

TÉRMINOS DE REFERENCIA

DISEÑO Y EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE CAPACITACIONES TERRITORIALES DE LA PROVINCIA DE MELIPILLA

Formación empresarial, diseño de experiencias y preparación comercial

Programa	Programa Territorial Integrado (PTI) Turismo Rural de la Provincia de Melipilla
Código	24PTI-273122-2
Región	Región Metropolitana de Santiago
Comunas	Alhué, Curacaví, María Pinto, Melipilla y San Pedro
Entidad administradora	Corporación de Desarrollo Social del Sector Rural (CODESSER)
Fecha	Agosto de 2026

1. IDENTIFICACIÓN DEL LLAMADO

Nombre de la contratación	Diseño y ejecución del Programa de Capacitaciones Territoriales de la Provincia de Melipilla
Objeto	Diseñar y ejecutar un plan de capacitaciones territoriales con una base formativa común para empresas, emprendimientos y funcionarios/as municipales, orientada a equiparar conocimientos en gestión empresarial de experiencias turísticas y a aplicar los aprendizajes en el mejoramiento de negocios y en la articulación de la oferta mediante tours, circuitos o experiencias integradas.
Cobertura	Cinco comunas de la Provincia de Melipilla, organizadas en tres macrozonas territoriales.
Participantes	Al menos 60 personas inscritas: 50 cupos para personas propietarias, administradoras, representantes o trabajadoras de empresas y emprendimientos turísticos, y hasta 10 cupos reservados para funcionarios/as municipales vinculados a turismo, desarrollo económico local o fomento productivo.
Meta de certificación	Al menos 50 participantes certificados.
Carga horaria	30 horas cronológicas certificables por participante.
Inicio estimado	01 de septiembre de 2026, sujeto a la total tramitación del contrato.
Cierre técnico	18 de diciembre de 2026.
Hito comercial asociado	Evento Viraliza segunda quincena de noviembre
Presupuesto estimado	\$14.000.000 (catorce millones de pesos), impuestos incluidos.

2. OBJETO Y ALCANCE DE LA CONTRATACIÓN

El presente documento establece las condiciones técnicas para contratar a una institución especializada que diseñe, ejecute, acompañe y certifique el Programa de Capacitaciones Territoriales de la Provincia de Melipilla, a partir de las brechas previamente levantadas por el PTI. El Programa deberá entregar una base formativa común a empresas, emprendimientos y funcionarios/as municipales, orientada a equiparar conocimientos en gestión empresarial, hospitalidad, comercialización y diseño de experiencias turísticas. La formación deberá permitir que las empresas mejoren y comercialicen su oferta y que los equipos municipales comprendan las necesidades de los negocios turísticos, apoyen su articulación y contribuyan a la construcción de tours y propuestas integradas de carácter comunal o intercomunal.

El programa estará enfocado en abordar áreas críticas detectadas en cada territorio, con enfoque de género, sostenibilidad y pertinencia territorial, tales como gestión empresarial, propuesta de valor, costos y precios, hospitalidad, calidad de servicio y experiencia del visitante, formalización, seguridad, diseño de experiencias, marketing digital, promoción y comercialización. Los contenidos centrales serán comunes para empresas, emprendimientos y funcionarios/as municipales, de manera de generar un lenguaje compartido y una comprensión práctica del funcionamiento de las experiencias turísticas. La diferenciación se concentrará principalmente en la aplicación de los ejercicios y productos finales: las empresas trabajarán sobre su propia oferta y los equipos municipales sobre la articulación de empresas, atractivos y servicios mediante propuestas de tours, circuitos o experiencias integradas.

La contratación comprende el diseño instruccional, convocatoria e inscripción, levantamiento de línea base diferenciada por perfil, ejecución de jornadas presenciales y sesiones virtuales, acompañamiento y revisión técnica de productos aplicados, evaluación de aprendizajes, certificación, sistematización y entrega de un repositorio final con todos los verificadores.

3. ANTECEDENTES DEL PROGRAMA TERRITORIAL INTEGRADO

3.1 Descripción del PTI

El Programa Territorial Integrado (PTI) Turismo Rural de la Provincia de Melipilla es una iniciativa impulsada por CORFO Región Metropolitana y administrada por CODESSER. Su ámbito de intervención comprende las comunas de Alhué, Curacaví, María Pinto, Melipilla y San Pedro, territorio caracterizado por una fuerte identidad rural, campesina y productiva, así como por una oferta emergente de turismo rural, enoturismo, gastronomía local, artesanía, naturaleza y actividades recreativas de proximidad.

La provincia posee una localización estratégica respecto de Santiago y de las regiones de Valparaíso y O'Higgins, lo que genera oportunidades para desarrollar experiencias de corta estadía y excursiones de proximidad. Su valor turístico se vincula menos a atractivos icónicos aislados y más a la articulación de atributos territoriales, tales como la cultura campesina, el patrimonio productivo, la greda de Pomaire, la vitivinicultura, la chicha, la apicultura, la producción agrícola, la gastronomía tradicional, los bosques y paisajes rurales, y las historias de sus comunidades.

3.2 Brechas que aborda el PTI

Falta de articulación y asociatividad

Existe una débil coordinación entre empresas, gremios, municipios e instituciones públicas, ausencia de una visión compartida del destino y escasa colaboración entre prestadores turísticos. Esto dificulta el desarrollo de iniciativas conjuntas y los encadenamientos productivos.

Limitada capacidad de prestación y profesionalización de los servicios turísticos

Se identifican brechas en la calidad de los servicios y una insuficiente formación del capital humano, principalmente en: gestión empresarial; hospitalidad y atención al visitante; calidad de servicio; experiencia de usuario; marketing digital; idiomas; sostenibilidad y enfoque de género.

Débil desarrollo de experiencias y productos turísticos integrados

Los recursos naturales, culturales, campesinos, productivos y enoturísticos aún presentan una baja puesta en valor. Existen pocas experiencias integradas, diferenciadas y comercializables que combinen atractivos, servicios y actividades complementarias.

Bajo nivel de promoción y comercialización

La oferta turística provincial tiene baja visibilidad y posicionamiento, escasa articulación con canales comerciales y tour operadores, débil uso de herramientas digitales y ausencia histórica de una marca y relato territorial compartido.

3.3 Objetivo general del PTI

Consolidar a la Provincia de Melipilla como un destino competitivo de turismo rural y enoturismo, mediante la articulación efectiva entre actores públicos y privados, el fortalecimiento de las capacidades del sector turístico y el desarrollo de una oferta integrada, diferenciada y con identidad territorial, orientada principalmente al mercado nacional y de proximidad.

3.4 Relación del Programa con el plan de trabajo

El Programa corresponde a una acción prioritaria del primer año de ejecución del PTI. Se articula con otras iniciativas, especialmente la consultoría de marca destino y relatos comerciales, la gobernanza territorial, el fortalecimiento de la oferta de turismo rural y enoturística y el evento Viraliza. Su propósito es generar una base común de conocimientos en gestión empresarial de experiencias turísticas para empresas, emprendimientos y equipos municipales. Esto permitirá mejorar la oferta individual y, al mismo tiempo, fortalecer la capacidad de los municipios para reconocer oportunidades de complementariedad y apoyar la articulación de la oferta a través de tours, circuitos y experiencias integradas.

