

PROGRAMA DE FORMACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD - PFC
REQUERIMIENTOS TÉCNICOS
PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE AGENCIA
COMUNICACIONAL Y DE MEDIOS



AGENCIADO A TRAVÉS DE UN AGENTE OPERADOR INTERMEDIARIO DE CORFO

REQUERIMIENTOS TÉCNICOS PARA LA COTIZACIÓN

1. IDENTIFICACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

Código del proyecto:	22PFC-201211 - 22PFC-201212 - 22PFC-201213
Nombre del programa:	Convocatoria conjunta entre los 3 siguientes proyectos: <ul style="list-style-type: none">• ESPECIALIZACIÓN EN PERFILES DEL MARKETING DIGITAL Y EL COMERCIO ELECTRÓNICO 2022.• HABILIDADES DIGITALES PARA REALIDADES EXTENDIDAS.• FORMACIÓN PARA SIETE PERFILES LABORALES TIC DE ESPECIALIDAD 2022.
Ejecución:	Nacional
Administración:	Agente Operador Intermediario – Chiletec y Codesser.
Duración estimada del servicio:	4 meses (15 junio – 15 de septiembre 2022).
Recursos a adjudicar:	\$20.000.000 El oferente puede proponer una cifra diferente, la que deberá justificar en su propuesta técnica.

2. DEFINICIONES

- 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, los Agentes Operadores Intermediarios son Software y servicios Chile GECHS SPA (Chiletec), así como CODESSER. Es el AOI quien establece la relación contractual con la institución adjudicataria.
- Entidad Experta o Adjudicataria:** Corresponde a la institución encargada de implementar las actividades contempladas en el servicio licitado, de tal manera de cumplir con los objetivos y resultados propuestos.

3. ADMISIBILIDAD DE POSTULANTES.

Podrán participar y presentar su cotización aquellas personas jurídicas con experiencia en las tareas a ejecutar, entre las que se encuentran agencias de publicidad, agencias de medios, agencias de marketing, entre otras instituciones similares.

4. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

El servicio a cotizar corresponde a una asesoría creativa que incluye la producción del material de difusión, la planificación de la campaña promocional, junto con la implementación de un plan de medios de carácter nacional.

4.1 Público Objetivo

El público objetivo de la campaña estará conformado por los chilenos o extranjeros con residencia definitiva en el país, que cumplan con las características requeridas según el curso. Existirá una oferta de 17 cursos a promocionar, los que en general se encuentran enfocados a los siguientes 3 tipos de público:

- Público con experiencia en la industria tecnológica, vinculada con áreas de la programación, la computación, la arquitectura cloud, la ciberseguridad, el desarrollo de software, entre otras. El énfasis estará en aquellas personas de carreras STEM.

- Público con negocios y/o con áreas de formación vinculadas al área comercial, las ventas y el marketing.
- Público con afinidad al área de las industrias creativas, con experiencia en audiovisual, sonido, video, guion, videojuegos, programación, iluminación, color, etc.

En términos demográficos, el target de la campaña está conformado por hombres y mujeres de entre 30 y 45 años de edad, siendo relevante la equidad de género y la equidad territorial (llevar a difundir a todas las regiones del país).

4.2 Objetivos de la campaña

- Promocionar de manera creativa, y con un tono comunicacional cercano al segmento objetivo, la convocatoria **CORFO que entregará 1.500 becas apróx. de cofinanciamiento para cursos** de especialización en áreas de las tecnología, el marketing digital y la industria creativa (realidad aumentada e inmersiva). La oferta corresponde a 17 cursos a promocionar, que son los siguientes:

Área	Curso	Cupos
Tecnología	Data analyst (Análisis de datos)	120
Tecnología	Data scientist (Ciencia de datos)	120
Tecnología	Arquitectura Cloud	120
Tecnología	Especialización DevOps	60
Tecnología	Especialización IoT	60
Tecnología	Ciberseguridad	60
Tecnología	Lean-Agile Business Developer	60
Marketing	E-commerce specialist	60
Marketing	Growth marketer	60
Marketing	Content manager	60
Marketing	Community manager	60
Marketing	Digital business intelligence	60
Marketing	Performance manager	60
Marketing	Service design	60
Creatividad	Unity XR, para realidad para realidad aumentada y realidad virtual	100
Creatividad	Unreal Engine para la realidad aumentada y realidad virtual	100
Creatividad	Curso intermedio Unreal Engine para fotorrealismo y experiencias Interactivas	50

- Generar un alto tráfico al sitio web de la convocatoria (será provisto por CORFO), de manera tal de lograr **al menos 5.000 inscripciones/postulaciones a los cursos**, con la distribución regional y de género equitativa.

