos en el rubro.

-1 coordinador en terreno con formación académica en el área turística.

-1 especialista del área gastronómica que acredite experiencia en el rubro gastronómico.

Para todos los profesionales es necesario adjuntar de respaldo currículum y certificados de estudios que acrediten dicha experiencia.

b) Se evaluará favorablemente la participación de mujeres en la conformación del equipo de trabajo, la cual deberá ser como mínimo del 50%. **(5%)**

#### **4.5.- Propuestas de mejoras:**

El oferente deberá presentar 1 propuesta de mejora por cada producto y sus especificaciones técnicas mencionadas en el punto **8.2.- Productos asociados para dar cumplimiento al objetivo de la licitación**. Dicha propuesta otorga libertad creativa y editorial al oferente para proponer acciones de mejora enmarcadas en los objetivos y justificación del encargo según el punto 1 de estas bases. **(10%)**

#### **4.6.- Dirección principal de la empresa:**

Se valorará favorablemente que la empresa postulante, tenga dirección comercial en la Región del Biobío. **Se evaluará mediante la presentación de documento que acredite dirección en la región. (5%)**

#### **4.7.- Mecanismo de resolución de empates**

En el evento de que una vez culminado el proceso de evaluación de ofertas, hubiese dos o más proponentes que hayan obtenido el mismo puntaje máximo, quedando más de uno en condiciones de resultar adjudicados, se optará por aquella oferta que cuente con un mayor puntaje en el criterio 4.2 y 4.3. En caso de mantenerse el empate, se seleccionará aquella oferta que cuente con un mayor puntaje en el 4.4.

#### **4.8.- Adjudicación**

Se adjudicará al oferente que obtenga el mayor puntaje en la evaluación de las propuestas, en los términos descritos en las presentes bases.

#### **4.9.- Readjudicación**

Si el adjudicatario se desistiere de firmar el contrato o no cumpliera con las demás condiciones y requisitos establecidos en las presentes bases para la suscripción o aceptación del referido documento, la entidad licitante podrá, junto con dejar sin efecto la adjudicación original, adjudicar la licitación al oferente que le seguía en puntaje, o a los que le sigan sucesivamente, dentro del plazo de 60 días corridos contados desde la publicación de la adjudicación original.

#### **4.10.- Inadmisibilidad de las ofertas y declaración de desierta de la licitación**

La entidad licitante declarará inadmisibles las ofertas presentadas que no cumplan los requisitos o condiciones establecidos en las presentes bases de licitación, sin perjuicio de la facultad para solicitar a los oferentes que salven errores u omisiones formales de acuerdo con lo establecido en las presentes bases. La entidad licitante podrá, además, declarar desierta la licitación cuando no se presenten ofertas o cuando éstas no resulten convenientes a sus intereses.

#### **4.11.- Confidencialidad**

El Adjudicatario no podrá utilizar para ninguna finalidad ajena a la ejecución de la relación contractual, la documentación, los antecedentes y, en general, cualquier información, que haya conocido o a la que haya accedido, en virtud de cualquier actividad relacionada con aquélla. El Adjudicatario, así como su personal dependiente que se haya vinculado a la ejecución de la relación contractual, en cualquiera de sus etapas, deben guardar confidencialidad sobre los antecedentes relacionados con el desarrollo de aquélla. El Adjudicatario debe adoptar medidas para el resguardo de la confidencialidad de la información, reservándose la entidad licitante el derecho de ejercer las acciones legales

que correspondan en caso de divulgación no autorizada, por cualquier medio, de la totalidad o parte de la información referida.

#### **4.11.- Modificaciones a las bases**

La entidad licitante podrá modificar las presentes bases hasta antes del vencimiento del plazo para presentar ofertas. Las modificaciones que se lleven a cabo serán informadas a través del sitio Web [www.procultura.cl](http://www.procultura.cl). Estas modificaciones formarán parte integral de las bases. Junto con aprobar la modificación, se establecerá un nuevo plazo prudencial para el cierre o recepción de las propuestas, a fin de que los proveedores interesados puedan conocer y adecuar su oferta a tal modificación.

### **5.- DOCUMENTACIÓN DE ADMISIBILIDAD**

Los anexos y documentos que se solicitan a continuación son estrictamente necesarios para la evaluación de la empresa oferente, por lo cual, si algún documento solicitado no es presentado, la oferta será declarada inadmisibles y no se procederá con su evaluación.

