



GOBIERNO REGIONAL DE LA ARAUCANÍA- UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHILE

POTENCIAR EL CAPITAL HUMANO ZR COSTA ARAUCANÍA REGIÓN DE LA ARAUCANÍA

PROGRAMA	:	Potenciar el desarrollo de Capital Humano en la ZR Costa Araucanía.
CÓDIGO BIP	:	40037661-0
INSTITUCIÓN EJECUTORA	:	UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHILE
RESPONSABLE (Contraparte)	:	DANIELA QUINTANA QUINTANA

BASES LICITACIÓN CURSOS

Bases administrativas

1.- ANTECEDENTES GENERALES.

La Universidad Autónoma de Chile, requiere contratar el servicio "Implementación de cursos intensivos de capacitación, año 2024". Acreditados con la norma NCH2728.

Para este efecto, se convoca a la presente licitación y se invita a los oferentes del área que estén en condiciones de satisfacer la demanda, que luego se indica, a presentar ofertas.

2.- MARCO REGULATORIO.

La Licitación se regirá por las normas y condiciones que expresamente se señalen en estas Bases. Serán, por tanto, el instrumento oficial que regule todo el Proceso de Contrato de la "Implementación de cursos intensivos de capacitación, año 2024".

Forman parte de estas bases:

- Anexo N°1: Identificación del Proveedor.
- Anexo N°2: Oferta Técnica y detalle de lo ofertado.
- Anexo N°3: Oferta económica.
- Anexo N°4: Curriculum vitae.
- Anexo N°5: Carta compromiso jornada laboral.
- Anexo N°6: Carta Gantt.
- Preguntas, respuestas, aclaraciones.

3.- CARACTERÍSTICAS DE LA LICITACIÓN.

Nombre de la Licitación: "Implementación de cursos intensivos de capacitación, año 2024".

Descripción: La Universidad Autónoma de Chile cuenta con recursos para la ejecución de cursos intensivos de capacitación cuyo objetivo es potenciar el capital humano en zonas de rezago de la costa Araucanía.

Tipo de Licitación	: Licitación Pública.
Tipo de Convocatoria	: Abierta.
Moneda	: peso chileno.
Monto Total	: \$82.000.000.-
Etapas del proceso de Apertura	: Una etapa.
Contrato	: Se requerirá suscripción de contrato.
Boleta o póliza de garantía	: 5% del monto total solicitado.

4.- ORGANISMO DEMANDANTE.

Razón Social: Universidad Autónoma de Chile
 Rut: 71.633.300-0
 Dirección: Avenida Alemania 1090.
 Comuna: Temuco.
 Región en que se genera la licitación: Región de la Araucanía.

5.- ETAPAS Y PLAZOS.

Fecha de cierre de recepción de ofertas:	
ETAPA	PLAZOS
Fecha de Publicación	1 de julio de 2024
Fecha preguntas y resolución de dudas.	9 y 10 de julio de 2024

Fecha de Cierre de recepción de ofertas.	12 de julio de 2024
Fecha de Adjudicación	19 de julio de 2024
Suscripción del Contrato	26 de julio de 2024 Solo en casos excepcionales, por razones de fuerza mayor, previamente autorizado por correo electrónico de Daniela Quintana 5 días más.

6.- ANTECEDENTES A INGRESAR:

- **Identificación del Oferente.** Se requiere copia simple de cédula nacional de identidad vigente del oferente y/o representante legal. En el evento que el oferente sea una persona jurídica, se requiere, además, copia de escritura pública donde conste la personería del Representante Legal de la misma (actualizada).
- **Presentación de Oferta Técnica,** debe presentarse firmada por el oferente, y/o el Representante Legal. El oferente debe indicar con detalle las características y descripción de lo ofertado, debiendo cumplir, como mínimo, con las especificaciones indicadas en las Bases.

Adjuntar en una carpeta o archivo consolidado, los documentos que acreditan la experiencia del oferente/consultor(a).

Para efectos de acreditar la experiencia señalada, la documentación que se presente por cada trabajo indicado en su Anexo N°3 deberá dar cuenta de una contratación por el periodo efectivamente en que se prestaron sus servicios.

Por cada trabajo indicado en su Anexo N°3, el oferente deberá presentar la documentación que acredite la efectividad del trabajo realizado, la cual estará constituida por **certificados de experiencia** debidamente suscritos por la autoridad o por jefe del servicio correspondiente o por el encargado o por el responsable del programa en el caso de organismos públicos, y por el representante legal o dueño de la empresa, si se tratare de entidades privadas.

Se deja presente que los instrumentos anteriormente señalados para acreditar experiencia, deberán indicar en forma clara fecha de inicio y fecha de término en que se prestaron sus servicios, esto es, los años y meses, si corresponde y deben ser debidamente suscritos por la autoridad o por jefe del servicio correspondiente o por el encargado o por el responsable del programa en el caso de organismos públicos, y por el representante legal o dueño de la empresa, si se tratare de entidades privadas. En el evento de que no se dé cumplimiento con esto, no se considerará el referido instrumento en la etapa de evaluación.

La no presentación del Anexo N° 3, debidamente llenado y firmado por parte del oferente, acarreará la declaración de **inadmisibilidad de la oferta**.

- **CV Equipo.** Formato para la presentación del Currículum Vitae, se debe adjuntar para cada integrante del equipo propuesto por el oferente. CV se deberá entregar firmado por el respectivo profesional y subir.

Adjuntar en una carpeta o archivo consolidado, los certificados que acreditan experiencia expuesta en el C.V., **para cada integrante del equipo**, copia de Cédula de Identidad por ambos lados, así como Certificados de Título y Postgrado autorizados ante notario.

No se considerarán los antecedentes de quienes no acrediten profesión y experiencia.

Se deja presente que los instrumentos anteriormente señalados para acreditar experiencia, deberán indicar en forma clara fecha de inicio y fecha de término en que se prestaron sus servicios, esto es, **los años, meses y días**, si corresponde, y deben ser debidamente suscritos por la autoridad o por jefe del servicio correspondiente o por el encargado o por el responsable del programa en el caso de organismos públicos, y por el representante legal o dueño de la empresa, si se tratare de entidades privadas. En el evento de que no se dé cumplimiento con esto, no se considerará el referido instrumento en la etapa de evaluación.

Además, es del caso hacer presente que, el representante legal que sea parte integrante del equipo debe acreditar su experiencia como persona natural, por lo mismo y en el mismo sentido no valdrán los certificados de experiencia emitidos por el mismo, en su calidad de representante legal de la

persona jurídica, en dicho supuesto será válido para efectos de acreditar su experiencia, mediante los correspondientes Certificados de experiencia laboral, pero emitidos por los empleadores a quienes ha prestado su servicio.

- **Carta Compromiso Jornada Laboral.** Formato para la presentación de carta de compromiso para cada integrante del equipo que garantice la Jornada Laboral en la cual se compromete a trabajar en la presente licitación, se debe presentar debidamente firmada por el correspondiente integrante del equipo de trabajo.

La no presentación de los Anexos, o si el anexo no está debidamente llenado y firmado, podrá ser causal de inadmisibilidad inmediata de la oferta.

Adjuntar en una carpeta o archivo consolidado, los documentos que acreditan la experiencia del oferente/consultor(a). No se considerará experiencia que no se encuentre respaldada con **Certificados de Experiencia**, de acuerdo con lo solicitado en las presentes Bases.

- Adjuntar en una carpeta o archivo consolidado, los documentos que acreditan experiencia expuesta en el CV, para cada integrante del equipo, Copia de Cédula de Identidad, así como Certificados de Título y Postgrado. No se considerarán los antecedentes de quienes no acrediten profesión y experiencia.
- Adjuntar en una carpeta o archivo consolidado, el compromiso de tenencia de oficinas, equipo y/o equipamiento sólo si se solicita algún documento en las Bases Técnicas. En el caso de ser adjudicado deberá acreditarse la tenencia al momento de firmar el contrato.
- **Presentación oferta económica.** Debe presentarse firmada por el Oferente o Representante Legal. La propuesta económica deberá expresarse en pesos chilenos, con todas sus cifras y por el monto correspondiente a la prestación completa del servicio requerido para esta Licitación. Esta cantidad debe incluir todo impuesto o retención legal y no podrá incluir reajuste alguno. **En ningún caso, se aceptará que a la cantidad ofertada se agregue la frase "más impuesto" o "más IVA".** La propuesta económica deberá contener el detalle de la distribución de recursos por ítem. De igual forma, deberá considerarse que los costos asociados tengan directa relación y sean coherentes con los productos y etapas contempladas en las Bases Técnicas. **La oferta económica no debe exceder el monto disponible de la licitación, siendo esta suficiente causal de inadmisibilidad de la oferta.**
- **Carta Gantt.** Debe presentarse firmada por el oferente, y/o el Representante Legal.

