

PROGRAMA DE FORMACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD - PFC

# TÉRMINOS TÉCNICOS DE REFERENCIA

PARA LA CONTRATACIÓN DE CURSO(S) DE CAPACITACIÓN



AGENCIADO A TRAVÉS DE UN AGENTE OPERADOR INTERMEDIARIO DE CORFO

## **Tabla de contenido**

1.	IDENTIFICACIÓN GENERAL DEL PROYECTO .....	1
2.	DEFINICIONES .....	1
3.	ADMISIBILIDAD DE POSTULANTES A LA LICITACIÓN.....	2
3.1	Sobre Impuesto a gastos/servicios prestados en el extranjero .....	2
4.	ANTECEDENTES GENERALES (CONTEXTO).....	3
5.	OBJETO DE LA CONVOCATORIA.....	8
5.1	Objetivo general.....	8
	Que las empresas turísticas adopten herramientas digitales y de innovación para su gestión, por medio de la implementación de cursos de adopción digital e innovación. ....	8
5.2	Objetivos específicos.....	8
5.3	Cobertura .....	8
5.4	Resultados/Productos esperados .....	8
5.5	Informes entregables.....	9
5.5.1	<b>Presentación de inicio “Hito de validación académica”</b> .....	9
	Presentación que el organismo capacitador adjudicado deberá realizar previo al inicio de los cursos, cuyo objetivo es el aseguramiento de la calidad del programa. Considera los siguientes tres elementos: .....	9
5.5.2	<b>Informe de avance</b> .....	9
	El informe de avance se deberá entregar transcurrido el 50% de las clases, y deberá contener la siguiente información: .....	9
5.5.3	<b>Informe final</b> .....	9
	El informe final deberá contener:.....	9
5.6	Características generales del curso.....	10
	Aquí nosotros debemos indicar por curso licitado si Corfo entrega un Plan formativo mínimo a cumplir, o solicita que el oferente proponga un plan formativo (según plantilla). ....	
5.7	Seguro de accidentes .....	10
5.8	Metodología de los cursos .....	10
5.9	Carta Gantt de las actividades.....	12
	Las fechas señaladas anteriormente podrían sufrir modificaciones, las que serán comunicadas por Corfo a su Agente Operador Intermediario y al(los) adjudicatario(s) del programa. ....	12
5.10	Propuesta de Plan de Contingencia .....	12
5.11	Beneficiarios y cofinanciamiento.....	12
5.12	Postulación y Selección de los alumnos.....	13
5.13	Lista de espera y reemplazos .....	14
5.14	Proceso de matrícula .....	14
5.15	Registro de asistencia de los alumnos .....	15
5.16	Supervisión de los cursos .....	15
5.17	Entrega de certificado por parte del Organismo Capacitador.....	15
5.18	Entrega de diploma emitido por Corfo .....	15

5.19	Sobre las actividades o ceremonia de inicio y/o cierre de los cursos .....	15
6	CONTENIDOS Y REQUISITOS TÉCNICOS DE LA PROPUESTA.....	16
6.1	Propuesta técnica o metodológica.....	16
6.2	Equipo de trabajo.....	21
6.2.1	Docentes .....	21
6.2.2	Jefe de Proyecto .....	22
6.2.3	Apoyos administrativos .....	22
6.2.4	Director académico .....	23
6.3	Infraestructura y equipamiento .....	23
6.4	Experiencia del Oferente: .....	24
6.5	Plan de trabajo y descripción de los entregables .....	24
6.6	Propuesta Económica (Precio total del curso por alumno).....	24
7	MECANISMO DE ADJUDICACIÓN.....	24
8	CRITERIOS DE EVALUACIÓN .....	25
9	DEL CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS .....	25
10	CONFIDENCIALIDAD Y TRATAMIENTO DE DATOS.....	26
11	UTILIZACIÓN DE IMAGEN .....	26
12	PROPIEDAD INTELECTUAL .....	26
13	INTERPRETACIÓN E INFORMACIÓN .....	26

## TÉRMINOS TÉCNICOS DE REFERENCIA

### 1. IDENTIFICACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

<b>Código del proyecto:</b>	22PFC-201208				
<b>Nombre del programa:</b>	PROGRAMA SIGO PARA LA INNOVACIÓN Y LA DIGITALIZACIÓN DEL SECTOR TURISMO				
<b>Alcance:</b>	Nacional				
<b>Modalidad:</b>	Online				
<b>Sector productivo:</b>	Turismo				
<b>Administración:</b>	CODESSER				
<b>Duración estimada del servicio:</b>	6 meses				
<b>Cantidad de cursos a adjudicar:</b>	2				
<b>Adjudicación múltiple:</b>	Los organismos capacitadores interesados podrán postular a adjudicarse uno, varios o todos los cursos que comprende la licitación; y el Agente Operador Intermediario podrá adjudicar uno, varios o todos los cursos a un único oferente, de acuerdo con el mérito de las propuestas recibidas.				
<b>Recursos a adjudicar:</b>	\$88.200.000.- (Nota: Los valores se encuentran expresados en pesos chilenos.)				
Cursos	Cupos	Aporte becarios	Aporte Máx. Corfo	Monto Total	Número de horas mínimas solicitadas
SIGO Tecnología	100	\$ 5.400.000.-	\$ 48.600.000.-	\$ 54.000.000.-	60 horas.
SIGO Innovación	100	\$ 3.420.000.-	\$ 30.780.000.-	\$ 34.200.000.-	38 horas.

### 2. DEFINICIONES

- a. **Agente Operador Intermediario (AOI):** También llamada Entidad Gestora, es la encargada de la implementación y seguimiento del programa en todos sus aspectos administrativos, brindando apoyo a la Entidad Experta en su relación con Corfo. Para el caso de esta convocatoria, el Agente Operador Intermediario es (CODESSER) Corporación de Desarrollo Social Del Sector Rural. Es el AOI quien establece la relación contractual con la institución adjudicataria.
- b. **Organismo Capacitador o Adjudicataria:** Corresponde a la institución encargada de implementar las actividades de capacitación contempladas en el proyecto, de tal manera de cumplir con los objetivos y resultados propuestos.
- c. **Unidad de apoyo:** En la ejecución de estos podrá existir una "Unidad de Apoyo", conformada por Sernatur y Transforma Turismo, quienes colaboran con Corfo para el desarrollo óptimo del Programa, el cual busca disminuir las brechas digitales de los trabajadores en el país.

La unidad de Apoyo llevará conjuntamente con Corfo y su AOI la implementación del programa. Sus responsabilidades serán:

- Apoyar la campaña de atracción de postulantes y el proceso de selección vía digital.
- Evaluar y controlar la calidad del proceso formativo a través de un acompañamiento a los ejecutores en cada etapa de implementación del programa.
- Brindar asesoría técnico-académica a los ejecutores, con foco en la generación de planes de mejora de la calidad.

- d. **Sede:** La sede corresponde a la locación específica donde se efectuarán los cursos y/o donde los alumnos deberán asistir presencialmente para realizar requerimientos específicos a la institución de capacitación. Para el caso de los cursos y/o actividades e-learning se considera el entorno virtual.
- e. **Postulante:** Toda persona que finaliza satisfactoriamente, dentro del plazo establecido en la convocatoria, el proceso de postulación en línea (o aquel sistema que Corfo haya establecido sobre la base de criterios técnicos de factibilidad), cumpliendo con todas las exigencias que establezca dicha convocatoria.
- f. **Seleccionado:** Aquel postulante que cumple con los requisitos establecidos por el programa y resulta seleccionado de acuerdo a los criterios de priorización/selección que se hayan establecido. Las personas seleccionadas son convocadas a materializar su aporte por concepto de cofinanciamiento (matrícula) directamente al Organismo Capacitador, a través de los canales que éste define, quién deberá emitir a su vez el respectivo documento tributario (boleta o factura), individualizando al alumno.
- g. **Postulante en lista de espera:** En aquellos casos en que el número de postulantes seleccionados supere el número de becas disponibles, se generará una lista de espera. En caso de no completarse las vacantes ofrecidas, la lista de espera correrá de acuerdo a los criterios de priorización establecidos en el Procedimiento de Inscripción de los postulantes, correspondiente al proyecto.
- h. **Postulante no seleccionado:** Corresponde al postulante que no cumple con los requisitos establecidos, que envía su postulación fuera de plazo, o que no logra acreditar la información declarada en su postulación. También serán declarados como “no seleccionados” aquellos postulantes que, debido a la alta demanda de la convocatoria, no obtiene uno de los cupos designados para el curso al que postuló.
- i. **Beneficiario o becario:** Aquella persona que habiendo resultado seleccionada, materializa la obtención del beneficio mediante la constitución, ya sea por cuenta propia o de terceros, del aporte exigido por concepto de cofinanciamiento (matrícula).
- j. **Egresado:** Aquel beneficiario que finaliza el programa de formación o el proceso de certificación, habiendo cumplido con los requisitos académicos de egreso establecidos por el Organismo Capacitador (porcentaje mínimo de asistencia, calificaciones mínimas, entre otros).

### 3. ADMISIBILIDAD DE POSTULANTES A LA LICITACIÓN.

Podrán participar y presentar ofertas quienes cuenten con el reconocimiento oficial del Estado como Instituciones de Educación Superior (Universidades, Institutos Profesionales, Centros de Formación Técnica), aquellas universidades creadas por Ley, los Organismos Técnicos de Capacitación (OTEC) que cuenten con la autorización para impartir capacitación de acuerdo a la normativa que rige al Sistema de Capacitación y Empleo del Servicio Nacional de Capacitación y Empleo, “SENCE”.

Esta licitación permitirá la postulación individual de una institución, y también la postulación conjunta entre dos o más instituciones, en cuyo caso se evaluará la oferta presentada de manera integral, debiendo identificar para todos los efectos la institución principal que será responsable ante el Agente Operador Intermediario y Corfo, de la prestación del servicio.

A esta licitación también podrán presentarse entidades internacionales que cuenten con experiencia demostrable en capacitación, ya sea de forma independiente o bien en asociación con una entidad educacional nacional. Las instituciones postulantes deberán demostrar experiencia en capacitación durante los 12 meses previos a su postulación.

