

Criterios de selección expositores/as

Expo Patagonia 2026

CATEGORÍA ARTESANOS/AS Y EMPRENDEDORES/AS

ITEM	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN
A	USO DE MATERIA PRIMA Y EXÁMEN VISUAL	/40%
B	RESCATE DE LA CULTURA E IDENTIDAD PATAGONA	/30%
C	CALIDAD, AUTENTICIDAD Y AUTORÍA	/15%
D	PRESENTACIÓN /MARKETING	/15%
TOTAL		/100%

A. USO DE MATERIAS PRIMAS Y EXÁMEN VISUAL (40%)

CATEGORÍA ARTESANOS/AS Y EMPRENDEDORES/AS - USO DE MATERIAS PRIMAS Y EXÁMEN VISUAL (40%)		
CRITERIO	FACTORES	%
USO DE MATERIAS PRIMAS Y EXÁMEN VISUAL	El o los productos de la postulación son de materia prima extraída de la naturaleza que se transforma artesanal o semi artesanalmente. El producto presenta colores, patrones y formas atractivas visualmente, con diseños innovadores y atractivos. Si el producto es comestible aplica el uso de materias primas locales en la mayoría de sus productos. Y los mismos criterios anteriores en lo visual.	40%
	El o los productos de la postulación son 50% de materia prima local natural y 50% de productos manufacturados materia extraída de la naturaleza., El producto presenta colores, patrones y formas atractivas, con diseño innovador.	25%
	El o los productos de la postulación son en un 20% de materia prima local y presenta colores patrones y formas atractivas.	15%
	No se trabaja materia prima extraída de la naturaleza, pero el producto presenta colores, patrones y formas atractivas, con diseño innovador.	10%
	No se trabaja materia prima extraída de la naturaleza, y el producto es poco atractivo visualmente.	0%

B. RESCATE DE LA CULTURA E IDENTIDAD PATAGONA (30%)

CATEGORÍA ARTESANOS/AS Y EMPRENDEDORES/AS - RESCATE DE LA CULTURA E IDENTIDAD PATAGONA (30%)		
CRITERIO	FACTORES	%
RESCATE DE LA CULTURA E IDENTIDAD PATAGONA	El producto o el emprendimiento rescatan el patrimonio material e inmaterial. Se incluyen dentro de la variedad de productos más de 7 que representan valores de la cultura patagona coyhaiquina.	30%
	El producto o el emprendimiento rescatan el patrimonio material e inmaterial. Se incluyen dentro de la variedad de productos entre 3 y 7 que representan valores de la cultura patagona coyhaiquina.	10%

CATEGORÍA ARTESANOS/AS Y EMPRENDEDORES/AS - RESCATE DE LA CULTURA E IDENTIDAD PATAGONA (30%)		
CRITERIO	FACTORES	%
	Ningún producto rescata el patrimonio material e inmaterial.	0%

C. CALIDAD, AUTENTICIDAD Y AUTORÍA (15%)

CATEGORÍA ARTESANOS/AS Y EMPRENDEDORES/AS - CALIDAD, AUTENTICIDAD Y AUTORÍA (15%)		
CRITERIO	FACTORES	%
CALIDAD, AUTENTICIDAD Y AUTORÍA	Productos de calidad comprobable, elaborados mediante producción directa, con uso preferente de materias primas locales, técnica definida y diseño original de autoría local. ¹	15%
	Productos de calidad poco comprobable de producción, bajo uso de materias primas y diseño sin autoría.	10%
	Productos de baja calidad sin autoría.	0%

D. PRESENTACIÓN Y MARKETING (15%)

CATEGORÍA ARTESANOS/AS Y EMPRENDEDORES/AS - PRESENTACIÓN Y MARKETING (15%)		
CRITERIO	FACTORES	%
PRESENTACIÓN Y MARKETING	El emprendimiento presenta logotipo, packaging, publicidad visual, escrita o auditiva donde se informe difunda y persuada al consumidor sobre el o los productos que ofrece con un enfoque y/o diseño territorial y cultural que se presenta de manera armónica y respetuosa del entorno.	15%
	El emprendimiento presenta logotipo, packaging, publicidad visual, escrita o auditiva donde se informe difunda y persuada al consumidor sobre el o los productos que ofrece sin un enfoque y/o diseño territorial y cultural, pero los diseños son armoniosos con el entorno. No incluye el logo "El Corazón de la Patagonia" en su propuesta.	10%
	Presenta publicidad visual, sin identidad local y no es armoniosa con el entorno.	5%
	Carece de publicidad.	0%

CATEGORÍA FOOD TRUCK

ITEM	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN
A	OFERTA GASTRONÓMICA	/40%
B	FACHADA	/30%
C	PRESENTACIÓN/MARKETING	/20%
D	INNOVACIÓN	/5%
E	OFERTA ADICIONAL	/5%
TOTAL		/100%

A. OFERTA GASTRONÓMICA (40%)

¹ Para demostrar este factor el o la postulante podrá realizar una breve descripción de su emprendimiento en el formulario web.