7. MONTOS Y DURACIÓN DEL CONTRATO.

Fuente de Financiamiento	: Universidad Autónoma de Chile.
Monto total estimado	: \$82.000.000.-
Contrato con Renovación	: NO
Duración del Contrato	: Hasta 31 de diciembre de 2024.
Observaciones	: Los montos incluyen todos los impuestos.
Plazos de Pago	: Por Estado de Avance, cada factura o documento tributario se pagará dentro de los 30 días corridos contados desde la fecha de emisión, la que deberá ser emitida y entregada previa recepción conforme por parte de la contraparte de la Universidad Autónoma de Chile.
Forma de pago	: Transferencia electrónica, Cheque.
Nombre del responsable de Pago	: Daniela Quintana.
e-mail de responsable de pago	: Daniela.quintana@uautonoma.cl
Nombre de responsable de contrato	: Daniela Quintana.
e-mail de responsable de contrato	: Daniela.quintana@uautonoma.cl
Prohibición de Subcontratación	: No se permite subcontratación.

8. PRECIO REFERENCIAL Y FINANCIAMIENTO.

El precio para esta licitación es de \$82.000.000.- (Ochenta y dos millones de pesos). impuestos incluidos, para el servicio o adquisición de "Implementación de cursos intensivos de capacitación, año 2024".

Los valores descritos incluyen traslado y todo lo que comprenda este tipo de contratación.

La oferta debe tener vigencia de a lo menos 60 días, desde el cierre de la licitación para el proceso de evaluación y adjudicación. Los precios se deben mantener fijos por todo el periodo que dure el contrato.

Para todos los efectos de evaluación de la presente licitación, los precios ofertados que se considerarán serán los ingresados en el anexo 4, no siendo válido otros anexos que pueda presentar el proveedor.

Si el precio total ofertado es mayor que \$82.000.000.- (Ochenta y dos millones de pesos) indicado en bases de licitación, la oferta será declarada inadmisibile.

9. DEL PROCEDIMIENTO LICITATORIO.

9.1 DE LOS PARTICIPANTES.

Del Oferente.

Podrán participar en esta licitación los oferentes, que cuenten con la certificación de la norma NCH2728.

10. FACTORES DE EVALUACIÓN.

El Comité aplicará una pauta para evaluar la Oferta Técnica y la Oferta Económica. Los/as integrantes del Comité, se deberán reunir a evaluar y calificar individualmente las ofertas presentadas, aplicando para ello los criterios y pautas de evaluación que se indican en las Bases Técnicas.

El puntaje final de cada oferta se determinará mediante los criterios de evaluación y sus respectivas ponderaciones, que se señalan en la Bases Técnicas. Culminada la evaluación, se elaborará un Acta que contendrá los puntajes de las Ofertas evaluadas. **El puntaje mínimo para adjudicar será de 60 sobre un total de 100.**

11. REQUERIMIENTOS TÉCNICOS Y OTRAS CLÁUSULAS.

11.1 Recepción de las Ofertas.

Todo el procedimiento se realizará mediante entrega presencial en la facultad de arquitectura de la Universidad Autónoma de Chile y de manera online al correo electrónico capacitacosta@uautonoma.cl

11.2 Cuadro resumen de presentación de oferta.

ANTECEDENTES ADMINISTRATIVOS		
Documento	Indicaciones	Según Formato
Identificación del Oferente	Documento debe estar debidamente llenado y firmado, dado que estos antecedentes servirán de base para contratación, devolución de garantías, seguimiento posterior, según corresponda.	Anexo N°1.
FORMATO OFERTA TÉCNICA	Formato para la presentación de la propuesta técnica. Debe presentarse firmada <u>por el oferente y/o Representante Legal</u> . El oferente debe indicar con detalle las características y descripción de lo ofertado, debiendo cumplir, como mínimo, con las especificaciones indicadas en las Bases Técnicas. Adjuntar Carpeta consolidada con las respectivas acreditaciones de experiencia del oferente. No se considerará experiencia que no se encuentre respaldada con Certificados de Experiencia, de acuerdo con lo solicitado en las presentes Bases.	Anexo N°2.
CV Equipo. Formato para la presentación del Currículum	Formato para la presentación del Currículum Vitae, se debe adjuntar para cada integrante del equipo propuesto por el oferente. No se considerará	Anexo N°4.

	<p>experiencia que no se encuentre respaldada con Certificados de Experiencia, de acuerdo con lo solicitado en las presentes Bases.</p> <p>Adjuntar en carpeta consolidada por integrante del equipo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Copia Cédula de identidad -Copia Autorizada de Certificados de Título de Pregrado, Postgrado y/o especializaciones. - Certificados que acrediten experiencia. 	
Carta Compromiso Jornada Laboral	Formato para la presentación de carta de compromiso para cada integrante del equipo que garantice la Jornada Laboral en la cual se compromete a trabajar en la ejecución de los servicios contratados, debe presentarse debidamente firmada por el correspondiente integrante del equipo de trabajo y en una carpeta consolidada.	Anexo N°5.
Carta Gantt	Carta Gantt con la programación de las actividades presentada, garantizando el logro de los productos asociados en el periodo consignado en el mismo, y se muestra acorde a la oferta económica.	Anexo N°6.
FORMATO PROPUESTA ECONÓMICA	<p>Formato para la presentación de la Oferta Económica. Se debe presentar firmada por el Oferente o Representante Legal</p> <p>La propuesta económica deberá expresarse en pesos chilenos, con todas sus cifras y por el monto correspondiente a la prestación completa del servicio requerido para esta Licitación. Esta cantidad debe incluir todo impuesto o retención legal y no podrá incluir reajuste alguno. En ningún caso, se aceptará que en la cantidad ofertada se agregue la frase "más impuesto" o "más IVA".</p> <p>La propuesta económica deberá contener el detalle de la distribución de recursos por ítem. De igual forma, deberá considerarse que los costos asociados tengan directa relación y sean coherentes con los productos y etapas contempladas en las Bases.</p>	Anexo N°3.

12.1 CONSULTAS Y ACLARACIONES DE LOS DOCUMENTOS DE LA LICITACIÓN.

Los oferentes que participen en la licitación podrán formular consultas exclusivamente a través del correo electrónico capacitacosta@uautonoma.cl respecto de cualquiera de los puntos de estas bases, en los plazos establecidos en las bases. La Universidad Autónoma de Chile pondrá a disposición de los oferentes las aclaraciones que hubieren surgido con motivo de las consultas, informando de ello a través de correo electrónico, de acuerdo con las etapas y plazos dispuestos en las bases.

Documentos de admisibilidad en esta etapa:

La unidad operativa licitante determinará los documentos y antecedentes de cada licitación para que las ofertas sean declaradas admisibles. Dentro de estos deben figurar:

- ✓ Anexo N°1: Identificación del Proveedor.
- ✓ Anexo N°2: Detalle de lo ofertado.
- ✓ Anexo N°3: Oferta económica.
- ✓ Anexo N°4: CV Equipo.
- ✓ Anexo N°5: Carta Compromiso Laboral.
- ✓ Anexo N°6: Carta Gantt.

12.2 DE LA EVALUACIÓN.

Los miembros del comité de admisibilidad y evaluación serán designados por Daniela Quintana, directora del programa. Para sesionar se deberá contar con la presencia de a lo menos 3 miembros. Adicional al equipo de la Universidad Autónoma de Chile, participara la contraparte técnica del Gobierno Regional de la Araucanía.