#### 3.1 Sobre Impuesto a gastos/servicios prestados en el extranjero

En el caso de aquellos oferentes internacionales que no cuenten con inicio de actividades ni domicilio en Chile, deberán considerar en su propuesta económica la retención del impuesto adicional aplicado en Chile a los servicios prestados en el extranjero (formulario 50)<sup>1</sup>. Es importante que los oferentes consideren la retención correspondiente a este impuesto en

<sup>1</sup> Para mayor información puede revisar el siguiente documento del Servicio de Impuestos Internos de Chile (SII): [https://www.sii.cl/como\\_se\\_hace\\_para/declarar\\_imp\\_mensuales/Formulario\\_50.pdf](https://www.sii.cl/como_se_hace_para/declarar_imp_mensuales/Formulario_50.pdf)

su estimación de costos, que bordea el 35% del servicio dependiendo del país y de los tratados que tenga Chile en la materia, y de esa manera determinar la conveniencia de participar de la presente licitación

#### **4. ANTECEDENTES GENERALES (CONTEXTO).**

##### **Situación del Turismo en el mundo**

El turismo es reconocido como uno de los sectores económicos que crece con mayor rapidez, lo que ha sido demostrado durante 10 años consecutivos de crecimiento sostenido, llegando a registrar el año 2019, 1.500 millones de llegadas de turistas en el mundo, siendo el décimo año consecutivo de crecimiento sostenido. Las llegadas a la región de Las Américas representaron un 15% del total mundial, quedándose en tercer lugar después de Europa y Asia y el Pacífico, de este porcentaje, el 16% (35.7 millones) corresponde a Sudamérica (UNWTO, 2020).

Debido al crecimiento sostenido que se venía generando, la OMT esperaba que para el 2020 se repitiera el incremento del 4% respecto al año anterior, lo que confirmaría la posición del turismo como un sector económico pujante y resistente (UNWTO, 2020). Sin embargo, la aparición del COVID-19 y la crisis sanitaria asociada a la pandemia del virus, cambió las proyecciones, la OMT pronosticó un retroceso de entre el 20% y 30% del turismo internacional, lo que generará pérdidas equivalentes al crecimiento generado por el sector entre los últimos cinco a siete años (Achet, 2020), y es que el turismo ha sido uno de los sectores económicos más golpeados. Entre enero y abril de 2020, las llegadas de turistas internacionales disminuyeron en un 44%, lo que se tradujo en una pérdida de aproximadamente US\$195 mil millones en ingresos por turismo internacional.

El país recibe aproximadamente 6 millones de turistas por año y se posiciona como un destino internacionalmente reconocido, a tal punto que, por sexto año consecutivo (2016-2021), obtuvo el título de “Mejor Destino de Turismo Aventura del Mundo” en los World Travel Awards. Pero para aprovechar este potencial, la industria aún superar importantes desafíos. Presentándose como uno de los más urgentes, la transformación digital.

##### **La necesidad de digitalizar al sector del turismo**

El turismo enfrenta cambios tecnológicos que plantean diversos desafíos y oportunidades. Se trata de un sector donde la oferta está fragmentada en una multiplicidad de actores que requieren de grandes sistemas de intermediación, los que en su mayoría se han movido al mundo digital. La creciente disponibilidad de datos y el manejo de información en la nube, permite a las empresas conocer cada vez mejor las necesidades de sus clientes, mientras que los modelos de reserva y venta de servicios en línea permiten simplificar procesos y reducir costos. Por su parte, las redes sociales, los agregadores de oferta y la economía colaborativa también son elementos claves de marketing y venta.

Adicionalmente, al analizar los tamaños de las empresas presentes en la industria turística, un 96% de las empresas del sector son micro y pequeñas empresas, lo que aumenta las brechas en torno a ser visibles online, incluso antes de llegar a una etapa de venta online.

Considerando lo anterior, es que se plantea un programa de capacitación que permita digitalizar a las mipymes del sector turismo.

Las empresas hoy enfrentan la presencia de un consumidor más informado, que apela a una experiencia personalizada e inmediata, y cuya naturaleza es intrínsecamente digital (Cámara de Comercio de Santiago, 2017). No hay duda de que este nuevo mundo hiperconectado exige mucho más a las empresas y negocios, es imprescindible comprender que la inserción tecnológica digital ha creado un ecosistema que involucra mucho más que la sola creación de un sitio web y presencia de una marca en redes sociales. Esta “revolución” ha configurado un entorno que comprende transformaciones mucho más profundas y estructurales dentro de las compañías, exigiendo nuevos perfiles profesionales, el desarrollo de nuevos canales de venta en base a nuevas infraestructuras, que utilizan procesos de producción diferentes.

La “Cuarta Revolución Industrial” y las empresas de Turismo en Chile:

Según datos de la Tercera Encuesta Longitudinal de Empresas (ELE3) del año 2015, específicamente en su Informe de Resultados: Tecnologías de la información y Comunicación en las empresas, el estado digital de nuestras pymes es el siguiente<sup>2</sup>:

#### Dispositivos tecnológicos:

Un 84,6% del total de empresas encuestadas<sup>3</sup> tiene al menos uno de los siguientes dispositivos tecnológicos activos para el trabajo: computadores de escritorio, servidores, computadores portátiles, Tablets y/o Smartphones, proporción que alcanza un 81,2% en las microempresas, un 97,8% en las pymes y un 99,8% en las grandes empresas.

El análisis de los resultados indica que el 72,0% de las empresas que no dispone de ningún dispositivo señala que ello se debe a que no es necesario por el tamaño de la empresa, un 17,3% por no contar con los conocimientos para utilizar los equipos y sólo un 7,5% por no contar con los recursos para comprarlos.

Al desagregar las cifras según tamaño de empresa, se observa que el no contar con los recursos para adquirir los equipos sólo es relevante en las microempresas. En tanto, el no contar con el conocimiento para utilizar los equipos adquiere especial importancia entre las micro y pequeñas empresas (17,2% y 17,9% respectivamente). En las empresas grandes y medianas prácticamente no hay casos sin computadores, Tablets o Smartphones<sup>4</sup>. Por último, y de acuerdo a cifras de la Comisión Europea, las pymes que adoptan las nuevas tecnologías tienen una tasa de crecimiento 15% más alta y 22% más de ingresos que las pymes que no lo hacen.

#### Utilización de software:

En relación a los tipos de software utilizados por las empresas durante el año 2013, los más empleados fueron: básicos de oficina, es decir office, open office, navegador, entre otros (74,9%), de administración como los usados en contabilidad, finanzas, ERP y facturación (20,7%) y, en tercer lugar, los de mantención de informáticos, entre los que se incluyen antivirus, firewall y sistemas de encriptación (18,5%). Estos resultados varían fuertemente según tamaño de empresa, en especial en el caso del software de administración y de mantención de informáticos. En efecto, el software de administración es empleado por un 12,4% de las microempresas, por un 50,2% de las pymes y un 93,2% en las grandes. Mientras que el de mantención es utilizado por un 12,9% de las micro, un 38,2% de las pymes y un 81,0% de las grandes empresas. Llama la atención, que en este último grupo (compuesto por las empresas con más de 249 trabajadores), menos del 40% de ellas tengan software de ventas, marketing y gestión de clientes (CRM, control de cajas, puntos de venta y similares).

#### Uso de Internet:

Los resultados indican que un 75,9% de las empresas utiliza Internet. Por segmento de tamaño de empresa, esta cifra asciende a 70,6% en el caso de las microempresas, 96,0% en las pymes y 99,9% en las grandes.

Según datos entregados en la Cuarta Encuesta Longitudinal de Empresas (ELE4) realizada por el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo el año 2017, el 90% de las pymes utilizan internet principalmente para enviar y recibir correos electrónicos. En relación a las actividades en las cuales las empresas utilizan Internet, se observa que el 94,5% de ellas lo hacen para enviar y recibir correos electrónicos y mensajería instantánea y un 64,0% para realizar trámites en bancos y otras instituciones financieras. En tanto, un 40,1% lo emplea para comprar bienes y servicios y un porcentaje bastante menor del 23,7% para vender. Al desagregar la información según tamaño de empresa, se observa que la venta de bienes y servicios es realizada por un 38,7% de las grandes empresas, un 29,4% de las pymes y un 21,5% de las microempresas,

<sup>2</sup> El marco muestral de la ELE3 lo conforman 302.840 empresas, comprendiendo todas aquellas que en el año 2012 se encontraban en el directorio del Servicio de Impuestos Internos (SII), y cuyas ventas superaban las 800,01 UF. La muestra efectiva la comprenden 7.267 empresas, seleccionadas para alcanzar representatividad según tamaño de empresa y sector económico. Esto significa que esta encuesta no cubre a las empresas y emprendimientos informales ni las unidades productivas con registro en el SII con ventas anuales muy pequeñas (menores a 800 UF).

<sup>3</sup> El número total de empresas es inferior a 302.840 debido a que el módulo de tecnologías de la información y comunicación sólo fue respondido por 7.265 empresas, de un total de 7.267.

<sup>4</sup> Sobre el 97,7% de ellas tiene alguno de los dispositivos preguntados en la encuesta. En la muestra expandida, esto afectaría a 6 empresas grandes y 6 medianas del total de 2.764 y 10.838 en cada caso.

por debajo del uso que se le da para comprar bienes y servicios. Esta última función es realizada por un 70,5% de las grandes empresas, un 53,4% de las pymes y un 35,1% de las microempresas.

Disponibilidad de sitio web y uso redes sociales:

Un poco más de un tercio de las empresas encuestadas que usa Internet cuenta con un sitio web, registro que se reduce a 26,3% entre las microempresas y alcanza un máximo de 85,7% en las grandes. En las pymes en tanto, la proporción de empresa con sitio web alcanza 54,6%.

Del total de empresas que indicó disponer de un sitio, un 93,4% de ellas tiene una página que permite conocer detalles de la empresa, sus productos y servicios, un 70,6% permite hacer preguntas y contactarse con la empresa y un 24,2% permite la venta de productos o servicios. En tanto, las cifras según tamaño de empresa indican que un 92,7% de las pymes que cuenta con un sitio web entrega información de la empresa, un 73,1% tiene un portal que permite hacer preguntas y contactarse con la empresa y un 22,6% permite la venta de productos o servicios.

Para operaciones más sofisticadas, todo tipo de empresas muestran un bajo uso de su página web. En efecto, 12% o menos de las micro, pequeñas y medianas empresas tienen una página que permita pagar en línea, obtener información de facturación, realización de transacciones a proveedores, vender en línea con entrega fuera de línea, vender en línea con entrega/descarga online de productos o realizar el seguimiento de compras y ventas.

Por su parte, los resultados muestran que solo un 38,1% de las empresas que usan internet está presente en las redes sociales. Es decir, el grueso de las empresas chilenas, un 61,9%, no utiliza redes sociales. Este porcentaje por tamaño de empresa, corresponde a 62,4% en las microempresas, 61,2% en las pymes y 48,1% de las grandes empresas.