4. OBJETIVOS DEL PROGRAMA DE CAPACITACIONES

4.1 Objetivo general

Fortalecer las capacidades empresariales, comerciales y turísticas de empresas, emprendimientos y equipos municipales de la Provincia de Melipilla mediante un proceso formativo híbrido, certificado y aplicado, que equipare conocimientos básicos en gestión empresarial de experiencias turísticas, mejore la calidad y comercialización de la oferta y fortalezca la articulación territorial mediante el diseño preliminar de tours, circuitos y experiencias integradas.

4.2 Objetivos específicos

- Fortalecer capacidades prácticas en hospitalidad, formalización, seguridad, comercialización, comunicación digital y diseño de experiencias turísticas.
- Apoyar el ordenamiento y mejora de la oferta, definiendo público objetivo, propuesta de valor, precios o rangos de referencia, capacidad, condiciones de reserva y canales de contacto.
- Diseñar y comunicar productos y experiencias turísticas comercializables, incorporando atributos territoriales y elaborando fichas comerciales, fichas de experiencia y pitch para Viraliza.
- Promover la articulación empresarial, identificando complementariedades, oportunidades de recomendación cruzada y posibles colaboraciones entre empresas del territorio.
- Fortalecer conocimientos turísticos básicos y herramientas prácticas en funcionarios/as municipales, de manera que puedan comprender la cadena de valor, reconocer brechas de los emprendimientos, entregar una primera orientación y facilitar su vinculación con programas, instituciones y redes de apoyo.

5. PÚBLICO OBJETIVO, COBERTURA Y APLICACIÓN SEGÚN PERFIL

El servicio estará dirigido a dos perfiles de participantes: (i) personas propietarias, administradoras, representantes o trabajadoras de empresas y emprendimientos vinculados a la cadena de valor turística provincial; y (ii) funcionarios/as municipales que desempeñen funciones en turismo, desarrollo económico local, fomento productivo, cultura, patrimonio u otras áreas relacionadas con el acompañamiento a emprendimientos y el desarrollo turístico comunal. En el caso de las empresas y emprendimientos, se consideran los siguientes rubros:

- Gastronomía, cafeterías y producción agroalimentaria vinculada al turismo.
- Alojamiento turístico.
- Turismo rural, agroturismo y experiencias productivas.
- Guiados, tours, actividades recreativas, turismo de naturaleza, aventura y cabalgatas.
- Artesanía y productos locales.
- Servicios culturales, patrimoniales y comunitarios.
- Transporte, agencias, tour operación y servicios complementarios.

Del total de 60 participantes, se reservarán hasta 10 cupos para funcionarios/as municipales de las cinco comunas, con una distribución referencial de hasta dos cupos por municipio. Los 50 cupos restantes estarán destinados a empresas y emprendimientos turísticos. La selección de funcionarios/as será coordinada y validada por el PTI con cada municipio, priorizando perfiles con funciones directamente relacionadas con turismo, fomento productivo o atención a emprendedores.

En caso de que no se utilice la totalidad de los cupos municipales, éstos podrán ser reasignados a empresas o emprendimientos turísticos, con el propósito de asegurar una cobertura mínima de 60 participantes. Se espera contar con al menos 60 personas seleccionadas, confirmadas e incorporadas al proceso formativo.

La metodología deberá reconocer los distintos niveles de conocimiento y experiencia de las personas participantes, manteniendo una estructura formativa común para empresas, emprendimientos y funcionarios/as

municipales. Todos los perfiles deberán acceder a los mismos contenidos fundamentales de gestión empresarial de experiencias turísticas. Los ejercicios y productos se aplicarán de acuerdo con el rol de cada participante: las empresas trabajarán sobre su negocio y los equipos municipales aplicarán los aprendizajes a la articulación de la oferta turística territorial.

Aplicación	Orientación dentro de la formación común
Aplicación empresarial inicial	Para emprendimientos iniciales o con oferta aún no consolidada. Aplicarán los contenidos comunes para ordenar su propuesta de valor, gestión, operación y comercialización.
Aplicación empresarial avanzada	Para empresas con oferta operativa. Aplicarán los contenidos comunes para mejorar experiencias, precios, comercialización, relato y articulación con otras empresas.
Aplicación municipal territorial	Para funcionarios/as municipales. Aplicarán los mismos contenidos de gestión empresarial de experiencias turísticas para diagnosticar y articular empresas, atractivos y servicios mediante tours, circuitos o experiencias integradas.

Para efectos de acompañamiento, evaluación y revisión, cada participante deberá desarrollar dos productos integrados. Las empresas y emprendimientos aplicarán los contenidos a su propio negocio, mientras que los funcionarios/as municipales desarrollarán ejercicios de articulación de la oferta a partir de empresas, atractivos y servicios de su comuna o macrozona. Cuando participen dos personas de una misma empresa o municipio, podrán utilizar una base común de información, pero cada persona deberá cumplir individualmente con las tareas, entregas, asistencia y requisitos de certificación.

6. Capacidades esperadas al finalizar el Programa

Al finalizar el Programa, se espera que todas las personas participantes hayan fortalecido una base común de conocimientos prácticos en gestión empresarial de experiencias turísticas. Esto comprende la capacidad de analizar una propuesta de valor, reconocer públicos objetivos, comprender costos y precios, ordenar condiciones de operación y venta, mejorar la hospitalidad, identificar exigencias básicas de formalización y seguridad, utilizar canales de promoción y comercialización y diseñar experiencias centradas en el visitante.

El proceso formativo buscará que las personas participantes no solo incorporen conocimientos, sino que puedan aplicarlos en situaciones reales. Las empresas y emprendimientos utilizarán las herramientas para ordenar, mejorar y comercializar su oferta. Los funcionarios/as municipales utilizarán la misma base de conocimientos para comprender el funcionamiento de los negocios turísticos, identificar complementariedades y articular empresas, atractivos y servicios en propuestas preliminares de tours, circuitos o experiencias integradas.

Las capacidades descritas a continuación representan los principales resultados que se espera alcanzar mediante las sesiones formativas, el trabajo aplicado, la revisión técnica de productos y la preparación para participar en espacios de vinculación y comercialización, especialmente en el evento Viraliza.

- Aplicar principios básicos de hospitalidad en los distintos momentos de contacto con visitantes.
- Identificar brechas prioritarias de formalización, seguridad y calidad, definiendo acciones realistas de mejora.
- Ordenar la oferta comercial de su empresa y comunicar de forma clara.
- Gestionar un canal digital prioritario para responder consultas y favorecer reservas o ventas.
- Diseñar o mejorar una experiencia turística considerando secuencia, duración, participación del visitante y condiciones de operación.
- Preparar una ficha comercial, una ficha de experiencia y un pitch de 90 segundos.
- Identificar complementariedades con otras empresas y oportunidades de recomendación cruzada.
- Registrar y dar seguimiento básico a contactos y acuerdos generados en Viraliza.

- Comprender conceptos básicos de turismo, turismo rural, enoturismo, experiencia turística y cadena de valor.
- Reconocer brechas frecuentes de formalización, calidad, comercialización y diseño de experiencias en emprendimientos locales.
- Orientar y derivar a emprendimientos hacia instituciones, instrumentos de fomento, registros y redes de apoyo pertinentes.
- Identificar oportunidades de articulación entre empresas, municipios y actores del ecosistema turístico provincial.