CATEGORÍA FOOD TRUCK - OFERTA GASTRONÓMICA (40%)		
CRITERIO	FACTORES	%
OFERTA GASTRONÓMICA	Presenta una propuesta de platos innovadores y de alto atractivo para el público, con identidad local y regional. Cuenta con una carta gastronómica visible que detalla claramente los productos ofrecidos y sus precios, y dispone de insumos suficientes para satisfacer la demanda de los consumidores asistentes durante el evento.	40%
	Presenta una propuesta sin identidad regional pero con una carta detallada con los productos ofrecidos y sus precios. Presenta insumos suficientes para satisfacer la demanda de los asistentes.	30%
	Presenta una propuesta sin identidad regional, sin carta ni detalle de productos y precios, pero con insumos suficientes para satisfacer la demanda de los asistentes.	20%
	Presenta una propuesta sin identidad local y no cuenta con insumos suficientes para satisfacer la demanda de los asistentes.	0%

B. FACHADA (30%)

CATEGORÍA FOOD TRUCK - FACHADA (30%)		
CRITERIO	FACTORES	%
FACHADA	El food truck presenta una fachada sin logotipos (permitido solo logo empresa y corazón de la patagonia) presenta un color neutro sin diseños.	30%
	Presenta más de un color en el food truck, adhesivos, lienzos y otros componentes de fachada no permitidos por el instructivo D.A	15%
	Presenta un frontis sin logotipo de la empresa, presenta lienzos, papelógrafos, color dañado.	0%

CATEGORÍA FOOD TRUCK - PRESENTACIÓN Y MARKETING (20%)		
CRITERIO	FACTORES	%
PRESENTACIÓN Y MARKETING	El emprendimiento presenta logotipo, packaging, publicidad visual, escrita o auditiva donde se informe difunda y persuada al consumidor sobre el o los productos que ofrece con un enfoque y/o diseño territorial y cultural que se presenta de manera armónica y respetuosa del entorno.	15%
	El emprendimiento presenta logotipo, packaging, publicidad visual, escrita o auditiva donde se informe difunda y persuada al consumidor sobre el o los productos que ofrece sin un enfoque y/o diseño territorial y cultural, pero los diseños son armoniosos con el entorno. No incluye el logo "El Corazón de la Patagonia" en su propuesta.	10%
	Presenta publicidad visual, sin identidad local y no es armoniosa con el entorno.	5%
	Carece de publicidad.	0%

C. PRESENTACIÓN Y MARKETING (20%)D. INNOVACIÓN (5%)

CATEGORÍA FOOD TRUCK - INNOVACIÓN (5%)		
CRITERIO	FACTORES	%
INNOVACIÓN ²	El foodtruck presenta una propuesta gastronómica innovadora y diferenciadora. Presenta un concepto diferenciador; de 2 a 3 elementos innovadores, que pueden ser: Atractiva carta, preparaciones con uso creativo de ingredientes, técnicas culinarias y/o formato de servicio.	20%
	El foodtruck presenta una propuesta gastronómica innovadora y diferenciadora. Presenta un concepto diferenciador; con al menos 1 elemento innovador, que pueden ser: Atractiva carta, preparaciones con uso creativo de ingredientes, técnicas culinarias y/o formato de servicio	10%
	El foodtruck no presenta una propuesta gastronómica innovadora	0%

D. OFERTA ADICIONAL (5%)

CATEGORÍA FOOD TRUCK - OFERTA ADICIONAL (5%)		
CRITERIO	FACTORES	%
OFERTA ADICIONAL	Presenta al menos 2 servicios adicionales para aumentar la experiencia del cliente ej: presenta sistema de pago con facilidad a los consumidores como transferencia incluyendo QR en carta, descuentos, contar con un anfitrión etc (debe estar demostrable en las fotos o en los documentos de la postulación).	5%
	Presenta al menos 1 servicio adicional	2%
	No presenta servicios adicionales.	0%