En el grupo de 38,1% de empresas que tiene presencia en las redes sociales, la más usadas son Google+ y Facebook (25,4% y 17,7% del total, respectivamente). Las cifras según tamaño de empresa reflejan una mayor utilización de todas las tipologías por las grandes empresas, excepto en el caso de Google+. En efecto, la proporción de pymes que emplea Facebook alcanza 16,1%, mientras que las que utilizan Google+ alcanzan 27,1%. Cabe destacar la relevancia que adquiere Twitter en las grandes y medianas empresas, abarcando el 22,4% y 14,4% del total de empresas, en cada caso.

Estos datos evidencian una tarea aún pendiente en la penetración de las TIC al interior de las empresas, especialmente de las Empresas de Menor Tamaño (EMT). La digitalización empresarial ha dejado de ser una alternativa para convertirse en obligación para aquellas empresas que quieren ser competitivas en un mundo sin fronteras. La forma en la que las empresas se relacionan entre sí y con los clientes ha cambiado, al igual que la manera que tienen de consumir estos últimos. Estas son algunas de las razones de la aparición de empresas que basan su logística en la tecnología digital, permitiéndoles incrementar su productividad, eficiencia o acceso a nichos de mercado vetados por la manera de proceder previa. En resumen, la capacidad de digitalización de una empresa está en estos momentos estrechamente ligada a la solvencia de la misma.

¿Qué rol debe jugar el Estado?

El reporte “*Data: The fuel of the digital economy and SME growth*” de Accenture del año 2016, establece que el rol de la administración central es determinante a la hora de impulsar la transformación digital en la pequeña y mediana empresa. Entre las iniciativas necesarias, se encuentran: facilitar el acceso a financiamiento y trabajar en conjunto con el sector privado y académico para capacitar a las personas en las nuevas tecnologías digitales y, de esa forma, formar las fuerzas laborales necesarias para la nueva economía digital. Además, se establece que se deben proveer las herramientas necesarias para facilitar la fluidez de la información, al mismo tiempo que se asegura el nivel adecuado de seguridad.

En este contexto, el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo de Chile, en enero del año 2019, lanza el Programa “Digitaliza tu Pyme”, que tiene por objetivo brindar herramientas para que las empresas de menor tamaño (mipymes) de todo el país aumenten sus ventas, bajen sus costos y mejoren su relación con clientes y proveedores, utilizando las tecnologías digitales.

¿Qué es una mipyme digitalizada?

Una mipyme digitalizada es una empresa o negocio que incorpora tecnología digital en sus procesos de gestión de venta y operación, en las relaciones con sus clientes, otras empresas o el Estado, y en la innovación de su negocio. La



digitalización de una empresa es un proceso gradual y sistemático que tiene como base el acceso a internet, dispositivos tecnológicos y software. Es importante, además, la instalación de capacidades en los trabajadores y personas de la empresa en el uso de estas tecnologías y la aplicación de medidas de seguridad de la información (Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, 2018).

### **La importancia de la innovación en el sector del turismo**

Para que Chile logre posicionarse como un destino turístico de excelencia y logre atraer a los viajeros del mundo, los productos turísticos requieren diversificarse y especializarse en respuesta a las nuevas necesidades de los turistas. Esto, porque sus expectativas son cada vez más altas y sofisticadas: los turistas hoy buscan vivir experiencias seguras, pero también únicas, significativas y auténticas. Aquello, más aún en estos tiempos, cuando las posibilidades de viaje han sido reducidas al mínimo y una “escapada” se convierte en muchos casos en un lujo y en un recurso para incrementar la salud mental en medio del confinamiento mundial.

Por otra parte, la capacidad de informarse cobra también un rol clave: es vital para lograr instalar conceptos en las empresas que permitan una constante actualización de su oferta de cara a las tendencias de los viajes, a las restricciones mundiales y a la obtención de datos verídicos de lo que está sucediendo, no solo para llevar el pulso de los acontecimientos, sino también para poder adelantarse a los cambios y adaptarse a ellos con mayor agilidad. Todo ello, generará una ventaja comparativa respecto de otros destinos y podrá ser un acelerador en la actividad turística, incrementando la competitividad de Chile en materia turística.

Como se mencionó anteriormente, las nuevas tendencias mundiales están cambiando la forma en que las personas viven, consumen, se relacionan y viajan. Como sector, el turismo está inmerso en este cambio que se manifiesta de múltiples y complejas formas, relacionadas con los desafíos del cambio climático, de la revolución tecnológica, de la irrupción del viajero digital, de la crisis sanitaria debido al COVID-19 y de la competencia por la inversión y los recursos humanos.

La OMT afirma que la innovación es vital para responder a los cambios de escenario y para que el sector se adapte a los nuevos contextos. En este sentido, es fundamental la colaboración entre los responsables políticos, los líderes de la industria, las empresas del sector, incluidas las pequeñas y medianas, y la academia, para maximizar las sinergias en el desarrollo e implementación de la innovación en el terreno.

Con este fundamento, la OMT ha incorporado de manera decidida la innovación como uno de los ejes claves del desarrollo del sector, y ha creado la Estrategia de Innovación y Transformación Digital, con la que se ha propuesto impulsar la digitalización y crear un ecosistema de innovación y emprendimiento que permita aprovechar el potencial del sector.

Por otro lado, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD) en su informe *Tourism Trends and Policies 2018* brinda ejemplos de países que ya han integrado la innovación en sus políticas públicas de turismo como Austria, Portugal, Italia o España, e insta a generar entornos propicios a la innovación en turismo que permitan aprovechar las oportunidades que brindan las megatendencias y promover nuevas formas de empleo de calidad, un desarrollo regional integrado y la atracción de inversión.

Algunas de las recomendaciones que desde la OECD se plantean, van en la línea de crear marcos regulatorios más flexibles, con capacidad de adaptarse a los nuevos contextos y que propicien la promoción de una cultura de innovación y experimentación que aborde los desafíos desde un enfoque multidisciplinario e involucrando a los distintos actores y niveles de gobierno. Además, insta a estimular el financiamiento, a través del crowdfunding, los inversionistas de capital de riesgo, los business angels, las instituciones de microfinanzas y la canalización de financiamiento público que ayude a impulsar la innovación en turismo.

Al respecto, la industria turística ha estado tradicionalmente alejada de los ecosistemas de innovación y emprendimiento, principalmente por las características propias del sector: predominio de pequeñas empresas, una cadena de valor fragmentada con dificultades de articulación, la estacionalidad, la alta rotación profesional y una oferta basada en servicios, lo que supone una complejidad añadida a la hora de implementar innovaciones, dado que la disciplina de la innovación tiene mucho más recorrido y evidencias en el mundo de los bienes físicos. Sin embargo, en los últimos años se ha visto un número importante de empresas turísticas innovadoras, donde destacan emprendimientos locales que ya han iniciado y consolidado su internacionalización. Entre ellas destacan premiadas empresas como Suda Outdoors, Etiner, Airkeep, VulcanoPro, Tour Solutions y otras tantas.

En este marco internacional, América Latina está en una posición todavía rezagada con respecto a otras zonas del mundo donde ya se han implementado políticas públicas y estrategias para impulsar la innovación en turismo, conectando a los actores públicos con grandes empresas, startups, academia y desarrolladores tecnológicos para el desarrollo del turismo. Si bien dentro del contexto latinoamericano, Chile es el país mejor posicionado en términos de innovación (puesto 47 a nivel mundial), y tanto desde el sector público como privado se han realizado diversas acciones en torno a la industria turística, todavía queda un largo camino hacia una cultura de innovación que permita desplegar el sector de manera novedosa y sostenible.

Con la voluntad de reaccionar a los grandes desafíos globales y de país, responder a las recomendaciones de los organismos internacionales y seguir el ejemplo de países pioneros en desarrollo turístico, se plantea un programa de capacitación que permita internalizar y entregar herramientas de innovación a las MiPymes del turismo.

#### Definiciones:

Para enmarcar el concepto de innovación en la industria turística, El Servicio Nacional de Turismo (2019) plantea la siguiente definición: “innovar en turismo es generar e implementar nuevas ideas que agreguen un valor diferenciador a nivel de empresas, destinos, organizaciones y políticas, expresado en forma de procesos, productos, servicios, experiencias, canales y/o modelos de negocio”. Esta definición apunta a robustecer el sector turístico, cuyos resultados de aplicación deben tener un claro objetivo: impactar en el turista, atendiendo a sus necesidades y deseos (o creando necesidades nuevas) y fidelizándolo para futuras experiencias”. Además, a esta definición, se le añade el enfoque de sustentabilidad: “La innovación en turismo debe asegurar el desarrollo humano, económico y el respeto al medio ambiente”. De esta forma, los componentes relevantes de esta definición son:

- Al innovar debe existir un componente de novedad, es decir, la creación de algo distinto. Esta generación de algo nuevo no necesariamente debe ser en comparación con el mundo, si no que puede ser a nivel de destino, de sector o incluso a nivel de la propia empresa. Lo interesante es ir consolidando un nivel de madurez que haga que las innovaciones en turismo sean cada vez más robustas.
- Este componente de novedad debe apuntar a configurar destinos y oferta diferenciales. La diferenciación es uno de los dos grandes objetivos de la innovación (el otro es la eficiencia).
- La innovación debe implicar creación de nuevo valor. En función de dónde se esté innovando este valor será capturado por los empresarios turísticos, por el turista, por la comunidad, etc. Lo importante es que haya generación de valor significativamente novedoso y que de alguna manera repercuta en la creación de un ecosistema más interesante para el viajero.
- Se puede innovar al interior de las empresas y organizaciones, orientando los esfuerzos a la eficiencia, y se puede innovar hacia fuera, en la oferta, buscando, en última instancia, la diferenciación.
- Como condición sine qua non la innovación debe ser sustentable, es decir, apuntar al desarrollo humano, económico y medio ambiental.

Respecto a su nivel de intensidad, la innovación en turismo puede ser incremental o disruptiva. La incremental se refiere a la incorporación de mejoras en un servicio, producto o proceso ya existente, y se caracteriza por la aceptación moderada de riesgos. La innovación disruptiva hace referencia a transformaciones profundas en las reglas del juego de un determinado ámbito, la disrupción lleva implícito un alto nivel de incertidumbre y, en consecuencia, de riesgo.

En innovación todo suma para el bien común del país y del sector, por lo tanto, se considerará innovadora tanto la generación de una experiencia turística realizada por una microempresa, como la creación de una startup tecnológica que revolucione los modelos de negocio del sector. Todo, mientras agregue valor y éste sea capturado como un beneficio.

Para abordar la innovación en el sector MiPyme del turismo, se ha creado el programa de capacitación SIGO Innovación que apunta efectivamente a la innovación incremental, y a aportar valor desde la experiencia del visitante.

