

TERMINOS DE REFERENCIA CONSULTORIA

Consultoría

Servicio de comunicaciones, marketing digital, automatización y gestión de RRSS

Programa de difusión tecnológica

ECOSISTEMA PATRIMONIAL DE ÑUBLE: TURISMO Y TECNOLOGÍA PARA EL DESARROLLO TERRITORIAL”

CÓDIGO 25PDT-306027



1. ANTECEDENTES DEL PROYECTO

Los programas Ñuble Digital Turismo 2026 corresponden a iniciativas de transformación digital orientadas a empresas, sector público, academia y ecosistemas regionales. El objetivo general es fortalecer capacidades de adopción tecnológica, digitalización y vinculación empresarial mediante:

- Sesiones de Transformación Digital
- Masterclass
- contenidos técnicos
- automatización
- articulación con socios tecnológicos
- Fortalecimiento de comunidades territoriales.

2. PROPÓSITO

Establecer las bases técnicas para contratar servicios de comunicaciones, marketing digital, automatización, gestión de redes sociales, mailing, WhatsApp, cobertura audiovisual y generación de contenidos para programas de transformación digital.

3. OBJETIVOS DE LA CONSULTORÍA

Convocar empresas, aumentar asistencia, fortalecer comunidad, documentar aprendizajes, generar activos digitales permanentes y conectar empresas con oportunidades tecnológicas y de financiamiento.

4. OBJETIVOS ESPECIFICOS

Diseñar e implementar una estrategia comunicacional institucional y sectorial que posicione al PDT como referente regional en Turismo y Tecnología para el desarrollo territorial de Ñuble.

Gestionar activamente la comunicación digital del programa, incluyendo la administración de redes sociales, generación de contenidos técnicos y audiovisuales, y ejecución de campañas de difusión segmentadas que promuevan la participación y visibilidad del PDT.

Registrar y documentar las actividades, hitos y resultados del programa mediante evidencia fotográfica, audiovisual y comunicacional de carácter profesional, asegurando una narrativa coherente con los objetivos y avances del PDT.

Actualizar y mantener los canales institucionales del programa, particularmente la página web, asegurando la publicación oportuna de noticias, indicadores, documentos públicos y cápsulas audiovisuales que reflejen la evolución del programa.

Elaborar informes y material de cierre comunicacional, que sistematicen la gestión realizada, los resultados obtenidos y el impacto alcanzado en materia de visibilidad y posicionamiento del PDT.

5. KPI OBJETIVO

- 70 asistentes reales por sesión.
- 25 empresas beneficiarias CORFO por sesión
- 100 asistentes en evento de cierre.
- Crecimiento de seguidores, interacciones y bases de datos.

5.1. Corresponsabilidad en el Cumplimiento de Indicadores

Las PARTES reconocen que el cumplimiento efectivo de los KPI establecidos en la Sección 4 requiere la actuación coordinada y oportuna de ambas. El PROVEEDOR será responsable de la ejecución oportuna y verificable de las acciones de convocatoria, difusión y seguimiento comprometidas, incluyendo campañas realizadas, envíos efectuados, alcance obtenido y registros generados.

Para la correcta ejecución de dichas acciones, el CLIENTE deberá entregar al PROVEEDOR, con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles respecto de cada hito de campaña, los siguientes insumos: aprobaciones (Visto Bueno), fechas confirmadas, datos de relatores, enlaces de inscripción, materiales audiovisuales y demás antecedentes que el PROVEEDOR requiera fundadamente.

En caso de que el CLIENTE no entregue los insumos dentro del plazo señalado, los plazos de ejecución del PROVEEDOR se entenderán prorrogados automáticamente por un período equivalente al retraso efectivo del CLIENTE. En tal supuesto, el incumplimiento de los indicadores asociados a dichas acciones no será imputable al PROVEEDOR para ningún efecto contractual.

6. Plataforma Digital

Objetivo: Disponer de una infraestructura digital licenciada, escalable y replicable, que permita gestionar de manera integrada la difusión, convocatoria, relacionamiento, seguimiento y operación del programa.