7. MODALIDAD, CARGA HORARIA Y CERTIFICACIÓN

Componente	Cantidad	Horas	Observación
Jornada presencial inicial	1	4	Jornada territorial de diagnóstico, propuesta de valor y ruta de mejora.
Sesiones virtuales sincrónicas	5	10	Dos horas por sesión. Deberán quedar grabadas.
Clínica comercial virtual integrada	1	2	Una clínica práctica de dos horas para revisar la carpeta comercial, la experiencia, el relato y el pitch.
Jornada presencial final	1	5	Laboratorio comercial, articulación y simulación de rueda de negocios.
Trabajo individual aplicado	2 productos integrados	7	Desarrollo, ajuste y versión final de los dos productos integrados por participante.
Tareas aplicadas de los módulos	Ejercicios breves	2	Tiempo autónomo destinado a completar tareas, ejercicios y avances solicitados en las sesiones virtuales.

TOTAL CERTIFICABLE: 30 HORAS CRONOLÓGICAS

*La clínica comercial es una instancia práctica de acompañamiento y revisión, no una clase teórica adicional. Su objetivo es que las personas participantes trabajen sobre sus propios productos comerciales, reciban retroalimentación y lleguen mejor preparadas a la jornada final y al evento Viraliza.

El Programa tendrá una carga total de 30 horas cronológicas certificables por participante, compuesta por 21 horas sincrónicas —presenciales y virtuales— y 9 horas de trabajo autónomo aplicado. Estas 9 horas deberán destinarse al desarrollo y ajuste de los dos productos integrados, además de las tareas y ejercicios solicitados en cada módulo. La institución adjudicataria deberá planificar, comunicar y verificar esta dedicación mediante instrucciones claras, plazos de entrega y registros simples de cumplimiento. Deberá emitir un certificado institucional individual, físico y/o digital, únicamente a quienes cumplan íntegramente los requisitos de asistencia, participación, entrega y aprobación establecidos en la sección 13.

8. ESTRUCTURA FORMATIVA REFERENCIAL

8.1 Jornada presencial inicial: diagnóstico y ordenamiento de la oferta

Duración: 4 horas cronológicas. Se replicará en tres territorios o macrozonas: (i) Melipilla-María Pinto; (ii) Curacaví; y (iii) Alhué-San Pedro. Propuesta **referencial** de la primera jornada presencial:

Bloque	Contenido	Duración
Bienvenida y ruta de aprendizaje	Objetivos, calendario, certificación y productos finales.	30 min
Actores y oferta del destino	Presentación de empresas y funcionarios/as municipales, roles, oferta existente y complementariedades.	45 min
Diagnóstico práctico	Revisión de propuesta de valor, público objetivo, gestión, operación, formalización y comercialización de experiencias.	45 min
Propuesta de valor turística	Qué se ofrece, para quién, qué necesidad resuelve, qué diferencia la experiencia y cómo se comunica.	1 h
Mapa de la experiencia y articulación	Análisis del antes, durante y después de la visita e identificación de conexiones posibles entre empresas, atractivos y servicios.	45 min
Ruta de mejora y desafío aplicado	Priorización de acciones y definición del negocio o propuesta de tour sobre la cual se trabajará.	15 min

Producto inicial según aplicación: diagnóstico y hoja de ruta de mejora empresarial o identificación de oportunidades para un tour o circuito territorial.

8.2 Cinco sesiones virtuales sincrónicas

Nº	Sesión	Contenidos centrales	Producto aplicado
1	Hospitalidad y experiencia del visitante	Momentos de contacto, atención antes-durante-después, consultas, reclamos e imprevistos.	Aplicación común: protocolo de hospitalidad para una experiencia. Empresas: aplicado al negocio propio. Municipios: aplicado a las empresas y servicios que integrarán un tour o circuito.
2	Formalización, seguridad y estándares mínimos.	Formalización tributaria, permisos, registro turístico, deber de información, reservas, cancelaciones y riesgos críticos.	Aplicación común: checklist y plan básico de mejora. Empresas: para su operación. Municipios: revisión de requisitos y riesgos de los componentes de un tour o circuito.
3	Ordenamiento comercial, condiciones de venta y reservas	Oferta, público objetivo, capacidad, disponibilidad, costos, precio o rango, pagos, reservas y comisiones.	Aplicación común: ficha comercial con público objetivo, capacidad, precio o rango, pagos, reservas y comisiones. Municipios: consolidación referencial de esta información para el tour o circuito.
4	Comunicación y canales digitales para vender	Canal prioritario, información mínima, respuestas comerciales, fotografías, textos y calendario básico.	Aplicación común: mejora de canal, textos y respuestas comerciales. Municipios: propuesta de comunicación y promoción del tour o circuito articulado.
5	Diseño de experiencias, relato y pitch	Secuencia, participación del visitante, momento memorable, duración, capacidad, atributos territoriales y pitch.	Aplicación común: ficha de experiencia, relato y pitch. Empresas: experiencia propia. Municipios: propuesta preliminar de tour, circuito o experiencia integrada.

Las sesiones deberán ser interactivas, grabadas y acompañadas de material descargable, plantillas breves y ejemplos pertinentes a los rubros y funciones de los participantes. La adjudicataria deberá diferenciar ejercicios y productos para empresas y funcionarios/as municipales, manteniendo espacios comunes que favorezcan la comprensión mutua, la articulación y el trabajo territorial. Las personas podrán revisar las grabaciones, pero deberán cumplir igualmente con las entregas y requisitos de certificación.

8.3 Clínica comercial virtual integrada o taller de preparación comercial

Es una sesión práctica de dos horas en la que las personas participantes revisarán y mejorarán sus productos aplicados utilizando una pauta común de gestión y comercialización de experiencias turísticas. Las empresas trabajarán su carpeta comercial, experiencia, relato y pitch. Los funcionarios/as municipales revisarán la coherencia, operación y propuesta de valor de los tours o circuitos elaborados a partir de la oferta territorial. Antes de la sesión deberán enviar sus avances y durante la clínica se favorecerá el trabajo conjunto entre empresas y municipios. Clínica integrada (2 horas): revisión de propuesta de valor, público objetivo, precios o rangos, capacidad, reservas, relato y condiciones de operación. Para empresas, se aplicará a la carpeta comercial y experiencia propia; para equipos municipales, a una propuesta de tour, circuito o experiencia integrada. La instancia incluirá trabajo en grupos, retroalimentación práctica, validación de complementariedades y orientaciones para la jornada presencial final.

8.4 Jornada presencial final: laboratorio comercial

Duración: 5 horas cronológicas aproximadamente. Se ejecutará en las tres macrozonas y estará orientada al ajuste final de productos según perfil, la articulación entre empresas y municipios, la recomendación cruzada, la preparación comercial de las empresas y la definición de acciones municipales de apoyo a emprendimientos.

Bloque	Actividad	Duración
Activación	Síntesis de avances y organización de grupos.	20 min
Mesa de revisión	Ajuste final de carpetas comerciales y propuestas de tours o circuitos.	1 h
Articulación territorial	Validación de complementariedades, recomendación cruzada y coordinación entre empresas y municipios.	1 h
Pausa	Coffee break.	20 min
Taller de pitch y relato	Empresas presentan su experiencia; municipios presentan el tour o circuito articulado.	1 h
Simulación comercial	Reuniones breves con empresas, municipios, compradores, aliados e instituciones de apoyo.	1 h
Plan de seguimiento	Acuerdos, responsables, validaciones pendientes y próximos pasos.	20 min

9. PRODUCTOS APLICADOS Y ACOMPAÑAMIENTO

9.1 Productos integradores obligatorios

Producto integrado 1. Diagnóstico de gestión empresarial y oportunidades de articulación. Para empresas y emprendimientos: documento breve que integre brechas prioritarias de propuesta de valor, hospitalidad, formalización, seguridad, calidad, comunicación y comercialización, junto con tres acciones realistas de mejora. Para funcionarios/as municipales: diagnóstico de la oferta turística de su comuna o macrozona, identificando empresas, atractivos, servicios complementarios, brechas de gestión y oportunidades de vinculación para conformar tours, circuitos o experiencias integradas.