4.3 Mensajes

El principal mensaje que la campaña debe transmitir es que CORFO y Talento Digital para Chile desean impulsar la digitalización en el país, a través de la entrega de 1.500 becas de cofinanciamiento para la participación en un curso que les permitirá adquirir los conocimientos necesarios para especializarse en esta industria. El beneficiario sólo deberá pagar su matrícula.

4.4 Tono y Estilo

El tono debe ser directo, motivacional y empático. El tono debe ser capaz de generar interés y mostrar el beneficio de la digitalización, para hacer crecer su negocio, progresar en su carrera profesional y mejorar su calidad de vida. Para transmitir el mensaje, será importante que se utilicen mecanismos que permitan empatizar y conectar con la audiencia.

4.5 Ejecución y Soportes

Se solicita la creación, producción e implementación de una **Campaña Comunicacional** a nivel nacional:

- i. Estrategia Comunicacional, que debe incluir un nombre comercial para el Programa.
- ii. Guiones, storyboard y/o maquetas de los productos audiovisuales. Sólo a nivel de propuesta.
- iii. Diseño de los productos solicitados por el cliente y propuestos por la agencia.
- iv. Difusión pagada en portales web regionales.
- v. Difusión pagada en Facebook e Instragram, con foco en nuestro público objetivo.
- vi. Piezas audiovisuales para redes sociales y Stories (para el primer caso de máximo 45 segundos; para el segundo caso de máximo 5 segundos).
- vii. Piezas Digitales (Banner, Post Estático y Animado, Gráfica para Whatsapp, etc.).

5. CONSIDERACIONES DE LA OFERTA

- a. El avisaje y las publicaciones en medios de comunicación social, deberán efectuarse, al menos en un 40%, en medios de comunicación con clara identificación local, distribuidos territorialmente de manera equitativa. Este porcentaje (salvo casos excepcionales y fundados) no podrá destinarse a medios que sean parte de conglomerados, holdings o cadenas de medios de comunicación, con los que se relacionen en los términos de los artículos 99 y 100 de la ley N° 18.045, que tengan sedes o sucursales en más de una región. Se preferirá, el trato con los medios de comunicación que efectuarán por sí mismo el avisaje y las publicaciones, evitando en lo posible la contratación de intermediarios o agencia.
- b. La distribución del presupuesto de medios puede variar según las necesidades de la contraparte técnica. No obstante, **al menos \$8.500.000 deben ser destinados a inversión digital.**
- c. El oferente al que se le adjudique la compra, será responsable de la distribución, costos e implementación de todos los materiales a los distintos soportes que se establezcan en el plan de medios.
- d. Para los servicios de Facebook e Instagram, se deberá utilizar las redes sociales de Corfo, en cuyo caso se dará acceso para monitorear el comportamiento de la campaña. Los oferentes podrán proponer un CM que apoye la gestión y respuestas de las publicaciones patrocinadas.
- e. La realización de material audiovisual y la subcontratación de terceros, deberán ser chequeados y aprobados por la contraparte técnica indicada en el contrato; todos los costos de subcontrataciones son responsabilidad del proveedor contratado.
- f. La propuesta debe incluir el Cuadro de Costos, identificando claramente:
 - Costo Total del Plan de Medios.
 - Sub Total Inversión Regional.
 - Costo Total de Producción.
 - Monto Comisión Agencia.
- g. Si el cuadro inicial de costos requiere modificación, deberá ser informado a la contraparte del contrato. Este último, se reservará el derecho de solicitar órdenes de compra, boletas y facturas de las subcontrataciones para corroborar la información.
- h. Los productos audiovisuales deben ir con subtítulos y lengua de señas según lo establece la Ley N°20.422, que establece normas sobre igualdad de oportunidades e Inclusión Social de Personas con Discapacidad. En su artículo 25 indica que toda campaña de servicio público financiada con fondos públicos deberá ser transmitida o emitida con subtítulo y Lengua de Señas.
- i. En el caso que la propuesta creativa incluya filmación fuera de la RM, se deberá considerar en los costos de traslado, a lo menos, 2 personas como contraparte de Gobierno en la producción.

- j. Los costos de administración de cuentas de redes sociales deben ser contemplados en la comisión de agencia. No se aceptarán costos extras.
- k. Una vez terminada la campaña se debe enviar una presentación con la verificación digital e impresa de todos los medios en los cuales se exhibió la campaña, el cual debe venir acompañado con el último plan de medios aprobado. La verificación digital también deberá incluir:
 - Contratos de derechos: modelos (contrato con fotografía), locutores, música, etc.
 - Todo material realizado en alta calidad
 - Audiovisuales limpios, sin lengua de señas ni subtítulos.
 - Fotografías compradas
 - Música (si hubiere)
- l. Se debe considerar derechos de modelos y personajes al menos hasta el 31 de diciembre de 2022. La música y todo material realizado, que no incluya personas, será de uso exclusivo del contratante y por el tiempo que estime conveniente.
- m. Cabe mencionar que no necesariamente se ejecutarán todos los productos y/o servicios requeridos, pudiendo redistribuir los recursos para potenciar algún otro en particular, más aún en el plan de medios. Se tomará la decisión desde el punto de vista estratégico con el fin de generar el mayor impacto posible.