Este servicio considera la habilitación, configuración e integración de los componentes tecnológicos necesarios para la operación digital del programa, incluyendo identidad digital, herramientas colaborativas, sitio web, formularios de postulación, CRM, automatizaciones, dashboards, plataformas de comunicación y demás sistemas que conforman el ecosistema tecnológico del programa.

La implementación deberá asegurar la interoperabilidad entre plataformas, el licenciamiento y la correcta administración de los activos digitales, así como la continuidad operativa del programa.

Ver detalle en Anexo S.1 – Licenciamiento de Activos Digitales.

7. STACK OPERATIVO DIGITAL

Objetivo: Disponer de un entorno operativo digital integrado que permita ejecutar, coordinar, automatizar y monitorear las actividades de comunicación, marketing, convocatoria, relacionamiento empresarial y gestión de la comunidad del programa.

Este servicio considera la provisión, habilitación y administración de las licencias de software necesarias para la operación del programa, incluyendo herramientas de productividad, CRM, automatización, mailing, gestión de eventos, diseño gráfico, redes sociales, integración de sistemas, dashboards y gestión de proyectos.

El stack operativo deberá permitir la interoperabilidad entre plataformas, la trazabilidad de las actividades, la centralización de la información y la continuidad operativa del programa, asegurando que los activos digitales, configuraciones y datos permanezcan disponibles para el CLIENTE durante y después de la ejecución del servicio.

Ver detalle en Anexo S.2 – Stack Operativo Digital.

8. GESTIÓN DE BASES DE DATOS Y SEGMENTACIÓN

Objetivo: Disponer de bases de datos actualizadas, segmentadas y trazables que permitan ejecutar de manera eficiente las acciones de convocatoria, comunicación, relacionamiento y seguimiento del programa. Este servicio considera la consolidación, actualización, segmentación, depuración, clasificación y mantenimiento de las bases de datos utilizadas por el programa, integrando la información proveniente de formularios, CRM, eventos, campañas digitales, mailing, WhatsApp y otras fuentes definidas por el CLIENTE.

La gestión deberá asegurar la calidad, consistencia y disponibilidad de la información, permitiendo su utilización en campañas, automatizaciones, reportes y procesos de seguimiento, manteniendo la trazabilidad de los registros y la continuidad operativa del programa. Ver detalle en Anexo S.3 – Gestión de Bases de Datos y Segmentación.

9. CREACIÓN DE CONTENIDOS

Objetivo: Disponer de contenidos digitales que permitan comunicar de forma consistente el propósito, actividades, resultados y oportunidades generadas por el programa, fortaleciendo la convocatoria, participación y posicionamiento de la comunidad. Este servicio considera la redacción, diseño, diagramación, adaptación de formatos, animación y edición de contenidos para canales digitales, utilizando los insumos generados por el programa y otros antecedentes proporcionados por el CLIENTE.

La ejecución se realizará mediante una biblioteca de contenidos estandarizada, con categorías, formatos y plantillas reutilizables que permitan asegurar consistencia visual, eficiencia operativa y escalabilidad de las comunicaciones. 3

Ver detalle en Anexo S.4 – Creación de Contenidos Digitales.

10. GESTIÓN DE REDES SOCIALES

Objetivo: Disponer de una estrategia de gestión de redes sociales que permita fortalecer la convocatoria, participación, posicionamiento y crecimiento de la comunidad asociada al programa, mediante la publicación sistemática de contenidos, interacción con actores del ecosistema y coordinación de acciones de difusión digital. Este servicio considera la programación, publicación, monitoreo y seguimiento de contenidos previamente desarrollados, así como la gestión de comunidad digital, coordinación con instituciones, empresas, relatores y socios tecnológicos, y la ejecución de campañas digitales orientadas a apoyar los procesos de convocatoria, inscripción y participación en las actividades del programa.