12.3 PUNTUACIÓN Y RESOLUCIÓN DE EMPATES.

La comisión de evaluación evaluará la Oferta Técnica y la Oferta Económica de conformidad a los criterios y pautas de evaluación que se establecen en las Bases. Los/as integrantes de la Comisión se deberán reunir a evaluar y calificar individualmente las ofertas presentadas, aplicando para ello los criterios de evaluación.

El puntaje final de cada oferta se determinará mediante los criterios de evaluación y sus respectivas ponderaciones, que se señalan en la Bases Técnicas. Culminada la evaluación, se elaborará un Informe Final que contendrá los puntajes de las Ofertas evaluadas. El puntaje mínimo para adjudicar será de un 60 sobre un total de 100.

Es responsabilidad de la Comisión hacer una evaluación completa tanto de los aspectos formales como de fondo que se deben cumplir por los oferentes, consignando sus conclusiones en el informe que al efecto evacúe.

Si como resultado del proceso de evaluación resultare igualdad de puntaje, se preferirá a aquella propuesta que haya obtenido mejor puntaje en la evaluación económica.

13. ADJUDICACIÓN, INADMISIBILIDAD O DESERCIÓN.

La Universidad Autónoma de Chile declarará desierta la licitación cuando no se presenten ofertas, o bien, cuando estas no resulten convenientes a sus intereses o declarar inadmisibles alguna o todas las ofertas cuando éstas no cumplieren los requisitos establecidos en las bases.

El resultado de la Propuesta se comunicará a todos los oferentes una vez cumplido el trámite administrativo de los antecedentes a través de correo electrónico.

14.- CONDICIONES DE CONTRATACIÓN.

14.1 FECHA DE SUSCRIPCIÓN E INICIO DEL CONTRATO.

Una vez adjudicada la Licitación y publicada en la página web de la Universidad, el adjudicatario seleccionado deberá firmar el contrato que elabore la Universidad el 24 de junio 2024.

Solo en casos excepcionales, por razones de fuerza mayor, previamente autorizado por correo electrónico de la directora del programa, Daniela Quintana, se podrá aumentar el plazo para suscribir el contrato hasta en 5 días hábiles más.

La no presentación de todos estos documentos se entenderá como un desistimiento de su oferta, lo que facultará a la Universidad para adjudicar al segundo mejor oferente, si lo hubiere.

El contrato será suscrito en el plazo antes señalado por el vicerrector de la Universidad Autónoma y el adjudicatario/a o representante(s) legal del adjudicatario/a.

El adjudicatario/a deberá presentar la nómina del personal a contratar. Esta documentación quedará en la Universidad Autónoma de Chile.

Dicha documentación deberá entregarse a más tardar dentro de los 10 días siguientes al inicio de la suscripción del contrato. En caso de las nuevas contrataciones o cambios en el equipo de trabajo rigen los mismos plazos.

14.2 VIGENCIA Y RENOVACION DE CONTRATO.

El contrato se cursará hasta el 31 de diciembre de 2024, pudiendo ser ampliado por una sola vez y hasta por 3 meses más, por razones fundadas y siempre que se cumplan las siguientes consideraciones:

La solicitud de ampliación de plazo debe ser presentada por el adjudicatario 10 días antes de finalizar el contrato a través de correo electrónico, enviado a la directora del programa.

14.3 CONTRAPARTE TÉCNICA.

La contraparte técnica del contrato por parte de la Universidad será el programa "Potenciar el capital humano ZR costa Araucanía" cuyas funciones serán:

- a) Coordinar la 1era reunión para definir en detalle las actividades y productos requeridos.
- b) Coordinar las reuniones técnicas y levantar actas en cada una de ellas, o en su defecto minuta de la reunión con lista de asistencia.
- c) Dar visto bueno y recepción conforme, de los servicios contratados, mediante Informe Técnico firmado por él.
- d) Recepcionar las facturas o documentos de pago que emita el proveedor y manifestar su conformidad o disconformidad con ella, según corresponda. Previo a la recepción conforme, deberá solicitar la aplicación de multas, cuando sea procedentes, e informar las ya aplicadas para su cobro.
- e) Reunir los antecedentes de la Licitación para efectuar el correspondiente pago, de acuerdo a los productos entregados en cada Informe de Avance y a los requisitos exigidos para el pago.
- f) Hacer seguimiento al proyecto, supervisar y controlar que se cumplan los plazos y los productos licitados y ofertados por el adjudicatario.

Además, el ejecutor debe realizar un breve reporte semanal del Estado de ejecución de los trabajos, si así fuere requerido, donde estipule los avances y las principales dificultades, mediante correo electrónico o minuta enviada a través de correo electrónico a la directora del programa.

Los materiales y productos que se editen de la ejecución del proyecto deben señalar en forma explícita y manifiesta que son de propiedad de la Universidad Autónoma de Chile.

14.5 RECHAZO DE LOS PRODUCTOS ENTREGADOS.

La Universidad, por iniciativa propia, se reserva el derecho de rechazar los productos entregados, por defectos de calidad o por no corresponder a las especificaciones técnicas. En este caso, éstos se consideran como no entregados para todos los efectos legales, incurriendo el proveedor en incumplimiento del contrato respectivo. Por lo tanto, el Servicio, aplicará las sanciones y multas contempladas en las presentes Bases y ejercerá los derechos que le corresponden para obtener la reparación íntegra oportuna y total de los daños que se causaren.

15. PLAZO DE ENTREGA DE PRODUCTOS.

Los trabajos deberán realizarse y los productos entregados en el plazo ofertado por el adjudicatario y establecido en el contrato, el que será de días corridos. En este tiempo el ejecutor deberá hacer entrega de todos los productos que se indican en la presente licitación, según Bases Técnicas.

16. AMPLIACIÓN DEL PLAZO DE EJECUCIÓN Y MULTAS POR ATRASO.

El plazo para la ejecución del contrato se podrá ampliar por una sola vez, a solicitud del ejecutor formulada a lo menos 10 días antes del vencimiento de este, siempre que existan razones fundadas para ello, lo que será calificado por la contraparte técnica. El plazo máximo para la entrega de la totalidad de productos licitados será el día 19 de enero de 2024. De no cumplirse dicha fecha se hará efectivo el cobro de boleta o póliza de garantía presentada.

17. CAUSALES DE INCUMPLIMIENTO GRAVE.

Se entenderán como causales de incumplimiento grave de las obligaciones del ejecutor o consultor, entre otras:

- 1.- Si el adjudicado/a no destina el número de personas profesionales y de apoyo indicado en la Oferta Técnica para que trabajen durante la ejecución de este o los recursos suficientes para el normal desarrollo de éste, o se atrase en las entregas programadas de informes y productos.
- 2.- Si la calidad del trabajo ejecutado no satisface las exigencias mínimas para los objetivos tenidos en consideración al pactar el Contrato. Se entenderá por calidad mínima, la relación del contenido de las actividades, los informes y productos con lo establecido en la Oferta Técnica.
- 3.- Si el Adjudicado/a no inicia los trabajos oportunamente, según lo establecido en estas bases. También, habrá incumplimiento en caso de que se paralice, sin causa justificada, la ejecución del proyecto o se evidencie un atraso.

El incumplimiento será calificado por la directora del programa.

18. DEL TÉRMINO DE LA EJECUCIÓN Y CIERRE DEL PROYECTO.

En la etapa de Término de la Ejecución, el prestador debe entregar el Informe Final y una vez aprobado éste emitir y entregar la respectiva factura.

19. DE LOS PLAZOS.

Se entienden corridos, salvo mención expresa en orden a ser hábiles.

20. DOMICILIO.

Para todos los efectos legales, se fija domicilio en la ciudad de Temuco, Avenida Alemania N°1090 y las partes que suscriban contrato se someten a la jurisdicción de sus tribunales.

BASES TÉCNICAS

1. ANTECEDENTES GENERALES.

La Universidad Autónoma de Chile, requiere contratar el servicio "Implementación de cursos intensivos de capacitación, año 2024", acreditados con la norma NCH2728.

Para este efecto, se convoca a la presente licitación y se invita a los oferentes del área que estén en condiciones de satisfacer la demanda, que luego se indica, a presentar ofertas.