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

CATEGORÍA CERVECERÍA Y DESTILERÍA

A. OFERTAS DE CERVEZAS LOCALES (50%)

CATEGORÍA CERVECERÍA Y DESTILERÍA		
CRITERIO	FACTORES	%
OFERTA DE CERVEZA Y DESTILERÍA LOCAL	Presenta fabricación y elaboración de cerveza o destilería local y con productos naturales que pertenezcan a la región de Aysén y que representen a la comuna de Coyhaique (ej :calafate, maqui etc).	50%
	Presenta fabricación y elaboración de productos naturales y regionales pero no representan a la comuna de Coyhaique.	25%

² La innovación es aportar valor a la experiencia del público, manteniendo coherencia con la identidad local de Coyhaique y el contexto territorial de la Expo Patagonia 2026. Para la evaluación, esto se puede demostrar a través de la carta de variedades o brochure, y los medios de verificación que el o la postulante considere relevantes para realizar una correcta evaluación. Se encontrarán secciones del formulario web donde se pueden escribir aspectos como estos.

CATEGORÍA CERVECERÍA Y DESTILERÍA		
	Sólo venta de cerveza y/o destilados, no presenta producción local.	10%
	No presenta producción local ni regional.	0%

B. INNOVACIÓN (20%)

CATEGORÍA CERVECERÍA Y DESTILERÍA - INNOVACIÓN (20%)		
CRITERIO	FACTORES	%
INNOVACIÓN	Presenta una propuesta cervecera o de destilería que cuenta con 2 a 3 elementos innovadores, tales como: Preparaciones con uso creativo de ingredientes; formato de servicio; incorporación de historia y presencia de un relato cultural-turístico en sus productos.	20%
	Presenta una propuesta cervecera o de destilería que cuenta al menos con 1 elemento innovador, como: Preparaciones con uso creativo de ingredientes; formato de servicio; incorporación de historia y presencia de un relato cultural-turístico en sus productos.	10%
	No presenta una propuesta cervecera o de destilería con 1 elemento innovador.	0%

C. PRESENTACIÓN Y MARKETING (15%)

CATEGORÍA CERVECERÍA Y DESTILERÍA - PRESENTACIÓN Y MARKETING (15%)		
CRITERIO	FACTORES	%
PRESENTACIÓN Y MARKETING	El emprendimiento presenta logotipo, packaging, publicidad visual, escrita o auditiva donde se informe difunda y persuada al consumidor sobre el o los productos que ofrece con un enfoque y/o diseño territorial y cultural que se presenta de manera armónica y respetuosa del entorno.	15%
	El emprendimiento presenta logotipo, packaging, publicidad visual, escrita o auditiva donde se informe difunda y persuada al consumidor sobre el o los productos que ofrece sin un enfoque y/o diseño territorial y cultural, pero los diseños son armoniosos con el entorno. No incluye el logo "El Corazón de la Patagonia" en su propuesta.	10%
	Presenta publicidad visual, sin identidad local y no es armoniosa con el entorno.	5%
	Carece de publicidad.	0%

D. OFERTA ADICIONAL (15%).

CATEGORÍA CERVECERÍA Y DESTILERÍA - OFERTA ADICIONAL (15%)		
CRITERIO	FACTORES	%
OFERTA ADICIONAL	Presenta al menos 2 servicios adicionales para aumentar la experiencia del cliente ej: presenta sistema de pago con facilidad a los consumidores como transferencia incluyendo QR en carta, descuentos, contar con un anfitrión etc (debe estar demostrable en las fotos o en los documentos de la postulación).	15%
	Presenta al menos 1 servicio adicional.	10%
	No presenta servicios adicionales.	0%

CATEGORÍA OTRAS ACTIVIDADES AL AIRE LIBRE:

CATEGORÍA OTRAS ACTIVIDADES AL AIRE LIBRE		
ITEM	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN
A	EXPERIENCIA Y EQUIPAMIENTO	/50%
B	SEGURIDAD Y OPERACIÓN	/20%
C	PRESENTACIÓN Y MARKETING	/15%
D	RESPETO AL ENTORNO	/15%
TOTAL		/100%