La gestión deberá ejecutarse mediante procesos, herramientas y procedimientos estandarizados que permitan la trazabilidad de las acciones, la reportabilidad de resultados y la replicabilidad del modelo en futuras versiones del programa, asegurando que los perfiles, audiencias, campañas y activos digitales permanezcan disponibles para el CLIENTE durante y después de la ejecución del servicio. Ver detalle en

Anexo S.5 – Gestión de Redes Sociales

11. INVERSIÓN EN CAMPAÑAS DIGITALES

Objetivo: Disponer de recursos para la ejecución de campañas de publicidad digital orientadas a fortalecer la difusión, convocatoria, participación y posicionamiento del programa. Este servicio considera la inversión en plataformas de publicidad digital para amplificar el alcance de los contenidos, actividades y campañas desarrolladas por el programa, permitiendo aumentar la visibilidad y captación de empresas, instituciones y actores relevantes del ecosistema.

La inversión publicitaria será administrada por el proveedor de comunicaciones y ejecutada conforme a los objetivos definidos por el CLIENTE, manteniendo respaldo de los gastos realizados y asegurando que las campañas, audiencias y activos generados permanezcan disponibles para el CLIENTE durante y después de la ejecución del servicio.

Ver detalle en Anexo S.6 – Inversión en Campañas Digitales.

12. GESTIÓN Y OPTIMIZACIÓN DE CAMPAÑAS DIGITALES

Objetivo: Maximizar el desempeño de las campañas digitales del programa mediante la gestión, monitoreo y optimización continua de audiencias, segmentaciones, contenidos y presupuesto publicitario. Este servicio considera la configuración, seguimiento, análisis y ajuste de campañas digitales orientadas a mejorar indicadores de alcance, interacción, registros, postulaciones y participación en las actividades del programa, utilizando las plataformas y herramientas definidas en el Stack Operativo Digital. La gestión deberá ejecutarse mediante procesos sistemáticos de análisis y mejora continua, permitiendo optimizar el retorno de la inversión publicitaria, fortalecer la toma de decisiones basada en datos y asegurar la trazabilidad de los resultados obtenidos.

Ver detalle en Anexo S.7 – Gestión y Optimización de Campañas Digitales.

13. CAMPAÑAS DE MAILING

Objetivo: Disponer de un canal de comunicación directa que permita informar, convocar, fidelizar y mantener vinculada a la comunidad del programa mediante campañas de correo electrónico segmentadas y automatizadas. Este servicio considera la planificación, configuración, envío y seguimiento de campañas de mailing orientadas a difundir actividades, contenidos, resultados, convocatorias y oportunidades relevantes para empresas, instituciones, socios tecnológicos y demás actores del ecosistema.

La ejecución deberá realizarse mediante herramientas de automatización y segmentación definidas en el Stack Operativo Digital, permitiendo mantener la trazabilidad de los envíos, optimizar el desempeño de las campañas y fortalecer el relacionamiento continuo con la comunidad del programa.

Ver detalle en Anexo S.8 – Campañas de Mailing.

14. CAMPAÑAS DE WHATSAPP

Objetivo: Disponer de un canal de comunicación directa que permita informar, convocar y mantener vinculada a la comunidad del programa mediante campañas de mensajería a través de WhatsApp.

Este servicio considera la programación, envío y seguimiento de comunicaciones orientadas a difundir actividades, contenidos, convocatorias, recordatorios y confirmaciones de asistencia para los distintos actores del ecosistema. Las campañas deberán utilizar como insumo la Biblioteca de Contenidos Digitales del programa y ejecutarse mediante las plataformas definidas en el Stack Operativo Digital, permitiendo automatizar comunicaciones y mantener trazabilidad de los mensajes enviados.

Ver detalle en Anexo S.9 – Campañas de WhatsApp.

15. CHATBOT E INTELIGENCIA CONVERSACIONAL

Objetivo: Disponer de un canal automatizado de atención que permita responder consultas, apoyar

procesos de convocatoria y facilitar el acceso a información relevante del programa.

Este servicio considera la configuración y operación de un chatbot capaz de interactuar con empresas, instituciones y demás actores del ecosistema, entregando respuestas automáticas, derivaciones y acceso a contenidos del programa.

El chatbot deberá utilizar como insumo la Biblioteca de Contenidos Digitales e integrarse con WhatsApp, Instagram, Facebook y el sitio web, permitiendo automatizar interacciones y mantener trazabilidad de las conversaciones realizadas.

Ver detalle en Anexo S.10 – Chatbot e Inteligencia Conversacional.