- a) Anexo N°1- Antecedentes del oferente.
- b) Anexo N°2 - Oferta económica.
- c) Anexo N°3 - Inhabilidades e incompatibilidades.
- d) Propuesta técnica formato libre.
- e) Certificado actualizado de antecedentes laborales y previsionales (F30).
- f) Documento que acredite domicilio en la Región del Biobío.
- g) Adjuntar todos los documentos solicitados como verificadores de los criterios de evaluación.

Las cotizaciones y los documentos anexos solicitados deberán presentarse vía email al correo electrónico: [csanhueza@procultura.cl](mailto:csanhueza@procultura.cl).

### **6.- PLAZO Y PAGO**

**6.1.-** La presente actividad deberá desarrollarse como plazo máximo dentro de **08 meses**, a partir de la firma de contrato de prestación de servicios al momento de la adjudicación de esta licitación.



**6.2.- El monto total adjudicado será pagado según el siguiente detalle:**

<b>N° de cuota</b>	<b>Componente</b>	<b>Actividad</b>	<b>Monto</b>	<b>Mes idóneo de pago</b>	<b>Producto a rendir</b>	<b>Verificador</b>
1era cuota	Gastronomía	Programas talleres con identidad	\$4.000.000	Marzo	Desarrollo y ejecución de campaña informativa, con el fin de lograr convocatoria para la participación a talleres	Informe de desarrollo de campaña y resultados de esta
2da cuota	Gastronomía	Programa talleres con identidad	\$20.000.000	Abril	Desarrollo y producción de talleres en terreno	Informe de planificación de la ejecución de los talleres
3era cuota	Gastronomía	Plan de acción	\$9.000.000	Abril	Desarrollo de modelo de gestión y plan de acción	Informe sobre desarrollo de modelo de gestión y plan acción
4ta cuota	Gastronomía	Plan de acción	\$5.000.000	Mayo	Diseño gráfico y entrega de hoja de ruta	Informe y entrega hoja de ruta
5ta cuota	Gastronomía	Programa talleres con identidad	\$20.000.000	Julio	Desarrollo y producción de talleres en terreno y desarrollo workshop	Informe final sobre desarrollo y ejecución de talleres en terreno y desarrollo y ejecución de workshop
<b>TOTAL</b>			<b>\$58.000.000</b>			

## **7.- CENTRO DE COSTO DE LA PRESENTE LICITACIÓN**

La ejecución de la presente licitación se financia a través del programa FNDR “Competitividad de oferta turística y creativa; puesta en valor de la identidad cultural del Biobío”, código BIP 40040188-0, cargado al:

- 1) **Componente:** 3 - Implementación de planes y programas que propicien la generación de valor a partir del desarrollo de la GASTRONOMÍA con Identidad Local/Regional.

### **Actividad:**

3.1.- Plan de acción a 10 años.

### **Subactividad:**

- Diseño sobre construcción participativa de un modelo de gestión y plan de acción para el desarrollo sostenible de la gastronomía creativa regional.
- Diseño gráfico de hoja de ruta gastronómica creativa regional.

3.2.- Programa talleres con identidad culinaria regional.

### **Subactividad:**

- Convocatoria para talleres.
- Talleres Identidad Culinaria Lafkenche/Pehuenche (Cañete).
- Talleres Identidad Culinaria Lafkenche (Alto Biobío).
- Talleres Identidad Culinaria Criolla (Los Ángeles).
- Talleres Identidad Culinaria Costera y Caletas (Tomé/Talcahuano).
- Talleres Identidad Culinaria Urbana (mercados y bares) (Concepción).

## **8.- ESPECIFICACIONES PARA LA ADQUISICIÓN**

### **8.1.- Monto total máximo disponible:**

El monto máximo disponible para la presente actividad es de **\$58.000.000 (cincuenta y ocho millones de pesos)** IVA incluido.

### **8.2.- Productos asociados para dar cumplimiento al objetivo de la licitación:**

#### **1) Desarrollo de Plan de acción vinculado al área gastronómica de la región del Biobío**

1.1) Construcción participativa de un modelo de gestión, plan de acción y diseño de hoja de ruta gastronómica creativa regional:

- Desarrollo y entrega de un informe sobre modelo de gestión y plan de acción para el desarrollo de la gastronomía creativa regional.
- Diseño gráfico de la hoja de ruta con ilustraciones acorde al territorio y que se refleje el resumen de las acciones comprendidas en Plan de acción en formato ilustrator y pdf para ser enviado a imprenta.