6. MONTO TOTAL A CONTRATAR

Esta oferta dispone de un presupuesto total de \$20.000.000 millones de pesos (impuestos y comisión agencia incluidos). En cualquier caso, la agencia y/o oferente puede proponer un presupuesto superior, lo que deberá justificar en su propuesta.

7. TIEMPOS CAMPAÑA

El lanzamiento de la campaña se encuentra planificado para el 05 de julio de 2022 a las 15:00 horas hasta el 28 de julio a las 15:00 horas. Las fechas exactas podrían ser modificadas por el mandante, sin alterar la duración total de la campaña.

8. CONDICIONES DE ENTREGA

12 días hábiles después de seleccionada la oferta y debidamente notificada, la Agencia de Medios deberá entregar todos los productos solicitados en esta compra y realizar todas las gestiones necesarias para que la campaña comience su difusión (spot, avisos de prensa, frases radiales, plan de medios, entre otros que la oferta haya considerado).

9. CRITERIOS Y PONDERACIONES PARA LA EVALUACIÓN

Se establecen los siguientes Criterios de Evaluación:

CRITERIOS	PONDERACIÓN
Briefing	60%
Comisión	10%
Tiempos de Entrega de los Productos	27%
Cumplimiento de Requisitos Formales	3%
TOTAL PONDERACIÓN	100%

9.1 Criterios de Desempate

En el caso que dos o más oferentes al final de la evaluación obtenga el mismo puntaje, los criterios para definir la oferta mejor evaluada se sujetarán al siguiente orden de prelación:

- i. Mayor puntaje en el Criterio Briefing.
- ii. Mayor puntaje en el Criterio Tiempos de Entrega de los Productos.
- iii. Mayor puntaje en el Criterio Comisión.

10. OTROS

Elementos mandatorios que deben estar presentes en la comunicación: lenguaje de señas, subtítulos, locutor, cierre musical Gobierno de Chile + url landing inscripciones.

11. 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 **15 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 del contrato es un(a) profesional de CHILETEC y CODESSER.

12. CONFIDENCIALIDAD Y TRATAMIENTO DE DATOS

Toda información relativa a Corfo o a terceros a la que el Oferente Adjudicado 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 Oferente Adjudicado de todos los perjuicios que se deriven de la infracción a esta obligación.

El Oferente adjudicado 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 a lo establecido en el Artículo 2 literal o) de la ley citada.

13. UTILIZACIÓN DE IMAGEN

Durante la 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.

14. PROPIEDAD INTELECTUAL

El producto del trabajo desarrollado por el oferente adjudicado o sus dependientes, tales como informes, tutoriales, base de datos, registros 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 Oferente adjudicado 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 haya elaborado de forma previa a la ejecución del proyecto.

Por otra parte, los materiales audiovisuales, impresos, descargables u otros materiales 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 oferentes a las leyes que protegen la propiedad intelectual y los derechos de autor, siendo el Oferente adjudicado el único responsable por dichas infracciones.

15. 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.

16. POBRE POSIBILIDAD DE AUMENTAR LOS SERVICIOS CONTRATADOS

Para asegurar la prestación íntegra y oportuna de los servicios que se entregan, y previo acuerdo de las voluntades con el adjudicatario, se podrán aumentar los elementos requeridos de la propuesta, de manera de continuar proveyendo adecuadamente los servicios contratados. En este sentido, en el evento de sobrevenir un cambio de condiciones en los Programas que requiera la necesidad de contar con servicios no considerados en el presente documento, se podrán incorporar y aumentar el precio de la contratación, en cuyo caso el adjudicatario deberá mantener el mecanismo de cálculo utilizado en su oferta inicial, resguardando con ello los principios elementales de las compras públicas. En cualquier caso, el costo total del contrato no podrá aumentarse más allá del 20%.

17. PRESENTACIÓN DE LAS OFERTAS

Las postulaciones deberán presentarse en soporte digital vía correo electrónico dirigido Cristina Farias y Daniela Correa, cristinafarias@chiletec.org y daniela.correa@codesser.cl. El plazo máximo de entrega será el día 16 de junio de 2022, hasta las 23.59 hrs. Según hora oficial Chile continental.