16. PROCESO DE DESARROLLO Y APROBACIÓN DE MATRICES

Configuración inicial mediante Revisión A, Revisión B y Versión 0. Operación normal mediante Revisión A, Revisión B y Versión Final. VTH dispone de 2 días hábiles para revisar y el proveedor de 48 horas para corregir. La aprobación mediante VB (Visto Bueno) constituirá Recepción Conforme del entregable correspondiente y habilitará su incorporación al estado de pago respectivo.

17. ENTREGABLES Y CONTROL

Todas las entregas deberán realizarse formalmente por correo electrónico. WhatsApp será utilizado únicamente para coordinación operativa. Se utilizará una Matriz de Contenidos y Entregables como herramienta oficial de seguimiento.

18. ACEPTACIÓN DEL ALCANCE Y CARÁCTER VINCULANTE DE LOS TDR

La presentación de una propuesta técnica y/o económica por parte del proveedor, así como la aceptación de una orden de compra, contrato, acuerdo o cualquier instrucción formal de ejecución emitida por el CLIENTE, implicará el conocimiento, aceptación y adhesión íntegra a los presentes Términos de Referencia (TDR). En consecuencia, los presentes TDR, sus anexos, matrices, calendarios, manuales de marca y demás documentos complementarios que formen parte del proceso, se entenderán incorporados como parte integrante del alcance de los servicios contratados, definiendo los objetivos, entregables, estándares de calidad, plazos, procesos de revisión y demás obligaciones aplicables a la prestación de los servicios. En caso de existir diferencias entre una propuesta del proveedor y los presentes TDR, las partes podrán acordar ajustes específicos por escrito. En ausencia de dichos acuerdos, prevalecerán las disposiciones establecidas en los presentes Términos de Referencia.

PRODUCTOS ENTREGABLES

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	VALOR BASE	VALOR PROYECTADO	FECHA DE CUMPLIMIENTO	MEDIO DE VERIFICACIÓN
Informe Final de la Consultoría Comunicacional	Documento que sistematiza la ejecución de la consultoría, detallando la metodología utilizada, los objetivos alcanzados, resultados obtenidos y conclusiones.	Informe	0	4	01-10-26	Informe final firmado y entregado en formato digital y físico.
Resumen Ejecutivo	Síntesis ejecutiva del trabajo desarrollado, principales logros y contribución al posicionamiento del PDT.	Documento	0	4	01-10-26	Realizar un resumen ejecutivo de lo realizado de manera mensual
Metodología Utilizada	Documento técnico que describe el enfoque comunicacional, herramientas aplicadas y estructura operativa del plan de difusión.	Documento técnico	0	1	01-08-26	Documento de metodología entregado y validado por el equipo
Objetivos Alcanzados	Sistematización de los resultados obtenidos en relación con los objetivos generales y específicos definidos para la consultoría.	Registro	0	4	01-10-26	Informe de cumplimiento de objetivos y validación del Equipo Técnico
Resultados Obtenidos	Reporte cuantitativo y cualitativo de indicadores de impacto comunicacional (alcance digital, cobertura mediática, interacción y posicionamiento).	Informe técnico	0	4	01-10-26	Reporte de resultados con métricas, evidencias gráficas y audiovisuales de los impactos alcanzados.
Presentación PPT Final	Presentación ejecutiva que resume la gestión realizada, principales resultados y proyecciones comunicacionales.	Presentación	0	4	10-10-26	Archivo PPT y registro de exposición ante el Equipo

PLAZO DE EJECUCION

El presente servicio tiene como plazo máximo de ejecución 4 meses, contados desde el día de la firma del contrato (según acuerden las partes).

ACCIONES

- 1- Participación en todas las actividades relevantes del PDT, registrando evidencia fotográfica y audiovisual profesional.
- 2- Gestión activa de las redes sociales institucionales del programa, con publicaciones periódicas que informen sobre avances, actividades, actores involucrados y resultados.
- 3- Diseño de piezas gráficas e infografías técnicas para difusión en redes sociales, página web y presentaciones.
- 4- Mantenimiento y actualización permanente de las redes sociales del PDT, incluyendo secciones de noticias, indicadores, documentos públicos y cápsulas audiovisuales.
- 5- Ejecución de campañas de publicidad digital pagada, orientadas a visibilizar el impacto territorial e institucional del programa.

