Bases administrativas y técnicas de licitación

Asesoría Comunicacional

"Programa Territorial Integrado (PTI) Turismo Sostenible San Pedro de Atacama

22PTI-230288-4

1. Cuadro Resumen

Código del proyecto:	22PTI-230288-4
Nombre del programa:	Programa Territorial Integrado (PTI) "Turismo Sostenible Destino Turístico San Pedro de Atacama"
Ejecución:	II Región
Responsable:	CDPR Antofagasta
Administración:	Agente Operador Intermediario - Gedes
Duración estimada del servicio	10 meses
Servicio:	Asesoría
Monto Aprobado Máximo :	$ 10.000.000

2. Contexto y justificación

El PTI Turismo Sostenible San Pedro de Atacama requiere una gestión comunicacional planificada y continua que permita visibilizar sus objetivos, acciones, avances y resultados; divulgar buenas prácticas de sostenibilidad turística; fortalecer el posicionamiento del destino y comunicar oportunamente las actividades impulsadas por el Programa y sus actores vinculados.

Los Programas Territoriales Integrados PTI son un programa de CORFO. El objetivo general de los Programas Territoriales Integrados — PTI, es apoyar la coordinación y articulación de acciones y proyectos destinados a mejorar la competitividad de un territorio. Ello a través de un conjunto de acciones que fomenten el desarrollo productivo sustentable de cadenas de valor y/o sectores con potencial de escalamiento y de impacto estratégico en la economía regional y/o local.

Objetivo general del PTI Turismo Sostenible Destino San Pedro de Atacama

Poner en marcha un modelo de gestión del destino turístico que contribuya al fortalecimiento de la cadena de valor turística de la comuna de San Pedro para la práctica de actividades en la naturaleza en contacto con la cultura, historia y las tradiciones identitarias, a través del desarrollo de un turismo sostenible, inclusivo y resiliente, que permita acelerar la recuperación económica del sector, mediante la articulación y coordinación de los principales actores públicos y privados que inciden en este Destino Turístico

Objetivos Específicos

OE1 Implementar acciones que permitan la mejora de condiciones de recepción, el desarrollo sustentable y resguardo del medioambiente en torno al destino como territorio en el cual se articulan y ejecutan las actividades turísticas de empresas y emprendimientos de la cadena de valor asociada a la naturaleza y el contacto con la cultura, historia y las tradiciones identitarias.

OE2 Actualizar y ejecutar una estrategia de promoción del Destino, posicionando el territorio a nivel nacional e internacional como un destino turístico sostenible considerando aspectos relacionados al manejo de residuos, capacidad de carga, huella hídrica y de carbono.

OE3 Diseñar e implementar experiencias turísticas articuladas en entorno al turismo sostenible e inclusivo

OE4 Mejorar la competitividad de las empresas en el destino turístico, alcanzando mejores niveles de sofisticación y diversificación que permita establecer una gestión eficiente de la comercialización focalizada.

La asesoría se debe enfocar en resaltar , difundir y divulgar las temáticas de desarrollo turístico sostenible enfocado a la planificación territorial y la gestión de destino, iniciativas de gestión hídrica y de residuos, articulación público, privada y comunidad, distinciones de sostenibilidad, electromovilidad. Resaltar los atributos del destino para su desarrollo sostenible articulando con otras iniciativas de fomento e innovación de distintas organizaciones.

La asesoría deberá combinar una gestión comunicacional permanente —planificación editorial, administración de canales de comunicación, actualización web, coordinación, seguimiento de métricas y respaldo documental— con acciones de difusión y cobertura asociadas a actividades, hitos y líneas de trabajo específicas. Estas dos dimensiones deberán informarse por separado para evitar duplicidades y facilitar la verificación del servicio.

3. Objetivo general

Contratación de técnico, profesional de las comunicaciones, ciencias sociales o relaciones públicas que realice el plan de medios y asesoría comunicacional que "Considera diseño y ejecución de estrategia comunicacional, difusión en medios masivos, entrega de información, apoyo a la gestión de producción de eventos, promoción y difusión del PTI en diversas RRSS, plataformas y medios. Implica la creación de cápsulas audiovisuales, gestión de RRSS y diseño de piezas gráficas".

4. Objetivos específicos

- Diseñar y presentar una estrategia comunicacional para el posicionamiento del PTI Turismo Sostenible, sus acciones y actividades.
- Planificación de contenidos para redes sociales, la cual debe incluir creación de contenido estratégico que permita aumentar el alcance y la interacción con la audiencia, en las cuentas de Facebook, LinkedIn, Twitter e Instagram.
- Crear material de difusión por medio de graficas, creación audiovisual, entrevistas, promover casos de éxito , cuñas entre otras para generar publicaciones en medios digitales e impresos.
- Generar un reporte mensual de gestión comunicacional, este debe incluir enlaces de medios digitales y/o respaldos de medios impresos, debe reportar alcance e interacciones cuando corresponda y/o se solicite por parte del equipo PTI.