2. OBJETIVOS.

Este concurso busca fortalecer el capital humano y social del territorio costa Araucanía, a través del desarrollo de cursos intensivos de capacitación, que permitan la mejora de las competencias transversales de sus habitantes y de su capacidad productiva, organizativa y colaborativa. Promover y potenciar las capacidades técnicas de los emprendedores y aportar en mejorar los distintos rubros y áreas de emprendimiento de la costa Araucanía en las comunas de Carahue, Nueva Imperial, Saavedra, Teodoro Schmidt y Toltén.

Además, este concurso busca implementar tres

(3) cursos de capacitación en el plazo de 6 meses que permitan a sus participantes mejorar sus competencias referidas a su actividad productiva y así potenciar su desarrollo técnico para mejorar la competitividad de la zona costera.

Contribuir en aumentar los conocimientos técnicos, en calidad y/o cantidad el trabajo calificado de la fuerza laboral del territorio, produciendo mejoras en la productividad y, por lo tanto, en el crecimiento y competitividad de las empresas y economía territorial, a través del cierre de brechas de competencias laborales específicas.

3. BENEFICIARIOS/ BENEFICIARIAS DEL PROYECTO.

El concurso espera capacitar al menos 100 personas (natural chilena o extranjera con residencia definitiva en el país), mayores de 18 años, habitantes con residencia en las comunas de la costa Araucanía.

4. CARACTERÍSTICAS DEL TRABAJO A LICITAR, SERVICIOS Y/O PRODUCTOS REQUERIDOS.

Señalar en primer lugar que, para la concreción de cada etapa, productos y medios de verificación asociados, el ejecutor/a deberá mantener una fluida y permanente coordinación de trabajo con el equipo técnico del programa.

Las etapas, productos y medios de verificación para dar cumplimiento a la presente licitación se detallan a continuación:

1) DIGITALIZACION DE NOMINA, PLANILLA EXCEL, Y BASES DE DATOS GENERAL DE ALUMNOS DE CURSOS DE CAPACITACIÓN AÑO 2024: El ejecutor/a deberá realizar digitalización de la nómina, planilla Excel y base de datos general de totalidad de alumnos participantes de los cursos ejecutados el año 2024 bajo el programa de Capital humano ZR costa Araucanía. Debido lo cual el programa, proporcionará las informaciones correspondientes.

PRODUCTO: Digitalizar la nómina, planilla Excel y base de datos general de totalidad de alumnos que participen en los cursos de capacitación, con información sobre asistencia, calificaciones, etc.

VERIFICACION: El ejecutor/a entrega a la Universidad Autónoma de Chile, un pendrive con la información digitalizada y un informe con la información impresa.

2) ENTREGA DE MATERIAL OFICIAL A BENEFICIARIAS/OS: El ejecutor deberá realizar la entrega oportuna, a cada uno de las/os beneficiarios del programa, de los materiales necesarios para la correcta participación de ellos en dichos cursos. Entendiéndose como tal:

PRODUCTO: Confección y diseño, para cada uno de los/as beneficiarias del programa de los siguientes materiales: Presentaciones de cada profesor previo a las clases de manera digital, presentación en formato papel antes de iniciar la misma, lápices pasta, carpetas con diseño propio del programa, agenda tipo cuaderno con diseño propio del programa, pendrive con diseño propio del programa y un morral con el diseño propio del programa.

VERIFICADOR: El ejecutor/a deberá presentar acta de entrega de materiales por cada alumno que participe en los cursos. Las actas deben tener a lo menos nombre completo, rut y firma de los beneficiarios, además de la fecha respectiva.

3) CURSO DENOMINADO “Claves para un emprendimiento exitoso”:

PRODUCTO: El curso debe tener las siguientes características:

- a. Duración: 32 hrs presenciales y 8 hrs asincrónicas
- b. Cupos: 30 a 40 alumnos
- c. N° Sesiones: 4
- d. Metodología teórico- practico
- e. Jornada Completa
- f. Salón de Capacitación para la totalidad de personas
 - i. formato semi circulo
 - ii. Sillas y mesas para cada alumno
 - iii. Sala con equipos
- g. Incluye desayuno, Coffe break, almuerzo, Coffe break
- h. Incluye carpeta con material de apoyo
- i. Incluye pendrive con presentaciones y textos de referencia
- j. Fechas ejecución: Entre 1 de agostos y 30 de noviembre

- k. Lugar de ejecución: 4 sesiones de 8 horas en cada territorio. Territorio 1: Carahue, Puerto Saavedra y Nueva imperial. Territorio 2: Teodoro Schmidt y Toltén.
- l. Contenidos de cada módulo:

Módulo 1: Estrategias de Comercialización

- 1. Introducción a la Comercialización:**
 - Definición y conceptos clave de la comercialización.
 - Diferencias entre comercialización y ventas.
- 2. Investigación de Mercado:**
 - Métodos y técnicas para investigar el mercado.
 - Análisis de la competencia y segmentación del mercado.
- 3. Estrategias de Marketing:**
 - Desarrollo de un plan de marketing.
 - Segmentación, targeting y posicionamiento.
- 4. Marketing Digital:**
 - Uso de redes sociales.
 - Estrategias de contenido.
- 5. Branding y Comunicación:**
 - Creación y gestión de la marca.
 - Estrategias de comunicación y relaciones públicas.
- 6. Canales de Distribución:**
 - Selección y gestión de canales de distribución.
 - Estrategias de logística y distribución.
- 7. Técnicas de Ventas:**
 - Técnicas de ventas efectivas.
 - Desarrollo de relaciones comerciales y alianzas estratégicas.
- 8. Medición y Optimización:**
 - Herramientas y técnicas para medir el rendimiento de marketing.
 - Ajustes y optimización de campañas de comercialización.

Módulo 2: Definición de Precios y Estructura de Costos

- 1. Introducción a la Fijación de Precios:**
 - Importancia de la fijación de precios.
 - Estrategias y modelos de fijación de precios.
- 2. Factores que Influyen en el Precio:**
 - Costos, demanda, competencia y percepción del valor.
 - Análisis del entorno y tendencias del mercado.
- 3. Métodos de Fijación de Precios:**
 - Fijación de precios basada en costos.
 - Fijación de precios basada en el valor percibido.
 - Fijación de precios basada en la competencia.
- 4. Estructura de Costos:**
 - Identificación de costos fijos y variables.
 - Cálculo del punto de equilibrio.
- 5. Costeo de Productos y Servicios:**
 - Métodos de costeo: costeo directo y costeo absorbente.
 - Asignación de costos indirectos.
- 6. Análisis de Rentabilidad:**
 - Cálculo del margen de contribución y rentabilidad.
 - Análisis del punto de equilibrio y su importancia.
- 7. Ajustes de Precios:**
 - Estrategias para ajustar precios en respuesta a cambios del mercado.
 - Descuentos, promociones y precios psicológicos.

8. Herramientas de Presupuestación:

- Desarrollo y gestión de presupuestos.
- Control de costos y seguimiento presupuestario.

Módulo 3: Contabilidad, Gestión y Asociatividad**1. Fundamentos de la Contabilidad:**

- Introducción a la contabilidad.
- Principios y conceptos básicos contables.

2. Registro de Transacciones:

- Sistemas de contabilidad y registros contables.
- Elaboración de libros contables: diario y mayor.

3. Estados Financieros Básicos:

- Balance general, estado de resultados y flujo de efectivo.
- Interpretación de estados financieros.

4. Gestión Financiera:

- Análisis financiero: ratios financieros básicos y su interpretación.
- Planificación financiera y gestión del flujo de caja.

5. Cumplimiento Fiscal:

- Obligaciones fiscales y tributarias.
- Preparación y presentación de declaraciones fiscales.

6. Asociatividad y Redes Empresariales:

- Importancia de la asociatividad en el emprendimiento.
- Tipos de asociaciones empresariales y redes de colaboración.

7. Gestión de Asociaciones:

- Creación y gestión de asociaciones empresariales.
- Beneficios y desafíos de la colaboración entre emprendedores.

Módulo 4: Búsqueda de Recursos Públicos**1. Introducción a los Recursos Públicos:**

- Tipos de recursos públicos disponibles para emprendedores.
- Importancia del financiamiento público.
- Identificación de Fuentes de Financiamiento:
- Programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento.
- Subvenciones, becas y fondos públicos.