La presente licitación una vez adjudicada y antes de iniciar su proceso debe acordar con el comité técnico los alcances a trabajar en el territorio en base a los TDR.

PAGO

El pago por el desarrollo del servicio tiene un valor total de (\$10.000.000 incluyen impuestos), los cuales se cancelarán de la siguiente manera:

Se efectuarán pagos mensuales desde iniciado la firma del contrato.

La empresa/consultor contratado deberá asumir todos los gastos de impuestos, pasajes, viáticos e imprevistos que surjan, para asegurar la correcta ejecución de la consultoría. La aprobación de los productos entregables será realizada por la Entidad Gestora Codesser, quien tendrá la recomendación de aprobación, aprobación con observaciones o rechazo por parte de Corfo, el jefe de proyecto u equipo técnico

OFERENTES

Los proponentes deberán contar con personal calificado y con experiencia de a lo menos 3 años. Además, deberán contar con equipos e infraestructura necesaria para garantizar la calidad y certeza en los resultados.

Podrán participar aquellas consultoras, instituciones como persona natural o jurídica que tributen en 1° o 2° categoría frente al Servicio de Impuestos Internos, y que presenten interés y respalden todos los antecedentes técnicos y administrativos requeridos en los presentes TDR.

PRESENTACION DE OFERTA

Las ofertas serán recibidas **hasta el lunes 27 de julio 2026, hasta las 12:00 hrs.**, vía correo electrónico dirigido a rocio.barbieri@codesser.cl

Las ofertas deberán contener los siguientes anexos:

- ANEXO A: Antecedentes del Oferente
- ANEXO B: Propuesta Técnica
- ANEXO C: Experiencia Profesional, CV de la empresa, CV de los profesionales en ambos casos se debe acreditar la experiencia en la materia.

La portada deberá contener la razón social de las entidades proponentes. Las actividades propuestas deben dar cuenta del trabajo en terreno con las empresas para el levantamiento de demanda.

RECEPCIÓN DE CONSULTAS

Los postulantes podrán formular consultas desde **lunes 20 hasta el viernes 24 de julio del 2026 hasta las 12:00 hrs.** al email: rocio.barbieri@codesser.cl. No se aceptarán consultas por otra vía o fuera del plazo descrito anteriormente.

Las aclaraciones serán contestadas al tercer día hábil siguiente a la recepción de la consulta, a través del mismo medio con copia a todos los invitados, para conocimiento de todos los postulantes, resguardando la identidad de los interesados que hubieren efectuado las consultas.

EVALUACIÓN DE LAS PROPUESTAS

Recibida todas las propuestas, CODESSER conformará un comité de evaluación donde se analizarán ofertas presentadas de acuerdo a los criterios de evaluación. Los proponentes que no presenten algunos de los documentos indicados, quedarán automáticamente fuera del proceso licitatorio.

La revisión de las propuestas se realizará el día **28 de julio 2026 a las 12:00 hrs.** Sólo después de haber pasado el proceso de revisión de los documentos legales se darán por admisibles, de lo contrario se rechazará la oferta. No obstante, CODESSER podrá solicitar aclaraciones a la documentación legal presentada, no permitiendo incorporar nueva documentación técnica.

CONTRATO

CODESSER podrá dar cierre anticipado a la consultoría si no se ejecuta de manera adecuada o no se cumple con la propuesta presentada. Aquellos profesionales que figuren en la propuesta del equipo de trabajo no podrán ser sustituidos por el consultor, salvo caso justificado, previo envío de carta de solicitud de cambio de profesional. El profesional saliente deberá ser reemplazado por otro que posea competencias técnicas y profesionales iguales o superiores al sustituido y deberá ser aprobado por el comité de evaluación.

El contrato se entenderá iniciado en la fecha que se indique en el contrato, habiendo sido acordada la fecha entre las partes. CODESSER podrá resolver administrativamente el contrato a que se refieren estas bases, sin perjuicio de establecerlas acciones judiciales que procedieren, en los siguientes casos:

- Quiebra o disolución de la sociedad o de cualquiera de las entidades asociadas con quien se ha contratado el programa.
- Incumplimiento por parte del Consultor de cualquiera de las obligaciones estipuladas en el contrato.