5. Resultados esperados

- Un plan de medios y comunicación para la gestión y posicionamiento del Programa PTI
- Gestión de redes sociales y medios de comunicación por medio de publicaciones, notas de prensa de las actividades y acciones que el PTI ejecuta.
- Realizar cobertura en terreno de las actividades que el PTI requiera en base a la planificación y otras que se requieran y sean informadas por el equipo PTI.

- Generar un boletín, al menos de manera bimensual, para reportar a la partes interesadas el avance del programa.
- Se debe llevar el control de las redes sociales para monitorear comentarios o consultas que deban se respondidos de acuerdo con los lineamientos institucionales cuando corresponda.
- Gestión de medios, desarrollar e implementar un plan de relaciones públicas que permita la difusión del programa en medios especializados y la generación de alianzas estratégicas con actores relevantes del sector turismo.
- Imagen corporativa, potenciar la imagen del PTI mediante la creación de material audiovisual de calidad que permita mostrar de manera atractiva y efectiva los resultados y avances del programa, con el fin de ser utilizado en presentaciones y eventos.
- Redacción, levantar comunicados de prensa validados por la parte de comunicaciones de Corfo.
- Generar un reporte final de la asesoría que incorpore la totalidad de las acciones de comunicación , su alcance, cobertura e interacciones para la reportabilidad del programa.

6. Productos, entregables y verificadores

Producto	Periodicidad / plazo	Contenido mínimo	Medios de verificación
Plan comunicacional y de medios	Dentro de los primeros 10 días hábiles desde el inicio, salvo plazo distinto acordado en la reunión de arranque.	Documento que incluya objetivos, públicos, mensajes, canales, línea gráfica, grilla inicial, calendario, metodología de cobertura, indicadores, riesgos y estructura del repositorio. El plan debe contener alcance, medios impresos y comunicacionales propuestos, y redes verificables y enfocados en los objetivos del PTI. Este documento tiene que ser aprobado por el equipo gestor	Documento entregado a equipo gestor para su aprobación y ejecución.
Informe de gestión comunicacional y contenidos del mes	Dentro de los primeros 5 días hábiles del mes siguiente, salvo calendario acordado.	Documento con informe de gestiones comunicacionales de publicaciones, piezas gráficas/audiovisuales, actualizaciones web, difusión directa, coberturas y acciones de prensa ejecutadas. Este informe será la evidencia para el proceso administrativo de pago de servicios.	Informe mensual; enlaces/capturas; archivos fuente y finales; registros de difusión.
Boletín PTI Bimensual	Según calendario acordado.	Pieza grafica con información de los avances , actividades y principales hitos de desarrollo sostenible del programa.	Boletín disponible, aprobado y distribuido.

		Este debe ser distribuido mediante correo y redes sociales.	
Notas de Prensa	Según plan de actividades PTI	Notas de prensa, comunicados, boletines, entrevistas y/o contenidos que se hayan solicitado y aprobado.	Archivos editables y finales; evidencias de distribución/publicación.
Informe final de asesoría y contenidos para el cierre del Programa	Al término de la asesoría, en la fecha que determine el contrato.	Sistematización de acciones, hitos, productos, resultados, métricas acumuladas, casos destacados, aprendizajes y recomendaciones; apoyo en la elaboración de contenidos comunicacionales para el informe de cierre del PTI.	Informe final editable y PDF; resumen de resultados; carpeta final completa; piezas de cierre aprobadas.

7. Acciones comunicacionales mínimas

Producto	Número de acciones	Medio de verificación
Publicaciones Redes sociales	Se esperan al menos 30 publicaciones mensuales en Instagram y Facebook, además de posicionamiento en LinkedIn y X. Reel, Post e Historias	Informe de gestión y evidencia de publicación
Video resumen semanal	Al menos un video resumen de las acciones ejecutadas por el PTI	Se contabilizan por pieza publicada. Los videos resumen semanales pueden formar parte de esta meta y no se suman nuevamente como una categoría adicional.
Difusión de actividades	Al menos difusión previa, durante y después de cada evento. Cada actividad con un afiche promocional , sus acciones de difusión en los medios digitales e impresos que corresponda, y las notas de prensa y publicación correspondiente.	Informe de gestión y evidencia de publicación
Notas de prensa	Al menos una nota por actividad que incluye cuñas de las partes interesadas y/o asistentes según acuerdo con el equipo Gestor	Informe de gestión y evidencia de publicación
Boletín informativo	Se esperan al menos 8 boletines.	Boletín Aprobado y distribuido. Informe de gestión y evidencia de publicación

8. Indicadores y medios de verificación

El proveedor deberá llevar una matriz de control que permita comparar las metas comprometidas con la ejecución efectiva. Como mínimo, incluirá:

- Cantidad de publicaciones gráficas, reels/videos e historias por mes, canal y línea de trabajo.
- Cantidad de actividades cubiertas y porcentaje de productos comprometidos para cada actividad efectivamente ejecutada.
- Cantidad de notas de prensa preparadas, gestiones realizadas y publicaciones externas obtenidas.
- Cantidad de boletines elaborados y evidencia de distribución.
- Cantidad de contenidos web actualizados y acciones ejecutadas para la campaña de reservas integradas.
- Métricas disponibles por canal: alcance, impresiones, interacciones, visualizaciones, crecimiento de audiencia y clics, indicando período de medición y fuente.
- Porcentaje de productos con medios de verificación completos y cargados en SharePoint.
- Cumplimiento de plazos de entrega de grilla, informe mensual, actualización de repositorio e informe final.