A. CALIDAD DE LA EXPERIENCIA Y EQUIPAMIENTO (50%)

CATEGORÍA OTRAS ACTIVIDADES AL AIRE LIBRE - CALIDAD DE LA EXPERIENCIA Y EQUIPAMIENTO (50%)		
CRITERIO	FACTORES	%
EXPERIENCIA Y EQUIPAMIENTO	Presenta un documento donde se aprecie el circuito o actividad con equipamiento de alta gama; presenta un plan o flujograma de tiempos de juegos, tiempos de espera y de servicios que presta, se observa dentro de algún de guías relatando el entorno y una experiencia fluida y profesional.	50%
	Ofrece la actividad con equipamiento estándar y funcional, sin valor agregado en el relato o guía.	25%
	Equipamiento escaso, no presenta flujograma.	0%

B. SEGURIDAD Y ESTÁNDARES OPERATIVOS (20%)

CATEGORÍA OTRAS ACTIVIDADES AL AIRE LIBRE - SEGURIDAD Y ESTÁNDARES OPERATIVOS (20%)		
CRITERIO	FACTORES	%
SEGURIDAD Y OPERACIÓN	Presenta plan de seguridad detallado, seguros, vigentes, certificaciones de equipos y personal capacitado con elementos de protección personal completos para los usuarios.	20%
	Presenta medidas de seguridad básicas y equipos en buen estado, pero carece de certificaciones formales o seguros específicos.	10%
	Presenta medidas de seguridad insuficientes o equipos desgastados que podrían representar un riesgo menor.	5%
	No presenta plan de seguridad ni protocolos de operación.	0%

C. PRESENTACIÓN Y MARKETING (15%)

CATEGORÍA OTRAS ACTIVIDADES AL AIRE LIBRE - PRESENTACIÓN Y MARKETING (15%)		
CRITERIO	FACTORES	%
PRESENTACIÓN Y MARKETING	El emprendimiento presenta logotipo, packaging, publicidad visual, escrita o auditiva donde se informe difunda y persuada al consumidor sobre el o los productos que ofrece con un enfoque y/o diseño territorial y cultural que se presenta de manera armónica y respetuosa del entorno.	15%
	El emprendimiento presenta logotipo, packaging, publicidad visual, escrita o auditiva donde se informe difunda y persuada al consumidor sobre el o los productos que ofrece sin un enfoque y/o diseño territorial y cultural, pero los diseños son armoniosos con el entorno. No incluye el logo "El Corazón de la Patagonia" en su propuesta.	10%

CATEGORÍA OTRAS ACTIVIDADES AL AIRE LIBRE - PRESENTACIÓN Y MARKETING (15%)		
CRITERIO	FACTORES	%
	Presenta publicidad visual, sin identidad local y no es armoniosa con el entorno.	5%
	Carece de publicidad.	0%

D. INTEGRACIÓN CON EL ENTORNO (15%)

CATEGORÍA OTRAS ACTIVIDADES AL AIRE LIBRE - INTEGRACIÓN CON EL ENTORNO (15%)		
CRITERIO	FACTORES	%
RESPETO AL ENTORNO	Presenta de 1 a 2 fotografías donde visualmente, se aprecia una actividad que minimiza el impacto ambiental, utilizando señalética informativa sobre la flora/fauna local y respeta el trazado natural del suelo.	15%
	La actividad se desarrolla sin cuidado especial por el entorno natural o identidad local.	5%
	No presenta medidas de cuidado ambiental o genera daño al terreno.	0%

ITEM	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN
A	ESTÉTICA Y DISEÑO DEL CARRO	50%
B	HIGIENE Y MANIPULACIÓN	20%
C	PRESENTACIÓN Y MARKETING	15%
D	TRADICIÓN O INNOVACIÓN DEL PRODUCTO	15%
TOTAL		100%

CATEGORÍA CARROS PEQUEÑOS DE TRACCIÓN MANUAL

A. ESTÉTICA Y DISEÑO DEL CARRO (50%)

CATEGORÍA CARROS PEQUEÑOS DE TRACCIÓN MANUAL- ESTÉTICA Y DISEÑO DEL CARRO (50%)		
CRITERIO	FACTORES	%
ORNAMENTACIÓN Y DISEÑO	El carro presenta una estética impecable que se demuestra con pintura, acabados y detalles decorativos que evocan la identidad patagónica/coyhaiquina o del producto que vende.	50%
	El carro está limpio y pintado, pero su diseño es genérico y no posee detalles identitarios.	25%
	El carro presenta desgaste visible en su estructura o pintura poco prolija.	10%
	Carro en mal estado estético o con materiales precarios.	0%