PROPIEDAD INTELECTUAL

La propiedad intelectual de todos los productos, bases de datos, encuestas, borradores, informes y en general todos los documentos que se generen con motivo de esta consultoría serán propiedad de CORFO y CODESSER, y no podrán ser utilizadas para ningún fin, sin antes solicitar el permiso correspondiente.

Todo material de apoyo que contenga logos corporativos de Corfo como invitaciones, presentaciones power point, manuales, carpetas, y otros, deberán ser validados previamente por CORFO.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

CRITERIO DE EVALUACIÓN	%
Calidad de la propuesta técnica: Detallar los gastos asociados al desarrollo de la actividad, incluyendo honorarios del Community Manager (con experiencia en programas de transformación productiva), costos de producción de material gráfico y audiovisual, y gastos de publicidad digital.	40%
Competencias y experiencia del equipo de profesionales	30%
Conocimiento experiencia de la consultora (al menos 3 años) en trabajos similares acreditando experiencia en comunicación sectorial, institucional y programas de transformación productiva.	30%

Cada factor será en una escala de notas de 1 a 4, conforme la ponderación recién señalada bajo la siguiente escala:

- 4: Muy bueno
- 3: Bueno
- 2: Suficiente
- 1: Insuficiente

La evaluación será realizada por el AOI Codesser y Equipo Técnico del programa

Queda expresamente indicado que una evaluación menor a 3, la propuesta de dicha consultora con esa evaluación será descartada inmediatamente.

RESULTADOS

Los resultados serán entregados a los postulantes el **29 de Julio 2026** mediante correo electrónico.

ANEXO A

IDENTIFICACIÓN DEL OFERENTE

1. Antecedentes del Oferente
 - Nombre completo persona natural o razón social proponente:
 - Nombre de fantasía (si lo tiene)
 - RUT del proponente
 - Nombre representante Legal
 - RUT representante legal
 - Teléfono contacto Representante legal
 - Nombre Jefe Proyecto
 - Rut Jefe Proyecto
 - Teléfono contacto jefe Proyecto
 - Dirección:
 - Ciudad:
 - Correo electrónico:
 - Firma representante legal:
2. Documentación legal de la entidad consultora
 - Escritura de la constitución de sociedad y sus modificaciones
 - certificado de vigencia con no más de 30 días de antigüedad.
 - poder de los representantes legales
 - fotocopia Rut de la empresa y sus representantes legales
 - F-30.

ANEXO B

Propuesta Técnica Oferente

1. Propuesta metodológica y técnica de acuerdo con los objetivos de la consultoría y productos entregables. Es importante considerar actividades por cada objetivo específico, descripción detallada (objetivo, acciones, horas, comprometidas, profesionales, etc) de cada una de las actividades y los medios de verificación.

Objetivo Específico asociado	Actividad	Descripción	Medio de Verificación

2. Programa de actividades basado en un cronograma tipo Gantt que refleje el plazo de ejecuciones de cada una de las actividades del programa.

ANEXO C

EXPERIENCIA DEL OFERENTE

NOMBRE OFERENTE	TRAYECTORIA EN LA MATERIA/AÑOS DE EXPERIENCIA (Descripción relevante relacionada con el rubro de la licitación y sus temas afines, experiencia en el territorio con instituciones, productores y empresas).

EXPERIENCIA DETALLADA DEL OFERENTE ÚLTIMOS 5 AÑOS

Nombre Cliente	Nombre Programa	Fecha de Ejecución	Nombre Contacto	Fono o Correo Electrónico

PROPUESTA DEL EQUIPO DE TRABAJO

Nº	NOMBRE	PROFESIÓN	ACTIVIDADES DESTINADAS A LA CONSULTORÍA
1			
2			
3			
4			

ADJUNTAR CURRICULUM VITAE DEL/LOS PROFESIONALES (MÁXIMO 3 HOJAS FORMATO LIBRE)

(Debe incluir copia simple certificado título, de cursos, postgrado,etc)