## 5. OBJETO DE LA CONVOCATORIA

### 5.1 Objetivo general

Que las empresas turísticas adopten herramientas digitales y de innovación para su gestión, por medio de la implementación de cursos de adopción digital e innovación.

### 5.2 Objetivos específicos

1. Implementar un curso de adopción de herramientas digitales, bajo la metodología SIGO Tecnología.
2. Que las empresas turísticas puedan diseñar experiencias turísticas innovadoras y adecuadas a las necesidades de los turistas y al escenario de crisis sanitaria y económica actual, bajo la metodología SIGO innovación.

### 5.3 Cobertura

Nacional

### 5.4 Resultados/Productos esperados

A partir de la concreción de los objetivos propuestos para el proyecto, Corfo espera contar con los siguientes productos o resultados esperados que deberá reportar la entidad experta al AOI:

N°	RESULTADO/PRODUCTO	DESCRIPCIÓN
1	Alumnos egresados que cumplan con el mínimo exigido en asistencia y rendimiento académico.	Se espera que egresen, al menos el <b>80%</b> de los alumnos matriculados en cada curso adjudicado.
2	Webinar para difusión de los contenidos del curso y motivar las postulaciones.	Se solicitará a la(s) Entidad(es) Experta(s) adjudicada(s) realizar <b>2 webinar</b> para difundir información relevante del curso durante el período de postulación de becarios.
3	Medición de la satisfacción de los becarios del curso.	Se solicitará al adjudicatario aplicar mediciones permanentes de la satisfacción de los alumnos a través de la aplicación de una minicuestión de satisfacción al finalizar cada clase, cuyas preguntas serán señaladas por Corfo.
4	Charla Magistral o Foro	Se solicitará al adjudicatario o a los adjudicatarios realizar una charla magistral o foro, online o presencial, abierta al público general interesado en la temática a la que corresponde el curso adjudicado.
5	Copia digital de todos los certificados de egreso entregado a los alumnos.	Se solicitará al adjudicatario entregar junto al Informe Final una copia digital de los certificados de egreso de los alumnos. Dicho respaldo deberá entregarse en un dispositivo de resguardo de archivo, tales como pendrive o disco duro. Deberá generarse un archivo por alumno, denominado con el nombre y apellido del becario, que contenga los certificados del individuo.
6	Informe(s) de Evaluación Intermedia y Final.	Ver punto "Informes entregables"

La falta de cumplimiento ya sea total o parcial de los productos antes señalados, sin una justificación técnica apropiada, podrá implicar una disminución en el pago total del contrato u otra sanción, lo que será evaluado por el Agente Operador Intermediario del proyecto y establecido en el contrato que firme con el(los) adjudicatario(s).

## 5.5 Informes entregables

En el transcurso del proyecto, la Entidad Experta deberá entregar los siguientes informes:

### 5.5.1 Presentación de inicio “Hito de validación académica”

Presentación que el organismo capacitador adjudicado deberá realizar previo al inicio de los cursos, cuyo objetivo es el aseguramiento de la calidad del programa. Considera los siguientes tres elementos:

- a) **Presentación de maleta didáctica o portafolio del curso:** deberá contener el acceso a la plataforma e-learning donde estarán cargados los elementos del curso tales como: planificación de clases, materiales didácticos de apoyo al relator, materiales didácticos para los estudiantes, recursos audiovisuales de apoyo al curso. Las sesiones mínimas para inspeccionar deben ser equivalentes al menos un 20% del total del curso.
- b) **Clase demostrativa:** se solicitará una clase demostrativa para la validación académica, la clase tendrá una metodología de role playing, tendrá una duración máxima de 1 hora, y en la cual podrán participar personal del Agente Operador, Asesores académicos y/o personal de Corfo. La clase demostrativa, deberá ser evaluada a conformidad por el contratante. En caso de identificarse falencias, éstas deberán ser corregidas por la Entidad Experta y expuestas en una nueva clase demostrativa que deberá realizarse previo al inicio de los cursos. Si nuevamente se presentasen falencias, el AOI podrá dar término anticipado al contrato.
- c) Deberá presentar la **programación final de los cursos** (día, mes, módulo, contenido, material) y los relatores que realizarán las clases.

El resultado del proceso de validación académica marcará la autorización para la ejecución del curso, dado que su propósito es asegurar la calidad de forma temprana y subsanar cualquier brecha. Sin la validación académica las clases no podrán iniciarse y el AOI podrá poner término anticipado al contrato con el organismo capacitador.

### 5.5.2 Informe de avance

El informe de avance se deberá entregar transcurrido el 50% de las clases, y deberá contener la siguiente información:

- Nómina de alumnos matriculados (formato Corfo).
- Reporte de asistencia por alumno con corte de 3 días antes de la fecha del informe (según formato Corfo).
- Reporte de avance del curso: sesiones realizadas, avance en la carta Gantt, avance de plan formativo y datos globales de tasas de asistencia y deserción.
- Resultados de las mediciones de satisfacción de los alumnos realizadas a la fecha.
- Registros audiovisuales de las clases (fotografía o video), los que deberán ser entregados en una carpeta digital independiente de los antecedentes técnicos.
- Otros elementos relevantes que el organismo capacitador desee incorporar y que aporten valor al proyecto.

### 5.5.3 Informe final

El informe final deberá contener:

- Completar la totalidad de los datos solicitados en la plantilla de reporte de beneficiarios (según formato Corfo).
- Resultados y análisis del examen de egreso cuando corresponda.
- Entrega de los resultados de la 1ra y 2da. encuesta de satisfacción aplicada a los alumnos y sus resultados

- comparativos (encuesta Corfo señalada en el punto 5.5 Resultados/Productos esperados).
- Entrega de copia de todo el material de estudio utilizado (PPT, bibliografía, grabaciones de las clases, trabajos académicos finales – proyectos realizados por los alumnos, cuando corresponda.)
- Entregar sugerencias (retroalimentación) para futuros diseños y aplicaciones de proyectos PFC
- Video testimonial donde al menos 2 beneficiarios destacados cuenten su experiencia en el programa (criterios de inclusión género, territorio para seleccionar a los beneficiarios), este debe tener una duración no superior a dos minutos y ser entregado en formato final y editable.

Corfo indicará el formato del Informe Final.

## 5.6 Características generales del curso

Se solicita al oferente proponer un Plan Formativo para cada curso, que contenga los contenidos mínimos señalados en el numeral 6 “CONTENIDOS Y REQUISITOS TÉCNICOS DE LA PROPUESTA”.

## 5.7 Seguro de accidentes

Los alumnos que participen del curso, en aquellos casos en que el oferente considere la realización de actividades presenciales, deberán estar cubiertos por un seguro de accidentes, cuyo objetivo es garantizar la seguridad del alumno en el marco de las clases presenciales. El monto mínimo de cobertura del seguro por alumno es de UF 50. El organismo capacitador deberá hacer entrega de una copia de la póliza contratada o certificado de cobertura a más tardar cinco días antes de la actividad presencial de que se trate.

## 5.8 Metodología de los cursos

### 5.8.1 Modalidad

Los cursos de formación que integran esta licitación son cursos cerrados para becarios Corfo, que deberán ser impartidos en una modalidad e-learning sincrónica. El oferente podrá proponer un componente asincrónico<sup>5</sup> (que no podrá superar el 20% de las horas totales del curso), siempre que justifique desde su propuesta metodológica la pertinencia, beneficios y el cumplimiento de los objetivos de aprendizaje declarados en cada plan formativo. La metodología deberá incluir el concepto aprender haciendo del programa SIGO Turismo del Servicio Nacional de Turismo. Para ello se deberá:

- Disponibilizar los contenidos de manera virtualizada en una plataforma online de acceso cerrado para los beneficiarios (previa inscripción y selección)
- Disponibilizar al menos una clase por unidad en tiempo real vía streaming
- Proporcionar un profesional para ejercer la tutoría académica (seguimiento de la progresión del curso)
- Proporcionar un profesional para ejercer de asistente técnico (ayudante de los contenidos y del aprender haciendo)
- Trabajo de asistencia técnica de 80 a 90 minutos para grupos pequeños de 5 a 8 empresas por sesión por cada unidad de contenido impartida.

También los oferentes podrán proponer modalidades e-learning para recuperación de clases o reforzamiento de contenidos.

### 5.8.2 Contenido que debe incluir la metodología

<sup>5</sup> El componente asincrónico no podrá ser superior del 20% de las horas totales del programa respectivo. Se evaluarán de mejor manera aquellas ofertas que consideren la mayor cantidad de horas sincrónicas, respecto del total de horas del programa respectivo.

**Estrategia metodológica:** Se espera que las entidades expertas presenten estrategias innovadoras de enseñanza/aprendizaje con foco en el desarrollo de habilidades mediante metodologías activas y la ejercitación práctica, no solo desarrollar el eje de conocimientos teóricos.

**Estrategia evaluativa:** Se espera contar con un programa que permita brindar retroalimentación a los participantes sobre sus progresos de aprendizaje.

**Acompañamiento y experiencia de participantes:** Durante la implementación del programa se deberá contar con servicio de soporte técnico. Se valorarán las propuestas que incorporen elementos motivacionales que impulsen un mayor porcentaje de participación y finalización del programa.

El programa de estudio, contenidos y metodología debe ser descrita en detalle como parte de la propuesta técnica de cada Organismo Capacitador, sin embargo, deberán incluirse los contenidos mínimos antes señalados, para que sean llevados a formato de aprendizaje online y/o virtualizado.

### 5.8.3 Preguntas relevantes para los contenidos e-learning

Respecto de las propuestas de cursos a nivel metodológico, las ofertas deberán permitir responder a las siguientes interrogantes para los contenidos e-learning:

- ¿Qué plataforma de aprendizaje utilizará y cómo? (LMS)
- ¿Cuál será la distribución de horas sincrónicas y asincrónicas de aprendizaje?
- ¿Cómo será la distribución de los alumnos en el curso?
- ¿Qué tipo de experiencias de aprendizaje considera la fase sincrónica?
- ¿Qué herramientas de aprendizaje sincrónico se utilizarán, por qué y cómo?
- ¿Qué recursos de aprendizaje se utilizarán en la fase sincrónica?
- ¿Cuál es el detalle de actividades y contenidos a revisar en la fase asincrónica?
- ¿Cómo se verificará el cumplimiento de los objetivos propuestos para la fase asincrónica?
- ¿Qué tipo de recursos de aprendizaje considera la fase asincrónica?
- ¿Cómo se combinan las fases sincrónicas y asincrónicas para lograr el aprendizaje?
- ¿Qué herramientas de aprendizaje colaborativo se utilizarán?
- ¿Cómo fomentará el desarrollo de habilidades del siglo XXI? ¿Qué habilidades se espera desarrollar en el curso de forma transversal? ¿cómo se evaluarán?
- ¿Cómo asegurarán la interacción de la totalidad de alumnos durante el curso?
- ¿Cómo evaluarán el aprendizaje y darán retroalimentación a los alumnos?
- ¿Qué plan de contingencia existe en caso de incidencia técnica de la plataforma u otro imprevisto durante la ejecución del curso?