2. Acceso a Créditos y Subvenciones:

- Requisitos y procedimientos para acceder a financiamiento público.
- Elaboración de propuestas y solicitudes de subvenciones.

3. Incentivos Fiscales y Beneficios Tributarios:

- Incentivos fiscales disponibles para emprendedores.
- Cómo aprovechar los beneficios tributarios.

4. Programas de Formación y Capacitación:

- Programas públicos de formación y desarrollo.
- Oportunidades de capacitación y networking.

5. Asesoramiento y Apoyo Institucional:

- Organismos e instituciones que brindan apoyo a emprendedores.
- Servicios de asesoramiento y mentoring.

6. Gestión de Proyectos Financiados:

- Planificación y gestión de proyectos con financiamiento público.
- Monitoreo y evaluación del impacto de los proyectos.

7. Casos de Éxito y Buenas Prácticas:

- Análisis de casos de éxito de emprendimientos financiados con recursos públicos.
- Buenas prácticas en la gestión de fondos públicos.

VERIFICADOR: El ejecutor/a deberá presentar programa del curso previo al inicio, presentaciones con contenido de cada módulo, evaluación final de cada alumno, certificación del curso y diploma de honor en caso de aprobación por alumno.

4) CURSO DENOMINADO “El impacto de la buena atención en tu negocio”:

PRODUCTO: El curso debe tener las siguientes características:

- a. Duración: 32 hrs presenciales y 8 hrs asincrónicas
- b. Cupos: 30 a 40 alumnos
- c. N° Sesiones: 4
- d. Metodología teórico- práctico
- e. Jornada Completa
- f. Salón de Capacitación para la totalidad de personas
 - i. formato semi círculo
 - ii. Sillas y mesas para cada alumno
 - iii. Sala con equipos
- g. Incluye desayuno, Coffe break, almuerzo, Coffe break
- h. Incluye carpeta con material de apoyo
- i. Incluye pendrive con presentaciones y textos de referencia
- j. Fechas ejecución: Entre 1 de agosto y 30 de noviembre
- k. Lugar de ejecución: 4 sesiones de 8 horas en cada territorio. Territorio 1: Carahue, Puerto Saavedra y Nueva imperial. Territorio 2: Teodoro Schmidt y Toltén.
- l. Contenidos de cada módulo:

Módulo 1: Fundamentos de la Atención al Cliente

1. Introducción a la Atención al Cliente:

- Definición e importancia de la atención al cliente.
- Diferencias entre atención al cliente y servicio al cliente.
- Expectativas del Cliente
- Identificación y gestión de expectativas del cliente.
- Cómo superar las expectativas del cliente.

2. Comunicación Efectiva:

- Principios de la comunicación verbal y no verbal.
- Técnicas de escucha activa.
- Uso del lenguaje positivo.
- Habilidades Interpersonales
- Empatía y su importancia en la atención al cliente.
- Desarrollo de relaciones a largo plazo con los clientes.

3. Resolución de Problemas:

- Identificación de problemas comunes.
- Técnicas para resolver problemas de manera efectiva y rápida.
- Manejo de Quejas y Reclamos
- Estrategias para manejar quejas.
- Transformar una queja en una oportunidad.

4. Profesionalismo y Ética:

- Comportamiento profesional en diferentes situaciones.
- Ética y responsabilidad en la atención al cliente.
- Evaluación y Retroalimentación
- Métodos para evaluar la satisfacción del cliente.
- Cómo usar la retroalimentación para mejorar el servicio.

Módulo 2: Habilidades de Comunicación

1. Comunicación Intercultural:

- Adaptación a diversas culturas y expectativas.
- Barreras culturales en la comunicación.

2. Técnicas de Negociación:

- Estrategias de negociación efectivas.
- Cómo encontrar soluciones win-win.

3. Manejo de Clientes Difíciles:

- Tipos de clientes difíciles y cómo manejarlos.
- Técnicas para enfrentar situaciones tensas.

4. Atención al Cliente en Canales Digitales:

- Uso de redes sociales para la atención al cliente.
- Manejo de críticas y comentarios en línea.

5. Inteligencia Emocional:

- Desarrollo de la inteligencia emocional.

- Aplicación de la inteligencia emocional en la atención al cliente.

Módulo 3: Gestión y Estrategias de Atención al Cliente con enfoque al turismo y sus productos y servicios relacionados.

- 1- Estrategias de Atención al Cliente:**
 - Desarrollo de una estrategia de atención al cliente.
 - Alineación de la estrategia con los objetivos empresariales.
- 2- Gestión de Equipos de Atención al Cliente:**
 - Liderazgo y motivación de equipos.
 - Capacitación y desarrollo continuo del personal.
- 3- Medición de la Satisfacción del Cliente:**
 - Técnicas y herramientas para medir la satisfacción.
 - Análisis e interpretación de resultados.
- 4- Programas de Fidelización:**
 - Desarrollo e implementación de programas de fidelización.
 - Medición de la efectividad de estos programas.
- 5- Innovación en Atención al Cliente:**
 - Identificación y adopción de nuevas prácticas y tendencias.
 - Fomento de una cultura de innovación.
- 6- Gestión de Crisis:**
 - Planificación y manejo de situaciones de crisis.
 - Comunicación efectiva durante una crisis.
- 7- Experiencia del Cliente:**
 - Diseño y gestión de la experiencia del cliente.
 - Uso de mapas de viaje del cliente.
- 8- Evaluación y Mejora Continua:**
 - Implementación de ciclos de mejora continua.
 - Uso de feedback y datos para mejorar procesos.
- 9- Relato histórico:**
 - Como agregar valor a través del contexto histórico
 - Como agregar valor a través de la multiculturalidad.

Módulo 4: Atracción de clientes a través del diseño y su aplicación

1. Introducción al Diseño y la Estética en los Negocios

- Definición y principios básicos: Qué es el diseño y la estética, y cómo influyen en la percepción del producto o servicio.
- Historia del diseño en el marketing: Evolución y ejemplos de cómo el diseño ha transformado marcas y productos.
- Importancia de la primera impresión: Cómo la estética y la imagen afectan las decisiones de compra y la confianza del consumidor.

2. Elementos Clave del Diseño de Producto

- Diseño funcional vs. diseño estético: Equilibrio entre funcionalidad y atractivo visual.
- Materiales y acabados: Cómo los materiales y acabados influyen en la percepción de calidad.
- Ergonomía y usabilidad: Importancia de la comodidad y la facilidad de uso en el diseño de productos.
- Innovación y tendencias: Mantenerse al día con las tendencias de diseño para ofrecer productos contemporáneos.

3. Diseño Gráfico y Branding

- Identidad visual: Creación de logotipos, paletas de colores y tipografías coherentes con la marca.
- Packaging y diseño de empaque: Cómo un empaque atractivo puede captar la atención y comunicar el valor del producto.
- Comunicación visual: Uso de gráficos, imágenes y videos para comunicar mensajes de manera efectiva.
- Coherencia de marca: Mantener una imagen coherente a través de todos los puntos de contacto con el cliente.

4. Estética en Servicios

- Diseño de espacios y experiencias: Importancia del diseño en la creación de ambientes físicos y experiencias de servicio.
- Interfaz y experiencia de usuario: Diseño de interfaces digitales intuitivas y atractivas.
- Atención al detalle: Cómo pequeños detalles estéticos pueden mejorar la percepción y satisfacción del cliente.
- Personalización y exclusividad: Cómo la estética puede ser utilizada para ofrecer experiencias personalizadas y exclusivas.

5. Impacto del Diseño y la Estética en la Percepción del Valor

- Psicología del consumidor: Cómo el diseño y la estética influyen en la percepción y el comportamiento del consumidor.
- Percepción de calidad: Relación entre la estética del producto y la percepción de su calidad y valor.
- Diferenciación y posicionamiento: Cómo un diseño distintivo puede diferenciar un producto o servicio en el mercado.
- Rentabilidad del buen diseño: Ejemplos y estudios de caso que demuestran el retorno de inversión de un buen diseño.