B. CALIDAD SANITARIA (20%)

CATEGORÍA CARROS PEQUEÑOS DE TRACCIÓN MANUAL - CALIDAD SANITARIA (20%)		
CRITERIO	FACTORES	%

CALIDAD SANITARIA	Cumple rigurosamente con elementos de higiene (delantal, gorro, guantes si aplica), dispensador de alcohol gel y almacenamiento de insumos protegidos del ambiente.	20%
	Cumple con la higiene básica del manipulador, pero los insumos no están debidamente resguardados visualmente.	10%
	No cumple con normas básicas de higiene para la venta de alimentos.	0%

C. PRESENTACIÓN Y MARKETING (15%)

CATEGORÍA CARROS PEQUEÑOS DE TRACCIÓN MANUAL - PRESENTACIÓN Y MARKETING (20%)		
CRITERIO	FACTORES	%
PRESENTACIÓN Y MARKETING	El carro presenta logotipo, packaging, publicidad visual, escrita o auditiva donde se informe difunda y persuada al consumidor sobre el o los productos que ofrece con un enfoque y/o diseño territorial y cultural que se presenta de manera armónica y respetuosa del entorno.	15%
	El carro presenta logotipo, packaging, publicidad visual, escrita o auditiva donde se informe difunda y persuada al consumidor sobre el o los productos que ofrece sin un enfoque y/o diseño territorial y cultural, pero los diseños son armoniosos con el entorno. No incluye el logo "El Corazón de la Patagonia" en su propuesta.	10%
	El carro presenta publicidad visual, sin identidad local y no es armoniosa con el entorno.	5%
	Carece de publicidad.	0%

D. TRADICIÓN O INNOVACIÓN DEL PRODUCTO (15%)

CATEGORÍA CARROS PEQUEÑOS DE TRACCIÓN MANUAL - TRADICIÓN E INNOVACIÓN DEL PRODUCTO		
CRITERIO	FACTORES	%
VALOR DEL PRODUCTO	El producto ofrecido es una tradición rescatada (ej. palomitas artesanales, jugos naturales locales) o presenta una innovación creativa en su empaque.	15%
	Producto estándar sin diferenciación ni valor agregado.	5%
	Producto de reventa comercial (industrializado) sin preparación artesanal.	0%

RESTAURANTES (COCINERÍAS)

ITEM	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN
A	GASTRONOMÍA E IDENTIDAD	50%
B	AMBIENTACIÓN Y COMODIDAD	20%
C	PRESENTACIÓN Y MARKETING	15%
D	GESTIÓN DE RESIDUOS Y SERVICIOS	15%
TOTAL		100%

A. OFERTA GASTRONÓMICA E IDENTIDAD (50%)

CATEGORÍA RESTAURANTES - OFERTA GASTRONÓMICA E IDENTIDAD		
CRITERIO	FACTORES	%
GASTRONOMÍA E IDENTIDAD	Presenta carta variada que incluye platos típicos de la zona con ingredientes locales, presentación profesional de platos y opciones para diferentes dietas (ej. vegetariano); Presenta una propuesta con vestimenta típica de la patagonia del personal que atiende (garzonas/es, cocineras/os, entre otros).	50%
	Carta acotada a platos comunes de feria, sin productos locales. Presenta una propuesta con vestimenta típica de la patagonia del personal que atiende (garzonas/es, cocineras/os, entre otros).	30%
	Carta acotada a platos comunes de feria, sin productos locales. No presenta una propuesta con vestimenta típica.	15
	No presenta carta ni propuesta de vestimenta para el personal.	0%

B. AMBIENTACIÓN Y COMODIDAD (20%)

CATEGORÍA RESTAURANTES - AMBIENTACIÓN Y COMODIDAD		
CRITERIO	FACTORES	%
AMBIENTACIÓN Y COMODIDAD	Presenta un montaje espacio impecablemente decorado con motivos regionales, mobiliario cómodo y limpio, distribución que permite el flujo de personas y zona de mesas bien definida.	20%
	Presenta una propuesta de espacio limpio y ordenado con decoración mínima, mobiliario básico pero funcional.	10%
	Espacio con decoración deficiente o poco espacio para el comensal.	5%
	No presenta ambientación ni orden en el área de atención. (0%)	0%