### 5.8.4 Formación de los grupos curso

Se entenderá como “Grupo Curso” o “Grupo Sala” al conjunto de becarios que recibirán/desarrollarán juntos una jornada de formación.

Respecto de su tamaño: para cursos cuya modalidad sea presencial, Corfo ha fijado un máximo de 25 alumnos por grupo curso / grupo sala. Para cursos cuya modalidad sea online sincrónica, Corfo ha fijado un máximo de 50 alumnos por grupo curso / grupo sala.

El oferente deberá proponer el tamaño de grupo curso/grupo sala y justificarlo desde su propuesta metodológica, y el cumplimiento de los objetivos de aprendizaje declarados en cada plan formativo, sin superar los máximos establecidos.

Para una correcta evaluación de su oferta, el oferente deberá indicar claramente en su propuesta el número máximo de alumnos en las distintas actividades del curso, indicando el número de docentes y el número de ayudantes por sala en cada una de ellas.

Respecto de los alumnos que integren un grupo curso o grupo sala: los Organismos Capacitadores podrán reunir a los alumnos en grupos curso, de acuerdo con su metodología, evaluación diagnóstica u otro elemento, siempre que no

implique para los alumnos un cambio en algún elemento que los alumnos hayan razonablemente tenido en consideración para matricularse en la institución respectiva. La conformación de los grupos curso podrá ser modificada durante el desarrollo del curso en beneficio del cumplimiento de los objetivos de aprendizaje declarados en cada plan formativo.

En todos los casos, cualquiera sea el número de alumnos total y por grupo curso/grupo sala adjudicados, la institución de capacitación deberá garantizar que cada alumno cuente con los insumos necesarios para realizar el curso (software, acceso a cuentas en la nube, material de clases, entre otros).

#### **5.8.5 Número mínimo de alumnos con que el oferente mantiene su oferta**

El oferente deberá señalar en su oferta la cantidad de alumnos mínima con que mantendrá su oferta económica y técnica. Es decir, indicar con qué número de alumnos matriculados desistirá de su oferta, es decir no realizará el curso que le hubiere sido adjudicado. En tal caso Corfo no financiará ningún gasto en los que haya incurrido el oferente.

#### **5.9 Carta Gantt de las actividades**

El oferente deberá incluir en su propuesta técnica el listado de las actividades y su programación (Carta Gantt). Para ello deberá considerar las siguientes fechas:

1. Período de sensibilización donde deberá realizar los webinar de difusión: entre el 06 de junio y el 17 de junio del 2022.
2. Período en que se realizará la matrícula: a partir del 18 de julio del 2022.
3. Desarrollo de las clases: a partir del 01 de agosto de 2022.
4. Fecha de término del proyecto: 30 de noviembre de 2022 (fecha límite para el cierre de todas las actividades, incluyendo ceremonias/actividades de cierre).
5. La Carta Gantt deberá identificar claramente los recesos de clases debido a las fechas festivas, vacaciones y cuando corresponda la estacionalidad de la industria a la que está dirigido el curso.

La duración total del contrato será de **6 meses**, período que incluye las coordinaciones iniciales, la realización de las clases y el plazo para rendiciones administrativas. Esto deberá ser considerado a la hora de plantear las actividades y cronograma a realizar.

Sin perjuicio de ello, los oferentes podrán generar propuestas en las cuales consideren una duración mayor, lo cual deberá ser justificado técnicamente en su propuesta.

**Las fechas señaladas anteriormente podrían sufrir modificaciones, las que serán comunicadas por Corfo a su Agente Operador Intermediario y al(los) adjudicatario(s) del programa.**

#### **5.10 Propuesta de Plan de Contingencia**

Se valorarán de mejor manera aquellas ofertas que consideren la mayor cantidad de alternativas frente a situaciones de contingencia que impidan el desarrollo de clases presenciales y/o a distancia p.ej: intermitencia de la conexión a internet de los docentes y/o ayudantes, caídas en la plataforma LMS, caídas de la plataforma de video, licencia médica de docentes, entre otras.

#### **5.11 Beneficiarios y cofinanciamiento**

Corfo cofinanciará los cursos en virtud del porcentaje de permanencia del alumno en el curso (nivel de asistencia). De este modo, el pago por alumno deberá calcularse como un porcentaje del valor del alumno ofertado por los proponentes según la "Tabla de Pago por Alumno".

Adicionalmente, los becarios deberán pagar directamente al Organismo Capacitador su aporte por concepto de cofinanciamiento del curso, que corresponderá a la matrícula.



El monto máximo por alumno a percibir por el adjudicatario será el siguiente:

Nombre del Curso	Cupos	Aporte máximo CORFO	Aporte Alumno (Becario)	Monto total máximo por alumno
SIGO Tecnología	100	\$ 48.600.000.-	\$ 5.400.000.-	\$ 54.000.000.-
SIGO Innovación	100	\$ 30.780.000.-	\$ 3.420.000.-	\$ 34.200.000.-

El aporte Corfo por alumno está definido de acuerdo con la siguiente tabla de pago:

**Tabla de Pago por Alumno:**

Pago por alumno	%Valor Ofertado por alumno
Asistencia menor al 10% de clases (permite reemplazo de alumnos)	0%
Asistencia mayor o igual al 10% de las horas del curso y menor al 80%	Porcentaje de pago igual al porcentaje de asistencia.
Asistencia igual o mayor al 80% de las horas del curso	100%
Causas justificadas de retiro	100%

Nota: asistencia medida sobre las horas sincrónicas del curso

**En la medida que existan recursos disponibles para ello, se pagará adicionalmente un bono que premie al organismo capacitador por el logro de un alto nivel de satisfacción en los becarios:**

Bono	Cálculo del monto del bono
Condición: 80% o más de los alumnos que responden la Encuesta Final de Satisfacción aplicada, califica el curso con nota 9 o 10 en escala NPS <sup>6</sup> , siempre que el total de las respuestas recibidas corresponda al menos al 70% de los alumnos encuestados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Percibir el 100% del cofinanciamiento Corfo correspondiente a los becarios con 60% &lt;= asistencia &lt; 80%</li> </ul>

La encuesta deberá aplicarse al 100 % de los alumnos matriculados.

El organismo capacitador será responsable de avisar a Corfo a través del AOI, la fecha en que se realizarán las dos últimas semanas de clases que será el período de aplicación de esta encuesta por parte de Corfo.

**Alumnos que abandonen el curso por Causas justificadas:** Corfo podrá financiar previo estudio de los antecedentes, el 100% del valor alumno por esas personas.

Se entenderán como causas de retiro justificado, enfermedades o accidentes que impliquen un reposo absoluto indicado en una licencia médica o certificado médico que impidan al alumno asistir a más del 10% de las horas de clases, viajes por motivos laborales que impliquen no asistir a más del 10% de las horas del curso, cambio de domicilio al extranjero o a otra región dentro del país (sólo en el caso de actividades presenciales), privación de libertad por resolución judicial, fallecimiento del alumno, o bien, otras circunstancias de caso fortuito, fuerza mayor o ajenas a la responsabilidad del organismo capacitador, cuya pertinencia será analizada por Corfo y su AOI.

El organismo capacitador podrá justificar estos casos exclusivamente a través de los siguientes documentos de respaldo: licencia médica, certificado médico o certificado laboral.

## 5.12 Postulación y Selección de los alumnos

El Agente Operador Intermediario proveerá de los alumnos al Organismo Capacitador. Será Corfo quien los convoque en su sistema de postulación online (sitio web [www.becascapitalhumano.cl](http://www.becascapitalhumano.cl) u otro indicado por Corfo), dé los lineamientos y el financiamiento de un plan de medios para la difusión de la convocatoria. El Agente Operador Intermediario ejecutará el

<sup>6</sup> El NPS, Net Promoter Score, es una herramienta que propone medir la satisfacción y lealtad de los clientes de una empresa basándose en las recomendaciones. Tiene una escala de 1 a 10, siendo 1 la nota mínima y 10 la nota máxima.



plan de medios y realizará el proceso de selección de los postulantes bajo supervisión de Corfo. Sin perjuicio de ello, cada Organismo Capacitador puede establecer en su oferta mecanismos de difusión de los cursos distintos a los solicitados en los presentes términos de referencia, coordinados con Corfo, de manera tal de asegurar la concurrencia de interesados<sup>7</sup>.

### **5.13 Lista de espera y reemplazos**

En caso de no completarse las vacantes ofrecidas, es decir, que los seleccionados no materialicen el pago de su matrícula en los plazos establecidos para ello, la lista de espera correrá de acuerdo con los criterios de priorización establecidos para cada programa.

A partir del primer día de clases, y en caso de que existan cupos vacantes o deserciones, y hasta transcurridas dos semanas del curso o bien el 10% de las horas totales, el Organismo Capacitador podrá realizar reemplazos o incorporación de nuevos participantes, de acuerdo con el orden de prioridad establecido en la lista de espera. En caso de ingresar personas reemplazantes, el Organismo Capacitador deberá realizar las acciones necesarias para que dichos participantes adquieran los conocimientos de las clases en las que no participaron.

### **5.14 Proceso de matrícula**

Las personas seleccionadas formalizarán su beca exclusivamente a través del pago de su matrícula. La falta de abono de dicha cantidad por parte del alumno, en el plazo que el Organismo Capacitador señale para tal efecto, se entenderá como una renuncia del alumno al beneficio.

Se financiará la participación efectiva de los alumnos en el curso. La falta de inscripción (pago de matrícula) de los alumnos en las horas de capacitación asignadas no otorgará derecho alguno a los organismos adjudicatarios.

Los Organismos Capacitadores deberán respetar toda la normativa respecto a la Ley del Consumidor, entre ella el Derecho a retractarse de los matriculados<sup>8</sup>.

Las instituciones de capacitación no podrán discriminar o rechazar la incorporación de alumnos, a menos que existan fundadas razones, en cuyo caso deberá comunicarse formalmente al Agente Operador, el cual resolverá caso a caso con el mérito de los antecedentes que se dispongan.

Durante el proceso de matrícula, el Organismo Capacitador **deberá disponer de un sistema de pago en línea**, que permita verificar de manera rápida el número de matriculados y su información personal (nombre y RUN de la persona). La información sobre las personas que se han matriculado deberá ser posible de obtener en un lapso de diferencia inferior a las 24 horas. Esto último, con la finalidad de correr la lista de espera con precisión.