#### **2) Desarrollo de Programa talleres con identidad culinaria regional**

2.1) Convocatoria a talleres con identidad culinaria regional:

- Desarrollo y ejecución de campaña informativa, con el fin de lograr convocatoria para la participación en talleres. Se debe entregar informe con el resultado de ésta.

2.2) Producción en terreno de talleres con identidad culinaria regional:

- Desarrollo y ejecución de producción en terreno de 30 talleres (se considera la ejecución de 6 talleres por cada tipo de cocina).
- Desarrollo y ejecución de 1 workshop que considere todos los tipos de cocina.

### **8.3. Especificaciones técnicas relacionados a los productos a ejecutar:**

#### **1) Desarrollo de Plan de acción vinculado al área gastronómica de la región del Biobío**

##### **1.1) Construcción participativa de un modelo de gestión y plan de acción y diseño hoja de ruta gastronómica creativa regional:**

→ Modelo de gestión y plan de acción para el desarrollo de la gastronomía creativa regional:

- ◆ Basado en los documentos “Diagnóstico de la gastronomía creativa del Biobío” e “Identificación de brechas”, **el proveedor deberá analizar y realizar una propuesta y metodología de trabajo, con el fin de desarrollar talleres participativos y lograr la construcción del modelo de gestión y plan de acción para la presente actividad.**

El plan de acción deberá contener como mínimo ejes de promoción, comercialización, infraestructura, recursos humanos, en donde desde allí se puedan trabajar las brechas. También que incluya la misión y visión del plan. Se entenderá por brecha la diferencia entre la oferta disponible optimizada de infraestructura o acceso a servicios y la demanda existente.

- ◆ Finalmente y de acuerdo a la metodología propuesta a desarrollar por el proveedor, se deberá entregar un Plan acción y hoja de ruta de acuerdo a las observaciones y validación, trabajadas en los talleres propuestos.

→ Diseño gráfico y hoja de ruta:

- ◆ Desarrollo de diseño de hoja de ruta con ilustraciones para impresión y digital de lienzo
- ◆ Resumen de hoja de ruta incluyendo la misión y visión del plan de acción.
- ◆ Archivo ilustrador original del mapa y documento pdf listo para impresión.
- ◆ Dicha hoja de ruta, antes de su socialización y validación final, en primera instancia debe encontrarse con el visto bueno de Fundación ProCultura y del Gobierno Regional del Biobío.

## 2) Desarrollo de Programa talleres con identidad culinaria regional

### 2.1) Convocatoria a talleres con identidad culinaria regional:

→ Campaña informativa y resultados de esta:

- ◆ Se deberá realizar una campaña de difusión para la inscripción de los beneficiarios a los talleres formativos, en donde tiene que tener un alcance de toda la región del Biobío, identificando los criterios de selección, en donde se describen el documento de “Diseño de talleres”. **Se espera que proveedor proponga modalidad de ejecución de campaña.**
  - ◆ Se solicita como mínimo que la campaña se realice en redes sociales con publicidad pagada tanto en instagram como facebook para lograr un mayor alcance. Se espera en este punto una propuesta creativa del oferente.
  - ◆ Se solicitan como mínimo dos frases por día, durante al menos 15 días consecutivos y gestión de prensa.
  - ◆ Fecha estimada de campaña entre el 27 de marzo y el 14 de abril.
  - ◆ Se deberá realizar un informe final, sobre impacto de campaña.
- **Perfil de público objetivo de la campaña:** será orientado a personas de la región del Biobío, con interés en la gastronomía, entre los 18 a 65 años.