Producto integrado 2. Desarrollo de oferta turística aplicable. Para empresas y emprendimientos: carpeta comercial que incluya ficha comercial, ficha de experiencia turística y pitch de hasta 90 segundos. Para funcionarios/as municipales: propuesta preliminar de tour, circuito o experiencia integrada, que incluya concepto, público objetivo, empresas y atractivos participantes, itinerario, duración, capacidad, servicios incluidos, condiciones básicas de operación, rango de precio referencial, canales de promoción o comercialización y próximos pasos para su validación con los actores involucrados.

9.2 Evaluación, retroalimentación y control de calidad

Cada participante deberá recibir evaluación y retroalimentación sobre los dos productos integrados desarrollados durante el Programa. La revisión podrá realizarse mediante mecanismos individuales, grupales o combinados, tales como clínicas prácticas, mesas de trabajo, revisión entre pares, retroalimentación de relatores y aplicación de pautas de evaluación.

La institución adjudicataria deberá aplicar pautas simples, formativas y verificables, previamente acordadas con el equipo gestor del PTI, que permitan evaluar la comprensión y aplicación de los contenidos del Programa.

Sin perjuicio de que la retroalimentación pueda desarrollarse de manera grupal, la institución deberá mantener un registro individual del estado de cada participante, indicando:

- productos entregados;
- nivel de cumplimiento;
- principales observaciones;
- ajustes solicitados;
- estado final de aprobación.

La revisión deberá considerar un borrador o avance, una instancia de retroalimentación y una versión final o ajustada de los productos. El equipo profesional deberá implementar un mecanismo interno de coordinación y control de calidad para asegurar criterios comunes de evaluación.

10. METODOLOGÍA ESPERADA Y COORDINACIÓN

La propuesta metodológica deberá responder a las características del territorio y a la diversidad de empresas, emprendimientos y funcionarios/as municipales participantes. Se espera un enfoque práctico, flexible y aplicado, con contenidos comunes que equiparen conocimientos en gestión empresarial de experiencias turísticas y permitan que todas las personas comprendan cómo se diseña, opera, presenta y comercializa una experiencia.

La institución adjudicataria deberá combinar explicación, demostración, trabajo individual y colaborativo, asegurando que los aprendizajes se traduzcan en herramientas concretas. Las actividades formativas deberán ser comunes para todos los perfiles y promover un lenguaje compartido. La aplicación se realizará sobre el negocio propio en el caso de las empresas y sobre la articulación de oferta mediante tours o circuitos en el caso de los funcionarios/as municipales.

Para ello, la propuesta deberá considerar los siguientes lineamientos metodológicos y de coordinación:

- Aprendizaje basado en problemas y aplicación al negocio o función municipal real.
- Lenguaje claro, herramientas simples y productos breves.
- Ejemplos vinculados al turismo rural, enoturismo, gastronomía, alojamiento, artesanía, naturaleza, cultura y productos locales.
- Diferenciación de orientaciones según perfil, rubro, función y nivel de conocimiento o madurez.
- Equilibrio entre exposición, ejercicios, revisión técnica y trabajo colaborativo.
- Seguimiento de asistencia, participación, entrega de productos y progreso.
- Perspectiva de sostenibilidad, género, inclusión y pertinencia territorial.
- Coordinación con la consultoría de marca destino y relatos comerciales del PTI.
- Articulación práctica entre empresas y municipios para mejorar la orientación, coordinación y derivación territorial.

Si el relato territorial definitivo no se encuentra validado al momento de la sesión correspondiente, la adjudicataria trabajará con atributos preliminares entregados por el PTI. Los productos deberán ajustarse posteriormente mediante una plantilla simplificada, sin repetir la sesión.

10.1 Instancias mínimas de coordinación

La ejecución del Programa requerirá una coordinación permanente con la contraparte técnica y los actores vinculados al PTI, con el fin de validar contenidos, organizar las actividades y asegurar el cumplimiento oportuno de los resultados.

- Reunión inicial de ajuste metodológico con la contraparte técnica del PTI.
- Reuniones semanales durante las etapas de convocatoria, inicio y cierre; y al menos quincenales durante la ejecución regular.
- Validación previa de instrumentos, materiales, calendarios, relatorías y piezas de convocatoria.
- Coordinación con el equipo PTI, municipios, gremios y otras consultorías cuando corresponda.
- Presentación de cierre y entrega formal de resultados ante la contraparte técnica o el comité ejecutivo.

11. CONVOCATORIA, INSCRIPCIÓN Y APOYO DEL PTI

La adjudicataria deberá diseñar y administrar el proceso de inscripción, confirmación, segmentación y seguimiento de participantes, distinguiendo los cupos empresariales y municipales. El formulario deberá incorporar una línea base común sobre conocimientos de gestión empresarial de experiencias turísticas, incluyendo propuesta de valor, público objetivo, costos y precios, hospitalidad, formalización, comercialización y diseño de experiencias. Podrá agregar preguntas específicas según perfil para conocer la oferta empresarial o las capacidades municipales de articulación turística.

El equipo PTI apoyará la difusión institucional, la coordinación con municipios, gremios y actores territoriales, la gestión de espacios gratuitos o de bajo costo, la entrega de antecedentes territoriales y la priorización o validación técnica de participantes. La designación de los hasta 10 cupos municipales será coordinada directamente por el PTI con los cinco municipios. Este apoyo no exime a la adjudicataria de contar con alternativas operativas para asegurar el cumplimiento del servicio.

12. PRODUCTOS MÍNIMOS DEL SERVICIO

1. Plan de trabajo, metodología detallada y carta Gantt ajustada.
2. Plan de difusión, convocatoria, inscripción, confirmación y seguimiento.
3. Instrumento de diagnóstico inicial sobre gestión empresarial de experiencias turísticas, con preguntas complementarias según perfil.
4. Diseño instruccional completo del Programa.
5. Ejecución de tres jornadas presenciales territoriales de inicio.
6. Ejecución y grabación de cinco sesiones virtuales.
7. Ejecución de una clínica comercial virtual integrada.
8. Ejecución de tres jornadas presenciales territoriales finales.
9. Materiales de estudio, presentaciones, guías y plantillas editables.
10. Registro de asistencia, participación y entrega de trabajos.
11. Evaluación y retroalimentación de los dos productos integrados de cada participante mediante pautas simples y registros individuales, pudiendo utilizar mecanismos individuales, grupales o combinados.
12. Dos productos integrados por participante, conforme a su aplicación empresarial o municipal territorial.
13. Directorio de participantes, mapa de complementariedades y registro de propuestas de tours, circuitos o experiencias integradas elaboradas durante el Programa.

14. Encuesta de satisfacción y levantamiento de necesidades futuras para los participantes.
15. Certificados institucionales individuales para quienes aprueben.
16. Informe final con resultados, indicadores, verificadores y recomendaciones de acciones para mejorar la incorporación de la oferta en la cadena de valor del turismo.
17. Repositorio digital con grabaciones, materiales, fotografías, bases de datos y productos finales.