C. PRESENTACIÓN Y MARKETING (15%)

CATEGORÍA RESTAURANTES - PRESENTACIÓN Y MARKETING (20%)		
CRITERIO	FACTORES	%
PRESENTACIÓN Y MARKETING	El restaurante presenta logotipo, y publicidad visual, escrita o auditiva donde se informe difunda y persuada al consumidor sobre el o los productos que ofrece, con un enfoque territorial y cultural que se presenta de manera armónica y respetuosa.	15%
	El restaurante presenta logotipo, packaging, publicidad visual, escrita o auditiva donde se informe difunda y persuada al consumidor sobre el o los productos que ofrece sin un enfoque y/o diseño territorial y cultural, pero los diseños son armoniosos con el entorno. No incluye el logo "El Corazón de la Patagonia" en su propuesta.	10%
	El restaurante presenta publicidad visual, sin identidad local y no es armoniosa con el entorno.	5%
	Carece de publicidad.	0%

D. GESTIÓN DE RESIDUOS (15%)

CATEGORÍA RESTAURANTES -		
CRITERIO	FACTORES	%
	En su propuesta se evidencia la factibilidad de utilizar vajilla o envases biodegradables/compostables, propone separación de residuos para reciclaje.	15%

GESTIÓN DE RESIDUOS Y SERVICIOS	En su propuesta se evidencia la factibilidad de utilizar vajilla o envases biodegradables/compostables, pero no propone separación de residuos para reciclaje.	5%
	En su propuesta no se evidencia la factibilidad de utilizar vajilla o envases biodegradables/compostables ni propone separación de residuos para reciclaje.	0%

CATEGORÍA FOGÓN

ITEM	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN
A	CALIDAD GASTRONÓMICA Y RESCATE DE LA CULTURA CAMPERA	50%
B	CAPACIDAD OPERATIVA Y MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS	30%
D	GESTIÓN DE RESIDUOS Y SERVICIOS	20%
TOTAL		100%

A. CALIDAD GASTRONÓMICA Y RESCATE DE LA CULTURA CAMPERA (50%)

CATEGORÍA FOGÓN - CALIDAD GASTRONÓMICA Y RESCATE DE LA CULTURA CAMPERA (50%)		
CRITERIO	FACTORES	%
CALIDAD GASTRONÓMICA Y RESCATE DE LA CULTURA CAMPERA	Presenta propuesta de carnes regionales (cordero, vacuno) y productos de la zona (papas, hortalizas locales). Presenta una propuesta donde visualmente se ve una técnica superior. La vestimenta del personal es acorde a la usanza patagónica y decoración rústica.	50%
	Presenta propuesta de carnes regionales (cordero, vacuno) y productos de la zona (papas, hortalizas locales). Presenta una propuesta donde visualmente se ve una técnica superior. La vestimenta del personal no es acorde a la usanza patagónica.	40%
	Presenta propuesta de carnes tradicionales solo vacuno y productos de la zona (papas, hortalizas locales). Presenta una propuesta donde visualmente se ve una técnica superior. La vestimenta del personal no es acorde a la usanza patagónica.	15%
	Presenta propuesta que no incluye menús, ni vestimenta tradicional	10%

B. CAPACIDAD OPERATIVA Y MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS (30%)

CATEGORÍA FOGÓN - CALIDAD OPERATIVA Y MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS (30%)		
CRITERIO	FACTORES	%
CALIDAD OPERATIVA Y MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS	Presenta plan de despacho rápido para evitar aglomeraciones y equipamiento completo (refrigeración, conservación).	30%
	No presenta plan de despacho rápido para evitar aglomeraciones y equipamiento completo (refrigeración, conservación).	15%

C. GESTIÓN DE RESIDUOS Y SERVICIOS (20%)

CATEGORÍA FOGÓN - GESTIÓN DE RESIDUOS Y SERVICIOS (20%)		
CRITERIO	FACTORES	%
GESTIÓN DE RESIDUOS Y SERVICIOS	En su propuesta se evidencia la factibilidad de utilizar vajilla o envases biodegradables/compostables, propone separación de residuos para reciclaje.	20%
	En su propuesta se evidencia la factibilidad de utilizar vajilla o envases biodegradables/compostables, pero no propone separación de residuos para reciclaje.	15%
	En su propuesta no se evidencia la factibilidad de utilizar vajilla o envases biodegradables/compostables ni propone separación de residuos para reciclaje.	0%