5) CURSO DENOMINADO “Como entender al cliente y las redes afectan de manera positiva mis ventas”:

PRODUCTO: El curso debe tener las siguientes características:

- a. Duración: 32 hrs presenciales y 8 hrs asincrónicas
- b. Cupos: 30 a 40 alumnos
- c. N° Sesiones: 4
- d. Metodología teórico- práctico
- e. Jornada Completa
- f. Salón de Capacitación para la totalidad de personas
 - i. formato semi circulo
 - ii. Sillas y mesas para cada alumno
 - iii. Sala con equipos
- g. Incluye desayuno, Coffe break, almuerzo, Coffe break
- h. Incluye carpeta con material de apoyo
- i. Incluye pendrive con presentaciones y textos de referencia
- j. Fechas ejecución: Entre 1 de agostos y 30 de noviembre
- k. Lugar de ejecución: 4 sesiones de 8 horas en cada territorio. Territorio 1: Carahue, Puerto Saavedra y Nueva imperial. Territorio 2: Teodoro Schmidt y Toltén.
- l. Contenidos de cada módulo:

Módulo 1 y 2: Atracción de clientes a través del diseño y su aplicación

1. Introducción al Diseño y la Estética en los Negocios

- Definición y principios básicos: Qué es el diseño y la estética, y cómo influyen en la percepción del producto o servicio.
- Historia del diseño en el marketing: Evolución y ejemplos de cómo el diseño ha transformado marcas y productos.
- Importancia de la primera impresión: Cómo la estética y la imagen afectan las decisiones de compra y la confianza del consumidor.

2. Elementos Clave del Diseño de Producto

- Diseño funcional vs. diseño estético: Equilibrio entre funcionalidad y atractivo visual.
- Materiales y acabados: Cómo los materiales y acabados influyen en la percepción de calidad.
- Ergonomía y usabilidad: Importancia de la comodidad y la facilidad de uso en el diseño de productos.
- Innovación y tendencias: Mantenerse al día con las tendencias de diseño para ofrecer productos contemporáneos.

3. Diseño Gráfico y Branding

- Identidad visual: Creación de logotipos, paletas de colores y tipografías coherentes con la marca.
- Packaging y diseño de empaque: Cómo un empaque atractivo puede captar la atención y comunicar el valor del producto.
- Comunicación visual: Uso de gráficos, imágenes y videos para comunicar mensajes de manera efectiva.
- Coherencia de marca: Mantener una imagen coherente a través de todos los puntos de contacto con el cliente.

4. Estética en Servicios

- Diseño de espacios y experiencias: Importancia del diseño en la creación de ambientes físicos y experiencias de servicio.
- Interfaz y experiencia de usuario: Diseño de interfaces digitales intuitivas y atractivas.
- Atención al detalle: Cómo pequeños detalles estéticos pueden mejorar la percepción y satisfacción del cliente.
- Personalización y exclusividad: Cómo la estética puede ser utilizada para ofrecer experiencias personalizadas y exclusivas.

5. Impacto del Diseño y la Estética en la Percepción del Valor

- Psicología del consumidor: Cómo el diseño y la estética influyen en la percepción y el comportamiento del consumidor.
- Percepción de calidad: Relación entre la estética del producto y la percepción de su calidad y valor.
- Diferenciación y posicionamiento: Cómo un diseño distintivo puede diferenciar un producto o servicio en el mercado.
- Rentabilidad del buen diseño: Ejemplos y estudios de caso que demuestran el retorno de inversión de un buen diseño.

Módulo 3 y 4: Estrategias de Marketing Digital y su aplicación

1. Introducción al Marketing Digital

- Definición y conceptos básicos: Qué es el marketing digital y por qué es crucial en la actualidad.
- Evolución del marketing digital: Cómo ha cambiado el panorama del marketing con la digitalización.
- Beneficios del marketing digital: Comparación con el marketing tradicional, alcance, medición y costo.

2. Estrategias de SEO (Search Engine Optimization)

- Fundamentos del SEO: La importancia de las palabras clave.
- Investigación de palabras clave: Herramientas y técnicas para identificar palabras clave relevantes.
- Optimización de contenido: Mejores prácticas para crear contenido optimizado para motores de búsqueda.
- Link Building: Estrategias para obtener enlaces de calidad que mejoren el posicionamiento.

3. Marketing de Contenidos

- Creación de una estrategia de contenidos: Cómo planificar y desarrollar una estrategia efectiva de marketing de contenidos.
- Tipos de contenido: Blogs, videos, infografías, e-books, y otros formatos de contenido.
- Distribución de contenido: Plataformas y canales para distribuir contenido, incluyendo redes sociales y blogs.
- Medición y análisis: Herramientas y métricas para evaluar el rendimiento del contenido.

4. Publicidad Digital

- Introducción a PPC: Qué es la publicidad PPC y cómo funciona.
- Plataformas principales: Google ADS, Facebook ADS, LinkedIn ADS, y otras.
- Creación de campañas PPC: Diseño de anuncios efectivos, segmentación de audiencia y presupuestación.
- Optimización de campañas: Técnicas para mejorar el rendimiento y retorno de las campañas PPC.

5. Redes Sociales y Community Management

- Estrategias en redes sociales: Cómo desarrollar y ejecutar una estrategia efectiva en redes sociales.
- Gestión de comunidades: Creación y gestión de comunidades online, interacción con seguidores.
- Publicidad en redes sociales: Uso de plataformas de publicidad como Facebook, Instagram, LinkedIn y Twitter.
- Análisis de rendimiento: Métricas y herramientas para medir el impacto de las estrategias en redes sociales.

6) CEREMONIA CURSOS DE CAPACITACIÓN

PRODUCTO: La ceremonia debe tener las siguientes características:

- a. Duración: 04 hrs
- b. Cupos: 80 personas
- c. Salón de Eventos de un hotel de Temuco que cuente con capacidad para 150 personas.
- d. Incluye Branch de carnes, ave, vegetales y Branch de frutas y postre para asistentes
- e. Fechas ejecución: Noviembre o diciembre 2024
- f. Lugar de ejecución: Temuco
- g. Debe incorporar Charla de cierre con expositor de referencia nacional

VERIFICADOR: El ejecutor/a deberá presentar programa de la ceremonia previo al inicio, presentar expositor contratado y material audiovisual de la ceremonia evaluación.

7) FORMALIDAD CON USUARIOS

PRODUCTO: Ocuparse de firma de documentos y comunicación con usuarios.

- a. Firma de carta de compromiso de participación en curso en tiempo y forma.
- b. Realizar listado de matriculados, asistencias y evaluaciones.
- c. Seguimiento y confirmación de asistencia a clases por usuario matriculado.
- d. Realizar encuesta de satisfacción que contenga nombre, rut y curso realizado. (La encuesta a realizar tiene que ser presentada a Daniela Quintana, directora del programa)

VERIFICADOR: El ejecutor debe entregar como parte integrante del informe técnico final los puntos mencionados anteriormente.

6. FORMATO DE LA PROPUESTA TÉCNICA.

TÍTULO.	FORMATO DE LA PROPUESTA TÉCNICA (SOLICITADA AL OFERENTE).
Identificación general del servicio.	Se debe identificar el nombre del proyecto; la localización de éste; el tiempo de ejecución del proyecto (indicar fecha de inicio y fecha de término); nombre del proyecto y nombre del Profesional responsable.
Descripción del servicio.	Se debe indicar: a) Antecedentes; b) Objetivo General y Objetivos Específicos del Proyecto; c) Descripción de las etapas y actividades que involucra el proyecto, junto a la Carta Gantt y sus medios de verificación; y d) Productos esperados de la ejecución del proyecto
Experiencia del Consultor.	Se debe acreditar la experiencia que tiene el postulante a través de proyectos y actividades que ha desarrollado, y que digan relación con su competencia para ejecutar proyectos acordes a la temática de la presente licitación. No se considerará experiencia que no se encuentre respaldada con Certificados de Experiencia de acuerdo con lo solicitado en las presentes Bases.