13. REQUISITOS DE CERTIFICACIÓN

La aprobación y certificación de las personas participantes será abordada de manera conjunta entre el equipo gestor del PTI y la institución académica adjudicataria.

Ambas partes deberán definir y acordar previamente los criterios de aprobación, considerando, al menos:

- Porcentaje mínimo de asistencia.
- Participación en las sesiones virtuales.
- Asistencia a las jornadas presenciales de inicio y cierre.
- Entrega de trabajos, ejercicios y de los dos productos integrados.
- Nivel mínimo de cumplimiento de los productos.
- Mecanismos de recuperación en casos justificados.
- Forma de registro y acreditación del cumplimiento.

La evaluación de los productos se realizará mediante pautas simples, formativas y adecuadas al perfil de las personas participantes. Las pautas podrán considerar niveles de logro tales como logrado, en proceso y no logrado, u otra escala equivalente acordada entre las partes.

La revisión y retroalimentación podrá realizarse mediante mecanismos individuales, grupales o combinados. Sin perjuicio de ello, la institución académica deberá mantener un registro individual actualizado de asistencia, participación, entrega de trabajos, evaluación de productos, observaciones, ajustes solicitados y estado final de aprobación.

Los criterios deberán ser claros, verificables y comunicados oportunamente a las personas participantes antes del inicio del proceso formativo.

La nómina final de personas aprobadas y certificadas deberá ser revisada y validada conjuntamente entre el equipo gestor del PTI y la institución académica antes de la emisión de los certificados.

14. PERFIL Y REQUISITOS DEL OFERENTE

Podrán postular personas jurídicas que correspondan a universidades, institutos profesionales, centros de formación técnica reconocidos legalmente, organismos técnicos de capacitación con registro vigente, o consorcios entre instituciones, siempre que una entidad asuma la responsabilidad contractual y académica y cuente con capacidad formal para emitir certificados verificables.

- La institución deberá acreditar al menos cuatro experiencias comprobables en capacitación, asistencia técnica o fortalecimiento empresarial. Al menos dos de estas experiencias deberán estar vinculadas con turismo, desarrollo territorial, comercialización, diseño de experiencias, micro y pequeñas empresas o fortalecimiento de capacidades en instituciones públicas o municipios.
- Capacidad administrativa y académica para registrar asistencia, evaluar aprendizajes y emitir certificados verificables.
- Equipo suficiente para facilitar jornadas presenciales y desarrollar grupos o mesas paralelas.

- Plataforma tecnológica o solución equivalente para sesiones virtuales, grabaciones y materiales. Se sugiere el uso de Zoom.

15. EQUIPO PROFESIONAL MÍNIMO

Perfil	Requisitos mínimos	Funciones principales
Jefatura de proyecto	Profesional con al menos 5 años de experiencia en programas formativos, turismo o desarrollo productivo.	Coordinación general, relación con contraparte, control de calidad y cumplimiento.
Especialista en turismo y diseño de experiencias	Formación profesional y al menos 5 años de experiencia pertinente.	Sesión de experiencias, conceptos turísticos básicos, relato, articulación público-privada y productos aplicados.
Especialista comercial y marketing digital	Al menos 3 años de experiencia en ventas, canales digitales, precios o comercialización de servicios.	Sesiones comerciales, ficha, canales, pitch y preparación de rueda.
Especialista en normativa, formalización y calidad	Conocimiento demostrable de normativa aplicable a servicios turísticos y pequeñas empresas.	Orientación normativa, checklist y derivación de casos especializados.
Facilitadores/as territoriales	Al menos 2 experiencias en capacitación de adultos y facilitación de grupos.	Mesas prácticas, apoyo diferenciado a empresas y funcionarios/as municipales y revisión entre pares.
Equipo de evaluación y revisión	Al menos dos profesionales con experiencia pertinente, idealmente integrantes del equipo formativo.	Diseño y aplicación de pautas; evaluación de productos; facilitación de clínicas o mesas grupales; registro individual de resultados; coordinación de criterios y control de calidad.

En cada jornada presencial deberá participar al menos un relator principal y un facilitador por cada grupo de hasta seis participantes. La adjudicataria deberá ajustar la dotación de facilitadores a la asistencia efectiva y a la necesidad de trabajar en mesas paralelas.

16. CRONOGRAMA REFERENCIAL DE EJECUCIÓN

Período	Actividad
01-07 septiembre	Ajuste metodológico, coordinación con la contraparte técnica, validación del plan de trabajo.
01-11 septiembre	Difusión, inscripción, contacto con municipios y gremios, confirmación preliminar y organización territorial.
14-18 septiembre	Sin actividades formativas por Fiestas Patrias. Se podrá mantener únicamente gestión interna de inscripciones y coordinación.

21-25 septiembre	Confirmación final, cierre de línea base y ejecución de las jornadas presenciales iniciales en las tres macrozonas.
28 septiembre-2 octubre	Sesión virtual 1.
5-9 octubre	Sesión virtual 2.
12-16 octubre	Sesión virtual 3 e inicio de revisión progresiva del Producto integrado 1.
19-23 octubre	Sesión virtual 4, entrega del Producto integrado 1 e inicio del Producto integrado 2.
26-30 octubre	Sesión virtual 5 y clínica comercial integrada.
2-6 noviembre	Jornadas presenciales finales en las tres macrozonas, articulación de la oferta, ensayo de pitch y ajuste de productos.
9-13 noviembre	Entrega de versiones finales, recuperaciones excepcionales, validación conjunta de participantes aprobados y preparación de certificados.
Tercera semana de noviembre	Viraliza, entrega de certificados y rueda de negocios.
23 noviembre-11 diciembre	Informe final y repositorio.

17. PRESUPUESTO ESTIMADO, LOGÍSTICA Y COSTOS OPERATIVOS

Alcances de presupuesto

El presupuesto máximo estimado para la contratación es de \$14.000.000 (catorce millones de pesos), impuestos incluidos. La propuesta económica deberá cubrir la totalidad de los recursos humanos, académicos, técnicos, administrativos y operativos necesarios para cumplir los productos mínimos, incluyendo los traslados territoriales de participantes establecidos en estos Términos de Referencia. Las ofertas que superen este monto quedarán fuera del proceso de evaluación. Se presenta un presupuesto sugerido; el postulante deberá incorporar todos los gastos considerados en el siguiente presupuesto:

Ítem general	Servicios considerados	Valor referencial
Diseño metodológico y coordinación	Ajuste metodológico, diseño instruccional, planificación, reuniones de coordinación, seguimiento de participantes y control general del servicio.	\$2.000.000
Relatorías virtuales	Preparación y ejecución de cinco sesiones virtuales, elaboración de ejercicios, plantillas, materiales y resolución de consultas.	\$1.000.000
Plataforma y materiales digitales	Plataforma virtual, grabación de sesiones, presentaciones, guías, plantillas y soporte técnico.	\$200.000
Facilitación de jornadas presenciales	Relatores y facilitadores para seis jornadas territoriales, considerando trabajo práctico en grupos pequeños.	\$2.000.000
Arriendo o habilitación de espacios	Valor referencial para seis jornadas. Puede reducirse si el PTI, municipios o empresas facilitan espacios.	\$600.000
Coffee break	Alimentación para aproximadamente 60 participantes en dos jornadas presenciales por persona, equivalente a unas 120 raciones.	\$1.200.000
Traslados del equipo profesional	Combustible, peajes y movilización para las seis jornadas territoriales.	\$300.000
Clínica comercial virtual integrada	Preparación y ejecución de una clínica de dos horas para revisar carpeta comercial, experiencia, relato y pitch.	\$400.000
Evaluación y retroalimentación de productos	Aplicación de pautas, retroalimentación individual, grupal o combinada, registro de resultados y revisión de las versiones finales de los dos productos integrados.	\$1.000.000
Sistematización e informe final	Informes de avance y final, indicadores, nómina de participantes, certificados, verificadores y repositorio.	\$1.000.000
Merchandising e impresiones	60 bolsas de tela, 60 libretas, 60 lápices o similares, impresión de materiales y certificados. El merchandising deberá incorporar el nombre del Programa y los logos institucionales definidos por la contraparte técnica.	\$800.000

Traslado de participantes entre comunas	Servicio de transporte para las jornadas presenciales de inicio y cierre: traslados San Pedro-Alhué-San Pedro y María Pinto-Melipilla-María Pinto, considerando vehículos habilitados, conductores, combustible, peajes, coordinación y tiempos de espera necesarios. Monto considerando traslado de 10 personas de las comunas con menos participantes a las con más participantes.(4 traslados)	\$1.000.000
---	---	-------------

Los valores referenciales por ítem no constituyen topes individuales ni deben necesariamente sumar el presupuesto máximo disponible. El oferente deberá formular su propio presupuesto, incluyendo todos los costos necesarios para cumplir íntegramente el servicio, sin superar los \$14.000.000 impuestos incluidos.

La adjudicataria deberá asegurar el transporte de participantes para las jornadas presenciales de inicio y cierre en los recorridos San Pedro-Alhué-San Pedro y María Pinto-Melipilla-María Pinto. El servicio deberá ajustarse a la cantidad efectiva de participantes, contar con vehículos habilitados y cumplir las condiciones de seguridad y coordinación horaria definidas con la contraparte técnica.

La propuesta deberá considerar todos los recursos humanos, técnicos y operativos necesarios para ejecutar correctamente el servicio. La adjudicataria deberá identificar con claridad las responsabilidades y recursos asociados a relatoría, facilitación, traslados, materiales digitales, plataforma, coffee break, certificación, revisión técnica y sistematización.

El arriendo o habilitación de espacios podrá ser apoyado por el PTI y municipios, según disponibilidad. Esta colaboración no exime a la adjudicataria de prever alternativas operativas en caso de no contar con espacios gratuitos.

18. INFORMES, APROBACIÓN Y ESTADOS DE PAGO

Informe	Productos y contenidos mínimos	Fecha máxima de entrega*	Porcentaje de pago
Informe N.º 1	Ajuste metodológico y preparación de la ejecución: propuesta metodológica ajustada; carta Gantt detallada; responsables de cada etapa, actividad y producto; propuesta de formulario de inscripción; encuesta para elaborar la línea base; presupuesto detallado y ajustado; y propuesta gráfica de difusión del Programa.	07 de septiembre de 2026	10%
Informe N.º 2	Convocatoria, inscripción y jornadas presenciales iniciales: ejecución de la difusión; piezas gráficas finales; formulario implementado; base de postulantes y participantes seleccionados; nómina con al menos 60 participantes; aplicación y resultados de la línea base; segmentación; diseño instruccional completo; materiales iniciales; ejecución de las tres jornadas presenciales de inicio; traslados comprometidos; registros de asistencia y fotografías; diagnóstico inicial y avance del Producto Integrado N.º 1.	2 de octubre de 2026	30%

Informe N.º 3	Ejecución de la formación virtual y acompañamiento: cinco sesiones virtuales grabadas; clínica comercial integrada; materiales y plantillas; registros de asistencia, participación y tareas; entrega del Producto Integrado N.º 1; avance del Producto Integrado N.º 2; evaluación y retroalimentación mediante mecanismos individuales, grupales o combinados; aplicación de pautas de evaluación; registros individuales de avance y cumplimiento; avances de carpetas comerciales y propuestas de tours o circuitos; y avance del directorio y mapa de complementariedades.	2 de noviembre de 2026	30%
Informe N.º 4 / Final	Cierre formativo, certificación y sistematización: jornadas presenciales finales; traslados; registros; evaluación final de los productos mediante pautas previamente acordadas; registros individuales de cumplimiento; entrega de versiones finales o ajustadas; carpetas comerciales; propuestas de tours o circuitos; directorio; mapa de complementariedades; encuesta de satisfacción; nómina validada de participantes aprobados; certificados; merchandising; informe final; indicadores, análisis de línea base, recomendaciones y repositorio digital completo.	11 de diciembre de 2026	30%

Las fechas señaladas corresponden a los plazos máximos de entrega de cada informe. La institución adjudicataria podrá presentar los informes con anterioridad, siempre que haya ejecutado y respaldado la totalidad de los productos comprometidos. Cada pago procederá una vez que el informe respectivo sea revisado y aprobado por la contraparte técnica del PTI y CODESSER. Las observaciones deberán ser subsanadas dentro del plazo comunicado por la contraparte técnica y sin costo adicional.

El diseño instruccional completo deberá ser entregado y validado por la contraparte técnica antes del inicio de las actividades formativas, aun cuando su presentación consolidada y sus verificadores formen parte del Informe N.º 2.

* Las fechas podrían sufrir modificaciones, dependiendo de la fecha de inicio del contrato.

19. VERIFICADORES MÍNIMOS

- Listas de asistencia presenciales y registros de conexión virtual.
- Grabaciones y enlaces de las sesiones virtuales.
- Registros fotográficos de todas las jornadas presenciales.
- Presentaciones, guías, materiales y plantillas editables.
- Resultados de evaluaciones de entrada, aprendizaje y satisfacción.
- Base de datos de participantes, perfil empresarial o municipal, comuna y estado de certificación.
- Nómina de certificados emitidos.
- Actas o minutas de coordinación con la contraparte técnica.
- Verificadores de entrega de merchandising a participantes.
- Verificadores de servicio de traslados.

20. RECEPCIÓN Y PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS

20.1 Calendario del proceso de contratación

Hito	Fecha
Publicación de términos de referencia	6 de agosto de 2026
Recepción de consultas	Hasta el 11 de agosto, a las 14:00 horas.
Respuesta a consultas y aclaraciones	13 de agosto.
Cierre de recepción de ofertas	19 de agosto hasta las 18:00 hrs
Evaluación de ofertas	Dentro de los 5 días hábiles siguientes al cierre.
Firma y tramitación del contrato	Sujeto a entrega de antecedentes legales.
Inicio estimado del servicio	01 de septiembre de 2026, sujeto a la total tramitación del contrato.

20.2 Forma de envío

Las propuestas deberán enviarse por correo electrónico a **andrea.munoz@codesser.cl**, con copia a **ps.carolina.gonzalez@codesser.cl**, dentro del plazo señalado. **El asunto del correo deberá indicar: “Postulación Programa de Capacitaciones Territoriales de la Provincia de Melipilla”.**

Los antecedentes podrán adjuntarse directamente o remitirse mediante un enlace de descarga en la nube, el cual deberá permanecer habilitado durante todo el proceso de evaluación. No se considerarán ofertas recibidas fuera de plazo ni enviadas por un medio distinto al indicado.