A partir del momento de la matrícula, el Organismo Capacitador deberá vincularse directamente con cada alumno en los aspectos administrativos y pedagógicos propios del curso. Deberá preocuparse de notificarlos vía correo electrónico y deberá contar con un soporte vía teléfono, que permita contactar a cada uno de los alumnos y mantenerlos siempre informados del proceso. Para estos efectos, deberá dedicar a una(s) persona(s) de exclusividad para la realización de estas labores. Se valorará de mejor manera las ofertas que propongan canales de comunicación adicionales, por ejemplo, el uso de whatsapp business, sms, etc.

Una vez cerrado el período para la matrícula, las instituciones de capacitación deberán enviar al Agente Operador Intermediario y Corfo, el listado oficial de alumnos que hayan pagado su matrícula con la correspondiente copia de las boletas emitidas (en caso de facturas, éstas deben indicar que fueron pagadas).

---

<sup>7</sup> El pago del Aporte Corfo al financiamiento de los cursos es un monto variable en función de la cantidad de matrículas obtenida y la asistencia de los becarios a las clases.

<sup>8</sup> El Organismo Capacitador deberá reemplazar a los alumnos que se retracten de su matrícula con postulantes en la Lista de Espera de acuerdo con el orden de prioridad que en ella se establece.

El Organismo Capacitador no podrá exigir a los alumnos matriculados el cumplimiento de metas o resultados por cuyo incumplimiento deban abandonar el curso. Tampoco podrá exigirle ninguna indemnización ni prestación pecuniaria adicional a la matrícula.

#### **5.15 Registro de asistencia de los alumnos**

Para cada curso se exigirá que los organismos capacitadores propongan y provean de un mecanismo de registro de asistencia a clases. Este mecanismo deberá registrar la hora de entrada y la hora de salida del alumno, para cada una de las clases del curso. El reporte que emita este sistema debe ser comprensible y no manipulable por terceros, puesto que se utilizará para corroborar los pagos a realizar. No se aceptará el registro manual de la asistencia de los alumnos.

El Organismo Capacitador deberá contar con los respaldos del registro de asistencia y habilitar claves para el acceso remoto del Agente Operador Intermediario, permisos necesarios para fiscalizar la correcta manipulación de los equipos y la opción de que los registros puedan ser analizados y/o auditados en cualquier momento.

#### **5.16 Supervisión de los cursos**

El Agente Operador Intermediario y Corfo fiscalizarán, por sí o a través de terceros, que los Cursos de Formación se realicen de conformidad con lo dispuesto en este documento, lo ofrecido por los adjudicatarios y lo estipulado en los contratos pertinentes. En este sentido, los Organismos Capacitadores deberán permitir el libre acceso de los supervisores a los cursos y permitir la aplicación de instrumentos de supervisión sin restricciones, prestando toda la colaboración que se les requiera en este sentido.

#### **5.17 Entrega de certificado por parte del Organismo Capacitador**

El Organismo Capacitador deberá fijar los requisitos académicos que los alumnos deberán cumplir para que se les considere egresados con éxito del curso. A los alumnos que hayan logrado esta condición, el Organismo Capacitador deberá entregarles un certificado que acredite su aprobación de los requisitos exigidos para la aprobación del curso.

Los organismos capacitadores deben informar al menos dos semanas previas al Agente Operador Intermediario y a Corfo la fecha y el marco de la actividad en que se hará la entrega de estos certificados a los alumnos, ya que Corfo podrá solicitar participar de la actividad.

De cualquier forma, el certificado académico emitido por el Organismo Capacitador no debe tener impreso el logo de Corfo ni del Gobierno de Chile.

#### **5.18 Entrega de diploma emitido por Corfo**

Corfo podrá entregar a los becarios un diploma simbólico de participación en su Programa de Formación, que podrá ser físico o digital. Corfo podrá solicitar al Organismo Capacitador la distribución de este diploma a sus alumnos.

#### **5.19 Sobre las actividades o ceremonia de inicio y/o cierre de los cursos**

Por razones de austeridad del gasto público, el financiamiento entregado por Corfo no contempla la realización de actividades o ceremonias de inauguración o cierre. Reconociendo el valor que tienen estos hitos para los becarios, los adjudicatarios podrán realizarlas a su cargo, previa información a Corfo y al AOI con un plazo mínimo de dos semanas de anticipación a la fecha de su realización. En estas actividades siempre deberá expresarse verbal y gráficamente que el proyecto es financiado por Corfo y la Corporación podrá asistir y hacer uso de la palabra.

## 6 CONTENIDOS Y REQUISITOS TÉCNICOS DE LA PROPUESTA

### 6.1 Propuesta técnica o metodológica

El programa de estudio, contenidos y metodología deberá ser descrita en detalle como parte de la propuesta técnica de cada Organismo Capacitador.

El oferente debe incluir en su propuesta técnica la presentación del Brochure completo de cada curso al que oferta (formato disponible en los anexos de esta licitación).

#### Curso Sigo Tecnología:

MÓDULO 0: Marketing
<p><b>OBJETIVOS DE APRENDIZAJE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adquisición por parte de los alumnos de los conceptos de marketing como filosofía de negocio</li> <li>• Adquisición de conocimientos y aplicación de estrategias de marketing a la actividad de la empresa</li> <li>• Aportar diferentes modelos de análisis para conocer y satisfacer las necesidades de los clientes.</li> </ul> <p><b>UNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué es el marketing?</li> <li>• Variables a las que está sometida una empresa turística</li> <li>• Resumen de las acciones a implementar</li> </ul>

MÓDULO 1: Preparación del viaje: Reconociendo conceptos para armar la maleta tecnológica.
<p><b>OBJETIVOS DE APRENDIZAJE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Empoderar a los participantes a comprender el impacto que puede generar la presencia del negocio en Internet.</li> <li>• Adquisición por parte de los alumnos de sobre el contenido contextualizando respecto al mundo conectado global gracias a las herramientas digitales y nuevos dispositivos.</li> </ul> <p><b>UNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La tecnología en la experiencia del viaje, los 5 pasos del viajero según Google</li> <li>• Mecánica general de internet.</li> <li>• Kit digital de la empresa</li> <li>• Herramientas de google</li> <li>• Herramientas redes sociales y app de diseño</li> <li>• El cliente antes del producto.</li> </ul>

## **MÓDULO 2: Definiendo la ruta de viaje - Optimizando estratégicamente la maleta tecnológica.**

### **OBJETIVOS DE APRENDIZAJE**

- Adquisición de competencias por parte de los alumnos en herramientas de posicionamiento online, comprender la importancia del SEO y SEM al momento de pensar un sitio web.
- Adquisición de competencias por parte de los alumnos para que comprendan las métricas y datos que entregan las redes sociales para un posterior análisis. Entregar las definiciones de las herramientas de gestión de la empresa, para que el participante pueda visualizar las más útiles para su negocio.
- Interiorizar a los participantes en las posibilidades de Google Ads y Google para Pymes.

### **UNIDADES**

- Comercio electrónico y venta por internet
- Canales masivos OTAs y metabuscadores
- Posicionamiento online
- Métricas y análisis data
- Herramientas para la gestión de las empresas
- Herramientas para la interacción con clientes (CRM)

## **MÓDULO 3: Haciendo el viaje - Desarrollo de la Estrategia y cierre del Kit Digital.**

### **OBJETIVOS DE APRENDIZAJE**

- Definición los objetivos de una estrategia digital y plan de negocios, así como los de un plan de marketing digital. Sepan identificar a los profesionales idóneos y la asignación de presupuesto a estas iniciativas.
- Que los alumnos aprendan acerca de la innovación y sus beneficios, la aplicabilidad de ésta en sus negocios y conceptos sobre transformación digital.

### **UNIDADES**

- Costos para operar digital
- Innovación y transformación digital

## **MÓDULO 4: Ventas y Fidelización**

### **OBJETIVOS DE APRENDIZAJE**

- Que los alumnos analicen la trascendencia que tiene el conocimiento del cliente para favorecer las ventas y la rentabilidad de la empresa.
- Proponer el empleo de técnicas destinadas a la mejora de la comercialización de los servicios de la empresa.
- Que los alumnos conozcan la importancia de las acciones de fidelización para la conservación de los clientes.

### **UNIDADES**

- La venta de servicios turísticos
- Fidelización: cómo retener clientes

## MÓDULO 5: El final del viaje: Implementación, Ajustes y Presentación.

### OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

- Aclarar dudas y concluir la confección de su kit digital de marketing y comercialización, la cual será considerada como su evaluación final.
- Presentación del Kit Digital y exponer los resultados y evidencias de su proceso de aprendizaje respecto a herramientas, contenidos y reflexiones desarrolladas en toda la capacitación.
- Inscripción y capacitación respecto al uso y beneficios de la plataforma Conecta Turismo ([www.conectaturismo.cl](http://www.conectaturismo.cl)); y en otras iniciativas que se relacionen con transformación digital.

## Curso Sigo Innovación:

### Módulo 1: La industria turística y la economía de la experiencia

#### Objetivos específicos

- Comprender el cambio de tendencia generado por la pandemia
- Identificar brechas y oportunidades para tu negocio turístico
- Inmersión en la economía de la experiencia

#### Unidades

- Contexto de la industria turística actual
- Economía de la experiencia
- Autodiagnóstico
- Casos

### Módulo 2: Conceptos claves de la experiencia

#### Objetivos Específicos

- Conocer qué es una experiencia turística
- Diseñar conceptualmente una experiencia

#### Unidades

- Definición de experiencia turística
- Elementos de una experiencia turística
- Narrativa de la experiencia
- Casos

### Módulo 3: Experiencia destino

#### Objetivos Específicos

- Entender qué es una experiencia de destino
- Investigar y entender tu localidad

#### Unidades

- ¿Qué es una experiencia de destino?
- Descripción de la experiencia del destino
- Investiga tu localidad

#### Módulo 4: Conoce tus públicos

##### Objetivos específicos

- Explorar y distinguir tus públicos actuales y emergentes
- Definir tu público emergente
- Incentivar la exploración

##### Unidades

- Perfil “Mis Públicos”: actuales y emergentes
- Buscar nichos
- Técnicas de exploración
- Segmentar mercados
- Casos

#### Módulo 5: Diferenciación. Conoce a tu competencia

##### Objetivos específicos

- Conocer a tus competidores y colaboradores (competencia)
- Entender la importancia de la diferenciación
- Priorizar tus clientes emergentes y actuales
- Conocer las tendencias y referentes

##### Unidades

- La importancia de la diferenciación
- ¿Qué son los océanos azules y rojos?
- ¿Quiénes son tus competidores?
- Explora tus océanos azules
- Inspírate en referentes y tendencias globales

#### Módulo 6: Define las bases de tu Experiencia

##### Objetivos específicos

- Pensar creativamente
- Construir una narrativa de la experiencia
- Diseñar tu experiencia innovadora

##### Unidades

- Las emociones de la experiencia
- ¿Cómo despertar la creatividad?
- Repaso conceptual: ¿cómo construir una narrativa y guion?
- El Mapa del Viaje para el diseño de la experiencia

#### Módulo 7: Diseño en detalle de tu experiencia

##### Objetivos específicos

- Describir cada uno de los episodios
- Profundizar el relato
- Identificar acciones y roles

#### Unidades

- Recomendaciones de diseño
- Descomponer el diseño:
  - Segmentos
  - Acciones
  - Actores
  - Lugares
  - Núcleo
  - Relato

### Módulo 8: Prototipado

#### Objetivos específicos

- Maquetear la experiencia
- Testear y probar con otros
- Identificar las acciones de backoffice para la experiencia
- Formular el Plan de testeo

#### Unidades

- ¿Qué es un prototipo?
- Tipología de prototipos
- Mapa del proveedor
- Plan de testeo

### Módulo 9: Modelo de Negocios

#### Objetivos específicos

- Establecer los costes e ingresos de la experiencia
- Identificar recursos y actividades clave
- Formular el plan piloto

#### Unidades

- ¿Qué es un modelo de negocio?
- Descomponiendo las 9 cajas del Canvas.
- ¿Cómo hacer un piloto?