7. FORMATO PROPUESTA ECONÓMICA.

TÍTULO.	FORMATO PROPUESTA ECONÓMICA (SOLICITADA AL OFERENTE).
Descripción.	<p>Se debe dar cuenta del resumen financiero del proyecto, según Anexo Formato de Oferta Económica.</p> <p>El ítem presupuestario y financiero del proyecto, se deberá expresar en pesos chilenos, con todas sus cifras, incorporando los impuestos asociados a la naturaleza del gasto. Esto significa que, en los montos totales solicitados, <u>se entienden incluidas las cargas tributarias que corresponden</u>. En ningún caso se aceptará que, en la cantidad total solicitada, se agregue la frase “más impuesto” o “más IVA”.</p> <p>La oferta económica no podrá superar el monto total aprobado para la presente licitación, siendo causal de inadmisibilidad de la oferta el no cumplimiento de este requisito.</p> <p>La variación de los costos contemplados durante la ejecución del proyecto será de absoluta responsabilidad del Oferente que se adjudique la presente Licitación.</p>

8. PRODUCTOS ESPERADOS.

TÍTULO.	PRODUCTOS ESPERADOS.
Descripción.	<p>Los indicados en el punto 5 de las Bases Técnicas Específicas.</p> <p>Se espera que con esta Licitación se realice un acompañamiento efectivo a cada beneficiario apoyado por la Universidad, así también la realización de seguimiento en terreno y asistencia técnica para las distintas etapas, con el fin de apoyar la correcta ejecución del Concurso asociado a esta Licitación.</p>

9. EQUIPO DE TRABAJO PARA EL LOGRO DE LOS PRODUCTOS.

Para el desarrollo de las actividades el oferente deberá contar con un equipo de trabajo compuesto por los siguientes perfiles: de las Ciencias Económicas, Empresas o Administrativas, que deberán prestar solo se podrán hacer cambios de profesionales del equipo, en caso grave y/o fortuito, debiendo solicitar por escrito la autorización respectiva a la directora del programa. y presentar en su reemplazo un currículum profesional, que tenga las mismas características, como experiencia, título Profesional

y grado académico o equivalente, del (la) profesional reemplazado (a), que no altere la correcta ejecución en tiempo y forma del proyecto.

Para efectos de dar cumplimiento a lo anterior, se requiere que se adjunte, la acreditación de la disposición actual de la infraestructura para la ejecución del servicio. El plazo para acompañar dicho documento será hasta la suscripción del contrato del oferente adjudicado.

Cargo	Perfil	Función
01 coordinador/a	Profesional titulado/a de las Ciencias Económicas, Empresas o Administrativas, con experiencia en trabajo con población Indígena. Para lo cual se debe adjuntar copia simple del certificado de título y certificados de experiencia laboral.	Será la contraparte técnica de la consultora adjudicada, y a la vez forma parte del equipo técnico de trabajo en terreno con los/las beneficiarias del concurso público.
01 profesionales/	Profesional y/o Técnico titulado(a) de las Ciencias Económicas, Empresas o Administrativas, con experiencia dando clases nivel universitario o técnico. Para lo cual se debe adjuntar copia simple del certificado de título y certificados de experiencia laboral.	Las funciones serán, netamente de trabajo en terreno con las/los beneficiarias/os del programa.
01 apoyo Administrativo	Secretaria/o. Se debe adjuntar copia simple del certificado de título profesional y certificados de experiencia laboral.	Las funciones administrativas serán de exclusividad para el desarrollo del proyecto.

***Es obligación anexar documentos de respaldo en lo referente a cédula de identidad, títulos y experiencia laboral de cada miembro del equipo de trabajo. Los certificados de experiencia no podrán ser emitidos por la misma entidad licitante respecto de sus trabajadores.**

En relación con lo anterior, cabe hacer presente que, los certificados de experiencia deben señalar de manera clara el periodo en que se prestaron los correspondientes servicios. En el evento de que no se señale con claridad el plazo, dicho certificado no podrá ser tomado en consideración para efectos de la evaluación.

Además, cabe hacer presente que, dichos certificados no pueden ser emitidos por el propio oferente.

10. DE LA EVALUACIÓN.

La evaluación técnica de las ofertas se realizará sobre la base de factores relativos a la calidad y contenido de la oferta, así como los antecedentes de los profesionales propuestos para el trabajo. Será responsabilidad de los oferentes proporcionar con su oferta todos los antecedentes relevantes para que en la evaluación técnica se puedan analizar y ponderar adecuadamente todos los elementos y componentes que integren las respectivas ofertas.

10.1. METODOLOGÍA DE ASIGNACIÓN DE PUNTAJE

1. Cada evaluador asignará un puntaje a cada uno de los criterios de evaluación por oferente.
2. Cada evaluador sumará todos los puntajes de cada criterio para determinar el puntaje final de la Propuesta Técnica.
3. Posteriormente se sumarán cada una de las evaluaciones y se promediará.
4. El promedio que es equivalente al puntaje mínimo para seguir participando de la Licitación en la fase siguiente de Evaluación Económica y Evaluación Final, será de 60 puntos.

10.2. PAUTA DE EVALUACIÓN.

La evaluación de las ofertas se hará con una escala de 1 a 100; para ello la comisión de evaluación ponderará los siguientes factores.

<p>Experiencia del equipo técnico 25%.</p>	<p>Evalúa la conformación del equipo profesional y técnico y la experiencia de éste en materias afines al servicio licitado:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Experiencia acreditada mayor a 4 años en materias afines al servicio (100 puntos). * Experiencia acreditada entre 4 a 3 años en materias afines al servicio (80 puntos). * Experiencia acreditada entre 3 a 2 años en materias afines al servicio (60 puntos). * Experiencia acreditada más de 2 a 1 años en materias afines al servicio (40 puntos). * Experiencia acreditada entre 1 a 0 años en materias afines al servicio (20 puntos). * Sin experiencia acreditada: 0 punto
<p>Experiencia del oferente 10%.</p>	<p>Evalúa la experiencia del oferente en materias afines al servicio licitado:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Con más de 3 años de experiencia acreditada en materias afines al proyecto (100 puntos). * Entre 1 a 3 años de experiencia acreditada en materias afines al proyecto (60 puntos). * Menos de 1 año de experiencia acreditada en materias afines al proyecto (0 puntos).
<p>Metodología de trabajo en relación con los objetivos del proyecto 25%.</p>	<ul style="list-style-type: none"> * La Metodología del trabajo propuesta es totalmente coherente y pertinente para el logro de los objetivos y productos (100 puntos). * La Metodología del trabajo propuesta es en gran parte coherente y pertinente para el logro de los objetivos y productos (80 puntos). * La Metodología del trabajo propuesta es medianamente coherente y pertinente para el logro de los objetivos y productos (40 puntos). * La Metodología del trabajo propuesta no es coherente y pertinente para el logro de los objetivos y productos (0 puntos).
<p>Coherencia entre programación de las actividades, carta Gantt,</p>	<ul style="list-style-type: none"> * La programación de las actividades es totalmente coherente con la carta Gantt presentada, garantizando el logro de los productos asociados en el periodo consignado en el mismo, y se muestra acorde a la oferta económica (100 puntos).

<p>productos asociados y oferta económica 20%.</p>	<ul style="list-style-type: none"> * La programación de las actividades es en gran parte coherente con la carta Gantt presentada, garantizando el logro de los productos asociados en el periodo consignado en el mismo, y se muestra acorde a la oferta económica (80 puntos). * La programación de las actividades es medianamente coherente con la carta Gantt presentada, garantizando el logro de los productos asociados en el periodo consignado en el mismo, y se muestra acorde a la oferta económica (40 puntos). * La programación de las actividades no es coherente con la carta Gantt presentada, garantizando el logro de los productos asociados en el periodo consignado en el mismo, y se muestra acorde a la oferta económica (0 puntos).
<p>Servicios adicionales 15%</p> <p><u>Solo se considerará:</u> Todas las acciones o instrumentos formativos que se generen, estas deben ser dirigida a los beneficiarios/as del programa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> * El oferente presenta servicios adicionales que agregan alto valor a la oferta (100 puntos). * El oferente presenta servicios adicionales que agregan valor a la oferta (80 puntos). * El oferente presenta servicios adicionales que agregan mediano valor a la oferta (60 puntos). * El oferente presenta servicios adicionales que agregan bajo valor a la oferta (40 puntos). * El oferente presenta servicios adicionales que no agregan valor a la oferta (0 puntos).
<p>Desarrollo de módulos 5%.</p>	<ul style="list-style-type: none"> * Oferente presenta los antecedentes en tiempo y forma (100 puntos). * Oferente desarrolla contenidos de cada módulo y entrega contenido adicional respecto al conocimiento específico.