20.3 Documentos mínimos de postulación

La propuesta deberá contener los siguientes documentos:

1. **Propuesta técnica**, elaborada conforme a los contenidos mínimos establecidos en la sección 20.4.
2. **Currículum institucional y verificadores de experiencia**, que permitan acreditar la trayectoria de la institución en capacitación, asistencia técnica, fortalecimiento empresarial, turismo, desarrollo territorial u otras materias relacionadas con el servicio.
3. **Anexo N.º 1: Oferta económica**, indicando el valor neto, impuestos y valor total de la propuesta. La oferta deberá incluir todos los costos necesarios para la ejecución integral del servicio y no podrá superar el presupuesto máximo establecido.
4. **Anexo N.º 2: Currículum vitae de profesionales y técnicos**, acompañado de los respectivos certificados de título y de los antecedentes que permitan verificar la experiencia declarada.
5. **Anexo N.º 3: Carta de compromiso de participación profesional**, suscrita por cada integrante del equipo comprometido, indicando su disponibilidad para participar en las actividades y productos asignados.
6. **Anexo N.º 4: Declaración jurada simple de persona jurídica**, debidamente firmada por el representante legal de la institución postulante.
7. **Antecedentes legales mínimos**, conforme a lo establecido en la sección 20.5.
8. **Descripción de la propuesta de valor agregado**, identificando claramente los aportes adicionales ofrecidos, sus beneficiarios, oportunidad de ejecución y forma de verificación.

La falta de alguno de los antecedentes técnicos o económicos mínimos podrá dar lugar a la inadmisibilidad de la propuesta. CODESSER podrá solicitar la subsanación de errores u omisiones formales relativos exclusivamente a antecedentes legales, sin que ello permita modificar la propuesta técnica, económica, experiencia o equipo profesional presentado.

20.4 Contenido mínimo de la propuesta técnica

La propuesta técnica deberá contener, al menos:

- Comprensión del encargo y de los antecedentes del PTI Turismo Rural de la Provincia de Melipilla.
- Metodología de trabajo y enfoque formativo.
- Diseño preliminar de las jornadas formativas
- Descripción de los productos aplicados para empresas, emprendimientos y funcionarios municipales.
- Detalle de horas destinadas a docencia, facilitación, acompañamiento, revisión técnica, coordinación, evaluación y certificación.
- Plan de acompañamiento, revisión de productos y control de calidad.
- Propuesta de mecanismo de evaluación, recuperación y certificación.
- Plan de difusión, convocatoria, inscripción, confirmación y seguimiento de participantes.
- Carta Gantt detallada, con actividades, plazos, responsables, productos e hitos de validación.
- Distribución de funciones y responsabilidades del equipo profesional.
- Identificación de riesgos de ejecución y medidas de mitigación.
- Descripción clara de la propuesta de valor agregado.

20.5 Antecedentes legales mínimos

La institución postulante deberá presentar los siguientes antecedentes legales:

1. **Certificado de vigencia de la persona jurídica**, emitido con una antigüedad no superior a 60 días corridos contados desde la fecha de cierre de la convocatoria.
2. **Documento que acredite la personería y las facultades vigentes del representante legal**, acompañado de una copia de su cédula de identidad vigente.
3. **Copia del RUT de la institución postulante.**
4. **Certificado de antecedentes laborales y previsionales**, emitido por la dirección del trabajo y con una antigüedad máxima de 3 días anteriores al envío de la oferta y el cual debe estar sin deuda.

CODESSER podrá solicitar aclaraciones o antecedentes complementarios cuando sean necesarios para verificar la información presentada, resguardando la igualdad de condiciones entre las instituciones participantes.

20.6 Consultas y aclaraciones

Las consultas deberán enviarse a **andrea.munoz@codesser.cl**, con copia a **ps.carolina.gonzalez@codesser.cl**, hasta el 11 de agosto 2026 a las 14:00 horas. Las respuestas serán remitidas por correo electrónico el 13 de agosto de 2026. No se responderán consultas formuladas fuera de plazo o por un conducto distinto.

21. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterio	Ponderación	Aspectos a evaluar
1. Calidad y pertinencia de la propuesta técnica	40%	Comprensión del encargo y de los objetivos del PTI; coherencia y claridad metodológica; pertinencia territorial; enfoque formativo común para empresas, emprendimientos y funcionarios municipales; aplicabilidad de los contenidos; diseño de jornadas y sesiones; mecanismos de acompañamiento y revisión; productos comprometidos; distribución de horas; planificación; medidas de mitigación de riesgos; y preparación de participantes para la articulación y comercialización de la oferta turística.
2. Experiencia institucional del oferente	25%	Experiencia acreditada de la institución en capacitación, asistencia técnica o fortalecimiento empresarial, especialmente en turismo, desarrollo territorial, diseño y comercialización de experiencias, micro y pequeñas empresas, formación de personas adultas y trabajo con instituciones públicas o municipios. También se considerará su capacidad para administrar procesos formativos, registrar asistencia, evaluar aprendizajes y emitir certificados verificables.
3. Experiencia y calidad del equipo profesional	25%	Formación, experiencia, especialización, complementariedad y pertinencia del equipo propuesto; claridad de roles y responsabilidades; experiencia en turismo, diseño de experiencias, gestión empresarial, comercialización, marketing digital, normativa, formalización, facilitación de grupos y revisión de productos aplicados. Se evaluará además la disponibilidad y dedicación horaria comprometida.
4. Propuesta de valor agregado	10%	Aportes adicionales, pertinentes y verificables que mejoren la calidad, cobertura, accesibilidad, acompañamiento o sostenibilidad del Programa, sin reemplazar las obligaciones mínimas establecidas en los requerimientos técnicos y sin costo adicional para CODESSER.

No podrán adjudicarse las propuestas que obtengan puntaje 1 en cualquiera de los criterios de evaluación, ni aquellas cuya nota final ponderada sea inferior a 3,0. La evaluación deberá fundarse exclusivamente en los antecedentes y verificadores presentados por cada oferente.

21.1 Escala de evaluación

La evaluación de las propuestas se realizará utilizando una escala de 1, 3 y 5 puntos, aplicada a cada uno de los criterios definidos en los presentes Términos de Referencia.

Esta escala busca distinguir de manera clara entre propuestas que presentan un cumplimiento sobresaliente, aquellas que cumplen suficientemente con lo solicitado y aquellas que presentan debilidades relevantes o incumplimientos.

La asignación de puntajes deberá basarse exclusivamente en los antecedentes, verificadores y documentos incluidos en la oferta. La comisión evaluadora deberá fundamentar brevemente el puntaje asignado en cada criterio, considerando la claridad, pertinencia, coherencia, nivel de desarrollo y posibilidad efectiva de verificar la información presentada.

Puntaje	Descripción
5 puntos	La propuesta presenta un cumplimiento sobresaliente del criterio evaluado. Responde de manera completa, clara, coherente, pertinente y verificable a lo solicitado, demostrando una sólida capacidad para ejecutar el servicio.
3 puntos	La propuesta presenta un cumplimiento suficiente del criterio evaluado. Cumple los requisitos mínimos, aunque evidencia debilidades, vacíos menores o un nivel de desarrollo limitado que no impide su ejecución.
1 punto	La propuesta presenta un cumplimiento insuficiente del criterio evaluado. No cumple adecuadamente lo solicitado, contiene vacíos relevantes, antecedentes poco pertinentes o no verificables, o debilidades que podrían afectar la correcta ejecución del servicio.