## 2.2) Producción en terreno de talleres con identidad culinaria regional:

→ Se deberán realizar 6 talleres por cada tipo de cocina. **Se espera que proveedor pueda proponer modalidad de ejecución, teniendo el siguiente detalle como orientación:**

N° Taller	Fecha estimadas de ejecución	Horario estimados	Horas mínimas	Lugares esperados	Descripción para desarrollo de talleres
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>•24/04/2023</li> <li>•24/04/2023</li> <li>•25/04/2023</li> <li>•25/04/2023</li> <li>•26/04/2023</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•10:00</li> <li>•15:00</li> <li>•10:00</li> <li>•15:00</li> <li>•15:00</li> </ul>	•2	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Concepción</li> <li>•Talcahuano/ Tomé/ Colcura</li> <li>•Alto Biobío</li> <li>•Los Ángeles</li> <li>•Cañete</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Concepto Turismo Creativo</li> <li>•Gastronomía Creativa</li> </ul>
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>•08/05/2023</li> <li>•08/05/2023</li> <li>•09/05/2023</li> <li>•09/05/2023</li> <li>•10/05/2023</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•10:00</li> <li>•15:00</li> <li>•10:00</li> <li>•15:00</li> <li>•15:00</li> </ul>	•3	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Concepción</li> <li>•Talcahuano/ Tomé/ Colcura</li> <li>•Alto Biobío</li> <li>•Los Ángeles</li> <li>•Cañete</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•La consultora deberá levantar un inventario de materias primas para la generación de patrimonialización gastronómica local por tipo de cocina.</li> <li>•Reconocimiento de materias primas nativas/endémicas y de amplio uso en el territorio en donde se deberá validar en el taller.</li> </ul>
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>•22/04/2023</li> <li>•22/05/2023</li> <li>•23/05/2023</li> <li>•23/05/2023</li> <li>•24/05/2023</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•10:00</li> <li>•15:00</li> <li>•10:00</li> <li>•15:00</li> <li>•15:00</li> </ul>	•3	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Concepción</li> <li>•Talcahuano/ Tomé/ Colcura</li> <li>•Alto Biobío</li> <li>•Los Ángeles</li> <li>•Cañete</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Identificación de elementos de identidad local/territorial para la tematización y ambientación de los espacios gastronómicos, según tipos de cocinas.</li> </ul>
4	<ul style="list-style-type: none"> <li>•05/06/2023</li> <li>•05/06/2023</li> <li>•06/06/2023</li> <li>•06/06/2023</li> <li>•07/06/2023</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•10:00</li> <li>•15:00</li> <li>•10:00</li> <li>•15:00</li> <li>•15:00</li> </ul>	•3	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Concepción</li> <li>•Talcahuano/ Tomé/ Colcura</li> <li>•Alto Biobío</li> <li>•Los Ángeles</li> <li>•Cañete</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Construcción de propuesta de preparaciones con identidad local, por tipo de cocina.</li> </ul>
5	<ul style="list-style-type: none"> <li>•12/06/2023</li> <li>•12/06/2023</li> <li>•13/06/2023</li> <li>•13/06/2023</li> <li>•14/06/2023</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•10:00</li> <li>•15:00</li> <li>•10:00</li> <li>•15:00</li> <li>•15:00</li> </ul>	•3	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Concepción</li> <li>•Talcahuano/ Tomé/ Colcura</li> <li>•Alto Biobío</li> <li>•Los Ángeles</li> <li>•Cañete</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Construcción de propuesta de preparaciones con identidad local, por tipo de cocina.</li> </ul>

6	<ul style="list-style-type: none"> <li>•27/06/2023</li> <li>•27/06/2023</li> <li>•28/06/2023</li> <li>•28/06/2023</li> <li>•29/06/2023</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•10:00</li> <li>•15:00</li> <li>•10:00</li> <li>•15:00</li> <li>•15:00</li> </ul>	•3	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Concepción</li> <li>•Talcahuano/ Tomé/ Colcura</li> <li>•Alto Biobío</li> <li>•Los Ángeles</li> <li>•Cañete</li> </ul>	Construcción de propuesta de 6 preparaciones de coctelería con identidad local, por tipo de cocina.
---	---	--	----	--	---

→ Producción de workshop. **Se espera que proveedor pueda proponer modalidad de ejecución y metodología, teniendo el siguiente detalle como orientación y temática para abordar:**

Fecha estimada de ejecución	Horario estimado	Hora mínima	Lugar esperado	Temas para workshop a proponer
11/07/2023	•10:00 a 13:00	•4	•Concepción	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Asociatividad para el escalamiento.</li> <li>•Economía local para el abastecimiento (cadena de valor)</li> <li>•Estrategia de diseño de carta.</li> </ul>