Posteriormente las evaluaciones deberán ponderarse de acuerdo a los factores correspondientes, los cuales se sumarán dando como resultado la nota final del oferente.

ANEXO N.º 1: IDENTIFICACION DEL PROVEEDOR

- 1.- NOMBRE O RAZON SOCIAL DEL OFERENTE
- 2.- NOMBRE DE FANTASÍA, si procede
- 3.- RUT
- 4.- DOMICILIO
- 5.- FONO
- 6.- MAIL
- 7.- NOMBRE REPRESENTANTE LEGAL (con facultades formales para suscribir contratos, objeto de esta licitación)
- 8.- RUT. REPRESENTANTE LEGAL
- 9.- DOMICILIO REPRESENTANTE LEGAL

Declaro haber tomado conocimiento de todos los antecedentes contenidos en las Bases Administrativas, Especificaciones Técnicas, Aclaraciones y cualquier documento que forme parte de la LICITACIÓN y aceptar expresamente dichos contenidos.

NOMBRE, FIRMA Y RUT OFERENTE Y/O REPRESENTANTE LEGAL

_____, a ____ de _____ del año 2024.

ANEXO N°2

FORMATO OFERTA TÉCNICA

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO.

<p>1. Nombre del Proyecto: El nombre del proyecto debe indicar acerca de su contenido, guardando relación con el grupo a atender y los servicios que se entregarán.</p>		
<p>2. Breve descripción del proyecto: Breve descripción de lo que se va a realizar.</p>		
<p>3. Localización: Especifique el territorio en el cual se desarrollará el proyecto, identificando la(s) comuna(s).</p>		
<p>4. Identificación del Ejecutor.</p>		
<p>Nombre o Razón Social:</p>		
<p>R.U.T.</p>		
<p>Dirección:¹</p>		
Teléfono:		E-Mail:

2.2. Describir Etapa, Productos, Actividades, Medios de Verificación, Recursos por Actividad, Responsables, Plazos de las Actividades (Inicio-Termino) y Metodología para abordar la actividad. Se deberá especificar la forma en que se organizará el equipo técnico para ejecutar en forma coordinada el proyecto, identificando los roles y responsabilidades que asumirá cada uno de ellos, completando la siguiente tabla.

Incorporar además organigrama del equipo de trabajo.

<u>Etapa y Productos</u>	<u>Actividad/es</u>	<u>Medios de verificación</u>	<u>Recursos por actividad</u>	<u>Responsables</u>	<u>Plazos de las actividades</u>	<u>Metodología para abordar la actividad.</u>
Etapa N° 1 Producto N° 1:	1.- 2.- 3.-	1.- 2.- 3.-	Recursos humanos: Recursos materiales:	Nombres de los profesionales que realizarán la actividad.	Inicio: Semana -mes - año Término: Semana -mes - año	

2.3. Difusión. Describa los mecanismos que se utilizarán para difundir: La implementación y los resultados del proyecto.

2.4. Participación: Especifique cómo incentivará la participación del conjunto de los/las beneficiarias en las actividades propuestas.

--

2.5. Programación²: Especifique Cronograma y Carta Gantt.

--

2.6. Servicios Adicionales: Especifique. Si no ofrece servicios adicionales debe señalarlo.

--

3. ANTECEDENTES DEL EQUIPO EJECUTOR.

Desarrollar los siguientes puntos considerando las características específicas del equipo técnico y profesional que ejecutará el proyecto.

Es obligación anexar documentos de respaldo en lo referente a cédula de identidad, títulos y experiencia laboral.

²La Programación de Actividades se debe considerar un horizonte de tiempos en meses, desagregado por semana, según lo que indiquen las Bases Técnicas de la Licitación. Se debe agregar filas y columnas según sea necesario.

3.1. Identificación del Equipo. (En consideración del perfil requerido). Para ello complete los siguientes datos por cada una de las personas que conformarán el equipo ejecutor.

Nombre	Profesión u Oficio	Función o Rol	Disponibilidad y Dedicación (mes / semana)	Sueldo (M\$ mes)

Se debe adjuntar una síntesis del Currículum del Coordinador/a de Proyecto, Profesional/Técnico de Apoyo, y Apoyos Administrativos, firmado, de acuerdo al formato "Antecedentes Curriculares del Equipo Profesional Ejecutor" de este mismo formulario de presentación de proyecto.

Equipamiento. (Adjuntar acreditación según lo que solicite las bases)

Se deberá especificar todo el equipamiento que se utilizarán durante la implementación del Servicio. La cual se debe acreditar de acuerdo a lo solicitado en las bases.

**NOMBRE, FIRMA Y RUT OFERENTE Y/O REPRESENTANTE LEGAL Y/O APODERADO
COMÚN DE UTP.**

_____, a _____ de _____ de 2024

ANEXO N°3

FORMATO OFERTA ECONÓMICA

1. OFERENTE

1.1. Identificación del Consultor(a)					
1.2. Nombre Proyecto					
1.3. Nombre Coordinador					
1.4. Localización del Coordinador	Dirección:				
	Correo Electrónico:				
	Teléfonos (Fijo – Celular):				
1.5. Tiempo Ejecución	Fecha de Inicio			Fecha de Término	

2. PRESUPUESTO GENERAL DEL PROYECTO

ITEM	DETALLE ITEM PERSONAL	VALOR ITEM (\$)
Personal		
Subtotal Item Personal		
Ítemxxxx		
Ítemxxxx		
Ítem xxxx		
Total, Neto		
Impuesto		
MONTO OFERTA ECONÓMICA (\$)		

El formato no permite entregar información relevante de la distribución de los recursos destinados a la ejecución del proyecto. Se debe modificar según cada requerimiento de Unidad.

NOMBRE, FIRMA Y RUT OFERENTE Y/O REPRESENTANTE LEGAL Y/O APODERADO COMÚN DE UTP.

_____, a _____ de _____ de 2024

ANEXO N°4

FORMATO CURRICULUM VITAE

1.- FUNCIONES QUE DESARROLLARA ESTE ESTUDIO

Cargo	
Descripción de las funciones	

2. ANTECEDENTES
PERSONALES

Nombre	
Rut	
Fecha de nacimiento	
Nacionalidad	
Estado civil	
Profesión	
Dirección	
Fono	
Celular	
Correo Electrónico	

3. ANTECEDENTES ACADEMICOS

3.1 ENSEÑANZA SUPERIOR

Periodo	
Institución Académica	
Profesión	

Periodo	
Institución Académica	
Profesión	

3.2 POSTGRADOS Y PERFECCIONAMIENTOS (ATINGENTES A LA TEMÁTICA DE ESTUDIO Y
POBLACIÓN OBJETIVO)

Periodo	
Institución Académica	
Grado Académico y/o Especialización	

4. ANTECEDENTES
LABORALES

(ESPECIFICAMENTE VINCULADOS A:

- TEMÁTICA DEL ESTUDIO
- POBLACIÓN OBJETIVO
- METODOLOGÍA DE ESTUDIO, Estos deben ser acreditados por medio de certificación de la experiencia)

Periodo	
Empresa o Institución	
Rut	
Dirección	
Ciudad	
Fono	
Descripción de la labor desempeñada	

5. OTROS ANTECEDENTES (SEMINARIOS, ENCUENTROS, CONGRESOS, ETC)

Fecha	
Nombre	
Lugar	

Firma Profesional

_____, a ____ de ____ de 2024.

ANEXO N ° 5

CARTA COMPROMISO JORNADA LABORAL

Sres.

Universidad Autónoma de Chile

Presente.

Nombres :
Apellidos :
Cédula de Identidad :
Profesión :
Domicilio (Dirección :
Particular)
Fono :

Me comprometo a participar _____ horas (semanales) en la ejecución de la consultoría para la ejecución de la licitación pública para la empresa _____ hasta su finalización. Informando que mis actuales compromisos laborales son _____.

Firma Profesional

_____, a _____ de _____ de 2024.

ANEXO N °6

CARTA GANTT

(sin Formato)

**NOMBRE, FIRMA Y RUT OFERENTE Y/O REPRESENTANTE LEGAL Y/O APODERADO
COMÚN DE UTP.**

_____, a _____ de _____ de 2024