1. Calidad y pertinencia de la propuesta técnica — 40%

5 puntos: metodología completa, clara y coherente; comprende el PTI y el territorio; detalla sesiones, productos, horas, acompañamiento, certificación, riesgos, responsables y preparación para Viraliza.

3 puntos: cumple los contenidos mínimos, pero presenta debilidades en metodología, distribución horaria, acompañamiento, productos, coordinación o medidas de mitigación.

1 punto: metodología insuficiente, genérica o poco coherente; no permite verificar cómo se cumplirán las actividades, productos, plazos o resultados.

2. Experiencia institucional del oferente — 25%

5 puntos: acredita cuatro o más experiencias pertinentes y verificables, incluyendo al menos dos directamente vinculadas con turismo, desarrollo territorial, comercialización, diseño de experiencias o trabajo con municipios.

3 puntos: acredita las experiencias mínimas requeridas, pero con pertinencia parcial, verificadores limitados o escasa vinculación directa con el objeto de la contratación.

1 punto: no acredita la experiencia mínima o presenta antecedentes insuficientes, poco pertinentes o no verificables.

3. Experiencia y calidad del equipo profesional — 25%

5 puntos: equipo completo, multidisciplinario y coherente con los perfiles solicitados; roles claros; experiencia pertinente y verificable; disponibilidad horaria suficiente.

3 puntos: equipo que cumple los perfiles mínimos, pero presenta debilidades en complementariedad, experiencia específica, asignación de funciones o dedicación horaria.

1 punto: equipo incompleto, experiencia insuficiente, roles poco claros o antecedentes que no permiten verificar el cumplimiento de los perfiles mínimos.

4. Propuesta de valor agregado — 10%

5 puntos: presenta aportes adicionales concretos, pertinentes, verificables y sin costo adicional, que mejoran claramente la calidad, acompañamiento, accesibilidad o utilidad del Programa.

3 puntos: presenta valor agregado pertinente, pero limitado, poco desarrollado o de impacto acotado.

1 punto: no presenta valor agregado o propone elementos ambiguos, poco pertinentes, no verificables o que corresponden a obligaciones mínimas.

No podrán adjudicarse las propuestas que obtengan puntaje 1 en el criterio de calidad y pertinencia de la propuesta técnica, experiencia institucional del oferente o experiencia y calidad del equipo profesional, ni aquellas cuya nota final ponderada sea inferior a 3,0.

21.2 Procedimiento de evaluación y cálculo del puntaje

Cada integrante de la comisión evaluadora asignará una nota de 1,3 o 5 cada criterio, conforme a los descriptores precedentes. El puntaje ponderado de cada criterio se obtendrá multiplicando la nota asignada por su ponderación. La nota final corresponderá a la suma de los puntajes ponderados. La comisión deberá fundamentar los puntajes en el acta de evaluación. No podrán adjudicarse propuestas que obtengan nota 1 en cualquiera de los criterios ni aquellas cuya nota final ponderada sea inferior a 3,0.

21.3 Mecanismo de resolución de empates

En caso de producirse un empate en el puntaje final ponderado entre dos o más propuestas, se seleccionará al oferente que haya obtenido el mayor puntaje en el criterio “Calidad y pertinencia de la propuesta técnica”.

Si el empate persiste, se seleccionará al oferente que haya obtenido el mayor puntaje en el criterio “Experiencia y calidad del equipo profesional”.

En caso de mantenerse el empate después de aplicar ambos criterios, se considerará el mayor puntaje obtenido en “Experiencia institucional del oferente”.

22. ADJUDICACIÓN Y ACTA DE EVALUACIÓN

La contratación será adjudicada al oferente que obtenga el mayor puntaje ponderado, conforme a los criterios establecidos. Se elaborará un acta de evaluación que identifique las ofertas recibidas, ofertas inadmisibles, puntajes asignados y propuesta adjudicada o declaración de proceso desierto. La notificación será remitida al correo informado por el oferente.

23. GARANTÍA DE FIEL Y OPORTUNO CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO

Con anterioridad a la suscripción del contrato, la institución adjudicataria deberá presentar una Póliza de Seguro de Ejecución Inmediata, tomada a favor de la Corporación de Desarrollo Social del Sector Rural (CODESSER), RUT 70.265.000-3, por un monto equivalente al 10% del valor total del contrato, impuestos incluidos.

La póliza deberá ser irrevocable, pagadera a primer requerimiento y sin condiciones que dificulten o retrasen su cobro. Deberá tener una vigencia mínima que cubra todo el período de ejecución contractual y se extienda, al menos, por 120 días hábiles posteriores a la fecha de término del contrato.

La glosa deberá señalar: “Para garantizar a la Corporación de Desarrollo Social del Sector Rural (CODESSER) el fiel y oportuno cumplimiento del contrato correspondiente al Diseño y ejecución del Programa de Capacitaciones Territoriales de la Provincia de Melipilla, código 24PTI-273122-2”.

La garantía deberá ser entregada dentro del plazo informado por CODESSER y constituirá un requisito previo para la firma del contrato. CODESSER podrá hacerla efectiva en caso de incumplimiento grave de las obligaciones contractuales, sin perjuicio de las demás acciones que correspondan. La garantía será devuelta una vez cumplido el plazo de vigencia señalado y verificadas íntegramente las obligaciones de la adjudicataria.

24. OBLIGACIONES DE LA ADJUDICATARIA

- Cumplir los productos, horas, fechas y estándares comprometidos.
- Mantener coordinación permanente con la contraparte técnica.
- Asegurar continuidad del equipo profesional informado.
- Gestionar adecuadamente la información personal de los participantes.
- Emitir certificados sólo a quienes cumplan los requisitos.
- Corregir observaciones dentro de los plazos acordados.
- Resguardar confidencialidad y propiedad intelectual.
- Entregar archivos editables, bases de datos y repositorios al cierre.
- Solicitar autorización previa para cambios relevantes de equipo, metodología, cronograma o actividades comprometidas.

25. PROPIEDAD INTELECTUAL Y CONFIDENCIALIDAD

Los materiales específicos desarrollados para el Programa, bases de datos, informes, sistematizaciones, fotografías y productos generados quedarán disponibles para el PTI, CORFO y CODESSER, sin perjuicio de los derechos preexistentes de la institución sobre contenidos académicos propios. La adjudicataria deberá resguardar la confidencialidad de la información empresarial y personal a la que acceda durante la ejecución.

26. TÉRMINO ANTICIPADO DEL CONTRATO

CODESSER podrá poner término anticipado al contrato en caso de incumplimiento grave, retrasos injustificados, calidad deficiente de los entregables, falta reiterada de coordinación, incumplimiento de obligaciones laborales o previsionales, o cualquier otra causal definida en el contrato.

27. ACEPTACIÓN DE LOS TÉRMINOS DE REFERENCIA

La presentación de una oferta implica la aceptación íntegra de las condiciones contenidas en estos Términos de Referencia y de las demás reglas informadas para el proceso de contratación.

28. ANEXOS PARA LA CONVOCATORIA

- Anexo N.º 1: Oferta económica.
- Anexo N.º 2: Currículum vitae de profesionales y técnicos.
- Anexo N.º 3: Carta de compromiso de participación profesional.
- Anexo N.º 4: Declaración jurada simple de persona jurídica.