### Módulo 10: Promociona tu Experiencia

#### Objetivos específicos

- Planificar la promoción de la experiencia
- Comprender qué es un Pitch
- Preparar un Pitch

#### Unidades

- Cómo hacer un plan de promoción
- Qué canales utilizar
- Uso de las redes sociales
- Qué es un Pitch
- Preparar un Pitch de venta

La metodología de los cursos debe ser propuesta por cada oferente. Sin perjuicio de ello, debe ajustarse a los siguientes requerimientos:

1. Los cursos se deberán realizar considerando para ello clases en horario vespertino, debiendo incluir en todos los casos clases tres veces a la semana (pudiendo incluir días sábado).
2. El calendario de los cursos no podrá considerar clases de más de 90 minutos cronológicos diarios sin un receso o recreo intermedio.
3. El sistema e-learning deberá contar con los siguientes elementos: mecanismo de comunicación en línea entre el tutor y el alumno, y mecanismo de **registro individual y diario** de tiempo de conexión y de actividades realizadas. Los oferentes que presenten propuestas que consideren *e-learning* deberán quedar disponibles para la presentación de la plataforma a la comisión evaluadora, o a quien ésta designe, en caso de que se requiera.
4. Al inicio de cada curso se deberá hacer entrega a los alumnos del programa del curso, en el cual se detallen los objetivos de aprendizajes, contenidos, fechas de controles o evaluaciones y lista bibliográfica de referencia.
5. Las clases deben contar con material de clases guía, el cual cumplirá el rol de organizador de contenidos y actividades de cada clase. El programa y bibliografía del curso deberán ser entregados durante la primera semana de clases.
6. Los oferentes deberán contemplar la entrega del material educativo, sin costo para los alumnos. Deberán indicar claramente qué material es propio del curso y cuales son complementarios. Los organismos capacitadores deberán asegurar la entrega de material educativo guía o propio del curso a todos los alumnos máximo en la primera semana de clases. Asimismo, los organismos de capacitación deberán cumplir con los derechos de propiedad intelectual y derechos de autor para la reproducción de todo material entregado a los becarios.
7. Contemplar acceso, sin costo para los alumnos, a cualquier herramienta que disponga la institución y que apoye el aprendizaje.
8. Los organismos capacitadores deberán entregar el acceso a las herramientas propias del curso a todos los alumnos en la primera semana de clases.
9. La propuesta deberá considerar realizar evaluaciones individuales para los alumnos, manteniéndoles informados respecto de su desempeño.
10. Los oferentes deberán disponer de uno o varios sistemas que permitan recuperación de horas de clases por parte de los alumnos, dentro del plazo máximo de ejecución del curso. Este sistema deberá ser incluido en la propuesta técnica.
11. Los mecanismos de recuperación no poseen límite de horas. Sin embargo, para efectos del pago por alumno las horas de recuperación que se realicen deberán ser sumadas a las horas de clases ordinarias, pero dicho cómputo en ningún caso podrá exceder el 10% de las horas totales de clases del curso, excepto que se enmarquen dentro de la puesta en marcha del "plan de contingencia".
12. Si las clases de recuperación se realizan un mismo día de clases ordinarias, deben estar separados por al menos 15 minutos entre una y otra jornada.
13. No se aceptarán como evidencia de recuperación de horas de clases, la descarga de archivos, e-mails que confirmen haber efectuado una actividad, ni documentos o ejercicios firmados por alumnos.

## 6.2 Equipo de trabajo

### 6.2.1 Docentes

Para la realización de las clases, los organismos capacitadores deberán contar con docentes que cumplan cabalmente los requisitos establecidos en el respectivo plan de formación, para cada módulo contenido en él, los cuales serán verificados



por el Agente Operador Intermediario en el momento de la celebración del contrato con el Organismo Capacitador adjudicado, así como en eventuales supervisiones en terreno.

Requisitos de los docentes para cada curso, materia u otro criterio:

Curso	Requisitos generales
Curso Sigo Tecnología	Los docentes que proponga el oferente para la realización de los distintos cursos deberán contar con un perfil y experiencia de al menos 5 años acorde con la temática que enseñará en el curso, de forma tal de asegurar la calidad e igualdad en la oferta en cada una de las secciones que se definan. Dicha situación será evaluada durante el proceso de revisión de ofertas, mediante el Curriculum vitae, copia de títulos profesionales, de post - grado y de especialización, y respaldos de experiencia.
Sigo Innovación	Profesional o técnico profesional con conocimientos técnicos y experiencia de al menos 5 años comprobable en metodologías de innovación en diseño de servicios aplicado al turismo, donde cuente con experiencia previa como capacitador. Serán los encargados de realizar las clases técnicas de manera sincrónica con los beneficiarios del curso, realizando las presentaciones del curso, dando ejemplos pertinentes al sector turístico, realizando las actividades y dinámicas, y favoreciendo un entorno de aprendizaje fluido entre los adultos que conforman los cursos.

La propuesta debe señalar claramente el módulo del curso que realizará el docente propuesto, para evaluar la pertinencia de su perfil profesional y experiencia.

Los docentes que se retiren durante el desarrollo del curso deberán ser reemplazados inmediatamente por otros de igual o mejor nivel de formación y experiencia que el anterior. La incorporación del o los nuevos docentes se realizará presentando su Curriculum Vitae y títulos profesionales que avalen su formación, lo que deberá ser autorizado por el Agente Operador Intermediario y Corfo. La Corporación se reserva el derecho de requerir la sustitución de algún docente, fundada en el nivel de formación y experiencia presentada.

### 6.2.2 Jefe de Proyecto

Los organismos de capacitación deberán disponer de un Jefe de Proyecto, que será el responsable ante el Agente Operador Intermediario del correcto desempeño de todos los cursos que desarrolle la entidad adjudicada en esta convocatoria pública. Deberá ser la contraparte permanente del proyecto para los efectos de la implementación y desarrollo de los cursos, en términos académicos, logísticos y de la situación de los alumnos. Además, le corresponderá:

- Ser el responsable del proceso de matrícula de los alumnos.
- Coordinar la implementación de los cursos con los académicos y los profesores.
- Estar disponible para ser contactado por Corfo, su AOI y por los alumnos, durante el horario en que se efectúen las clases.
- Asistir personalmente a las reuniones con la contraparte del Agente Operador Intermediario y de Corfo.
- Mantener actualizada la información respecto a todos los grupos curso.
- Ser el responsable del registro de asistencia de los alumnos.
- Ser el responsable de la atención y respuesta a solicitudes, reclamos, justificaciones, etc. de los alumnos de los cursos.
- Ser el responsable del compilado de la documentación final del curso que se entregará a Corfo, como: base de datos de alumnos, programa del curso, asistencia, material de clases, etc.

### 6.2.3 Apoyos administrativos

El jefe de proyecto deberá disponer de apoyo administrativo en cada una de las sedes que proponga, que le permita cumplir con todas las responsabilidades encomendadas. En caso de resultar adjudicada, la institución deberá presentar el listado de las contrapartes administrativas a Corfo y su Agente Operador Intermediario. El apoyo administrativo también deberá estar dispuesto a recibir consultas o solicitudes de parte de Corfo y su Agente Operador Intermediario.

#### 6.2.4 Director académico

Todas las propuestas que se presenten deberán considerar un Director Académico, quién será el encargado de entregar las directrices metodológicas del curso y coordinar un estándar unificado de los cursos, para cada uno de los grupos curso (si corresponde), para ello, deberá realizar las acciones necesarias como definir los criterios con que se seleccionarán los alumnos que integrarán cada grupo curso. También deberá entregar orientación a la nómina de profesores que participarán del programa, velando por un nivel de conocimiento uniforme sobre el curso, sus contenidos, metodología y planificación para cumplir con los resultados académicos deseados.

#### 6.2.5 Soporte técnico/plataforma

Considerando que la implementación del programa se realizará en modalidad e-learning (sincrónico- asincrónico) se deberá definir un rol de soporte técnico quien tendrá la función de brindar asistencia en el uso de plataformas, instalación de software, incidencias de manejo de usuarios y/o otros elementos necesarios para la correcta implementación del curso. Este perfil deberá estar disponible para atender los requerimientos del equipo docente y de los beneficiarios de cada grupo curso, durante el desarrollo de las clases en vivo.

### 6.3 Infraestructura y equipamiento

El Organismo Capacitador deberá proveer de la infraestructura y recursos necesarios para las características y exigencias técnicas de cada curso. Para la impartición del curso, deberá disponer de una plataforma de gestión de aprendizaje online (LMS por sus siglas en inglés), alojada en un servidor propio y con disponibilidad de licencias suficientes para instructores, estudiantes y roles de supervisión de la iniciativa.

En relación con la plataforma de gestión de aprendizajes, la Entidad Experta deberá:

- Implantar (virtualizar) el curso, de acuerdo a las características definidas en el diseño instruccional, deseable en base a herramientas nativas de la plataforma, para favorecer el monitoreo de la participación y desempeño de los estudiantes.
- Programación de un panel (dashboard) de seguimiento de la actividad en plataforma y un set de reportes estandarizados que puedan ser consultados a necesidad durante la impartición del curso y durante un periodo posterior a acordar. La Entidad Experta deberá acodar las características de los reportes estandarizados con Corfo y su AOI.
- Definición de perfiles y privilegios para el ingreso al curso, considerando al menos los perfiles de instructor, estudiantes, supervisor (seguimiento a las actividades de curso, consultar reportes de actividad y desempeño académico) y “visita” (observar la estructura del curso y las participaciones, como foros y publicaciones, sin permiso para intervenir, ni ver reportería del curso).
- El curso debe estar desarrollado en la plataforma de manera que pueda ser migrado a otro servidor y eventualmente a un LMS diferente.
- Adicionalmente, para asegurar el correcto uso y funcionamiento del curso sobre la plataforma, la Entidad Experta deberá proveer tanto a instructores como a estudiantes, los siguientes servicios:
  - Capacitación en el uso de la plataforma y la navegación dentro del curso y realización de las diferentes acciones requeridas según diseño instruccional, como por ejemplo participación en foros y publicación de documentos.
  - Servicio de soporte en caso de dudas sobre el uso y funcionamiento de la plataforma y/o en caso de fallos en el funcionamiento de la plataforma y/o errores en la programación del curso.

Para el caso de sesiones sincrónicas, la Entidad Experta deberá disponer de un sistema nativo o integrable con la plataforma de gestión de aprendizaje online utilizada, para mantener el seguimiento y la reportabilidad de la actividad. El aplicativo de comunicación sincrónica, como mínimo, deberá permitir la interacción instructor-estudiantes y entre estudiantes, la visualización de objetos de aprendizaje y material de apoyo además de la grabación de la sesión, para que esta sea consultada por estudiantes que hayan estado ausentes, como también, de evidencia de realización de la actividad

#### 6.4 Experiencia del Oferente:

El oferente deberá proveer los antecedentes que avalen su experiencia en la realización de programas de formación, indicando el perfil del segmento atendido por la institución, su cartera de clientes, años de experiencia, número de alumnos capacitados, tipo de cursos vigentes, alianzas con instituciones nacionales o extranjeras, que impacten directamente a este curso, y cualquier otro antecedente que se considere relevante destacar y se relacione con su capacidad de trabajo.

#### 6.5 Plan de trabajo y descripción de los entregables

El plan de trabajo deberá ser consistente con la metodología presentada. Se espera que al menos contenga una Carta Gantt con una propuesta de programación de clases según horario, en formato Excel.

En caso de que las instituciones oferten elementos adicionales a los señalados en las presentes bases, se considerará que dicha información forma parte de su propuesta de valor, en la medida que contribuya al éxito del programa y al nivel de satisfacción de los participantes.

#### 6.6 Propuesta Económica (Precio total del curso por alumno)

El oferente deberá presentar una Oferta Económica por curso que desea adjudicarse. El valor total de la oferta debe ser menor o igual a lo definido en las presentes bases.

La presente licitación dispone de los siguientes montos máximos a percibir por el oferente:

Curso	A	B	(A+B)	Cupos	Cupos x (A+B)
	Aporte Máximo Corfo por becario (90%)	Aporte Unitario del becario (10%)	Monto Unitario Total Máximo		Monto Total Máximo por curso
Curso SIGO Tecnología	\$ 486.000.-	\$ 54.000.-	\$ 540.000.-	100	\$ 54.000.000.-
Curso SIGO Innovación	\$ 307.800.-	\$ 34.200.-	\$ 342.000.-	100	\$ 34.200.000.-

Formato solicitado al oferente para presentar su oferta económica:

Curso	Precio ofertado por alumno (incluye el aporte Corfo y del becario)	Número mínimo de alumnos matriculados con que el oferente mantiene su oferta (indicado en el punto 5.8.5)
	\$	
	\$	
	\$	

### 7 MECANISMO DE ADJUDICACIÓN

La presente licitación se adjudicará por curso, con un mecanismo de adjudicación que puede ser múltiple. Es decir, un mismo oferente podría adjudicarse uno o más cursos de los licitados, en la medida que presente una oferta que los incluya.

Por lo tanto, los oferentes podrán presentar una oferta que incluya el desarrollo de uno, varios o la totalidad de los cursos licitados.

## 8 CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Se procederá a la evaluación de las ofertas por una Comisión Evaluadora a cargo del Agente Operador Intermediario, en conformidad a los criterios que se indican en la siguiente tabla.

**Tabla: Evaluación de las propuestas**

Criterios de evaluación	
<b>A) Criterios Técnicos [90%]</b>	
Factor N°1: Propuesta técnica o metodológica.	30%
Factor N°2: Equipo de trabajo.	20%
Factor N°3: Infraestructura y equipamiento.	20%
Factor N°4: Experiencia del Oferente.	10%
Factor N°5: Plan de trabajo, descripción de los entregables y propuestas de valor.	10%
<b>B) Criterio Económico [10%]</b>	
Factor N°6: Precio del Curso por alumno.	10%

Cada factor de los criterios de evaluación contempla una serie de subfactores, a partir de lo señalado a lo largo de las bases de licitación, los cuales serán calificados a partir de un análisis multicriterio, con notas de 0 a 10, siendo cero la ausencia de lo solicitado y 10 el cumplimiento total de lo solicitado en las bases. La nota asignada a cada subfactor se multiplicará por su peso relativo y por el porcentaje que le corresponde en el respectivo factor de evaluación.

El Agente Operador Intermediario se reserva el derecho de verificar los antecedentes presentados por los oferentes.

De la evaluación resultante, se elaborará un Acta que será suscrita por el o los integrantes de la Comisión Evaluadora, integrada por a lo menos 3 funcionarios del Agente Operador Intermediario. Dicha Acta dará cuenta de la evaluación de las ofertas e indicará a qué proponente se recomienda adjudicar la convocatoria, o en su caso, se propondrá declarar desierto el proceso, en caso de que las ofertas presentadas no sean convenientes para los intereses del proyecto, o si ninguna de ellas cumple los mínimos solicitados en las presentes Bases. En caso de que corresponda, también se deberá dejar constancia en el Acta de las ofertas que no fueron evaluadas por encontrarse fuera de Bases, especificando los puntos que habrían sido vulnerados.

El Agente Operador Intermediario se reserva el derecho de adjudicar fundadamente la convocatoria al oferente que obtengan el más alto puntaje por aplicación de los criterios de evaluación establecidos en estas Bases, aun cuando su oferta no sea la de más bajo precio. Asimismo, se reserva el derecho de rechazar fundadamente todas las ofertas por inconvenientes, declarando en este caso desierto la convocatoria.

## 9 DEL CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS

Resuelta la adjudicación de la oferta, se celebrará el contrato correspondiente, que será redactado por el Agente Operador Intermediario dentro de **10 días** siguientes contados desde la notificación efectuada. No obstante, este plazo podrá ampliarse en los casos que el Agente Operador Intermediario requiera de un mayor lapso para un mejor estudio de los antecedentes del caso.

**La contraparte técnica y administrativa de la licitación, así como en todos aquellos aspectos contractuales antes, durante y luego de la prestación del servicio, es el Agente Operador Intermediario.**

## 10 CONFIDENCIALIDAD Y TRATAMIENTO DE DATOS

Toda información relativa a Corfo o a terceros a la que el Organismo Capacitador tenga acceso con motivo del presente contrato a adjudicar, tendrá el carácter de confidencial. En consecuencia, dicha información deberá mantenerse en carácter de reservada, respondiendo el Organismo Capacitador de todos los perjuicios que se deriven de la infracción a esta obligación.

El Organismo Capacitador no podrá utilizar los datos personales entregados por los postulantes, seleccionados y becarios, para fines distintos al desarrollo del Programa dentro de los términos establecidos en la Ley 19.628 y su normativa relacionada, no pudiendo hacer ningún tipo de tratamientos, de acuerdo con lo establecido en el Artículo 2 literal o) de la ley citada.

## 11 UTILIZACIÓN DE IMAGEN

Durante la etapa de difusión de la convocatoria y ejecución del Proyecto el oferente adjudicado se obligará a apoyar y participar activamente en los eventos que realice Corfo para promocionar los resultados parciales y finales del proyecto. Asimismo, en toda actividad pública que se efectúe para difundir el proyecto, ya sea a su término o durante su ejecución, así como también en medios escritos o audiovisuales, deberá señalar expresamente que el proyecto es financiado por Corfo.

Durante la realización de los cursos, Corfo a través del AOI proveerá de fondos de pantalla para los sistemas de videoconferencia y de sus logos, los que deberán ser exhibidos en las salas de clases durante el desarrollo de estas.

## 12 PROPIEDAD INTELECTUAL

El producto del trabajo que eventualmente desarrolle el Organismo Capacitador o sus dependientes, con ocasión del contrato, tales como informes, tutoriales, grabación de clases, programa del curso y lista de bibliografía, base de datos, registro audiovisuales, resultados del proyecto u otros, serán de propiedad de Corfo, quien se reserva el derecho de disponer de ellos libremente, sin limitaciones de ninguna especie, no pudiendo por tanto el Organismo Capacitador realizar ningún acto respecto de ellos ajeno al contrato a adjudicar, sin autorización previa y expresa de Corfo. Sin perjuicio de ello, se deberán respetar los derechos de autor y de propiedad intelectual existentes, respecto de aquellos materiales que el oferente o sus académicos hayan elaborado de forma previa a la ejecución del proyecto.

Por otra parte, los materiales audiovisuales, impresos, descargables u otros materiales entregados por los organismos capacitadores a los beneficiarios deberán respetar los derechos de autor, de propiedad intelectual u otros. Corfo o el Agente Operador Intermediario en ningún caso serán responsables por infracciones de los organismos capacitadores a las leyes que protegen la propiedad intelectual y los derechos de autor, siendo el Organismo Capacitador el único responsable por dichas infracciones.

## 13 INTERPRETACIÓN E INFORMACIÓN

El presente documento y el contrato respectivo se interpretarán en forma armónica, de manera que exista entre todos ellos la debida correspondencia. Todos los documentos relativos a la convocatoria se interpretarán siempre en el sentido de la más perfecta elaboración y ejecución de la propuesta, de acuerdo con las reglas de la ciencia y la técnica aplicables según sea el caso particular de que se trate.

Cualquier falta, descuido u omisión de los oferentes o adjudicatario en la obtención de información y estudio de los documentos relativos al proceso de convocatoria, no los exime de la responsabilidad de apreciar adecuadamente los costos necesarios para la elaboración y desarrollo de su propuesta o prestación del servicio. Por lo tanto, serán de su cargo todos los costos en que incurran para corregir faltas, errores, descuidos u omisiones resultantes de su análisis e interpretación de la información disponible o que se obtenga.