9. Coordinación, modalidad de trabajo y cobertura en terreno

- La dedicación al proyecto será en Jornada Flexible, en cumplimiento con metas propuestas por proyecto. El servicio se ejecutará en modalidad mixta: trabajo remoto para planificación, producción y administración de canales, y participación presencial en las actividades que el equipo gestor determine y coordine.
- El proveedor deberá mantener coordinación permanente con el equipo gestor, asistir a reuniones de planificación y seguimiento presenciales o virtuales y responder oportunamente a solicitudes relacionadas con los productos contratados.
- La grilla editorial, los mensajes institucionales, las convocatorias, notas de prensa y contenidos sensibles deberán ser revisados por la contraparte antes de su publicación, de acuerdo con los plazos definidos en la reunión de inicio.
- El proveedor deberá contar con disponibilidad para coberturas en terreno en San Pedro de Atacama y otros lugares asociados a las actividades del PTI, previa coordinación. La propuesta deberá especificar disponibilidad, tiempos de respuesta, condiciones de desplazamiento y costos incluidos o excluidos.
- El proveedor no podrá publicar información institucional no validada ni divulgar datos personales, imágenes o testimonios sin las autorizaciones correspondientes cuando estas sean necesarias.

10. Repositorio y propiedad de los materiales

- Todo el material generado en el marco de la asesoría deberá entregarse al Programa y quedar disponible en el repositorio que determine el mandante, incluyendo fotografías originales y seleccionadas, videos, archivos de edición cuando existan, piezas gráficas, textos, invitaciones, afiches, boletines, notas de prensa, publicaciones, métricas y respaldos de distribución.

- El proveedor deberá cargar y actualizar mensualmente en SharePoint los antecedentes de la gestión comunicacional y sus medios de verificación. La información deberá estar ordenada, identificada y al día, sin depender exclusivamente de enlaces temporales o cuentas personales.
- La estructura mínima de carpetas será: 01_Planificación; 02_Grillas; 03_Piezas gráficas; 04_Fotografías y videos; 05_Publicaciones y redes; 06_Prensa y boletines; 07_Métricas; 08_Coberturas por actividad; 09_Informes mensuales; 10_Informe final.
- Cada archivo o conjunto de archivos deberá indicar, cuando corresponda, fecha, actividad o línea de trabajo, canal, tipo de producto y estado (borrador/final/publicado).
- Los materiales elaborados y contratados serán de propiedad de CORFO y GEDES para los fines del Programa, sin limitación territorial ni temporal, conforme a las condiciones contractuales. El proveedor deberá informar oportunamente cualquier elemento de terceros sujeto a licencia.

11. Perfil y experiencia requerida del oferente

Podrán postular personas naturales o jurídicas con experiencia demostrable en comunicación estratégica, difusión territorial, gestión de redes sociales, producción de contenidos y/o comunicación de programas públicos, iniciativas de fomento productivo o proyectos de desarrollo territorial.

- Formación técnica o profesional en Periodismo, Comunicación Social, Relaciones Públicas, Diseño Gráfico, Publicidad u otra disciplina afín, del responsable directo o del equipo asignado.
- Experiencia demostrable en planificación comunicacional, administración de redes sociales y producción de contenidos digitales.
- Manejo de herramientas de diseño y edición de imágenes y video, elaboración de boletines y reportes de métricas.
- Capacidad de redacción, coordinación con distintos actores, organización documental, trabajo autónomo y cumplimiento de plazos.
- Disponibilidad para coordinación periódica y coberturas presenciales según las actividades confirmadas.
- Si se postula como persona jurídica, identificación del responsable directo, integrantes del equipo, roles, funciones y dedicación estimada.

12. Antecedentes de la propuesta

La propuesta deberá incluir, al menos, los siguientes antecedentes:

- Antecedentes del oferente y datos de contacto.
- Propuesta técnica y metodología de trabajo.
- Plan preliminar de actividades y cronograma o Carta Gantt.
- Descripción de los productos, entregables, indicadores y medios de verificación comprometidos.
- Equipo de trabajo, funciones, experiencia y disponibilidad.

- Modalidad de trabajo y disponibilidad para coberturas en terreno.
- Oferta económica total en pesos chilenos.
- Currículum del responsable directo y del equipo clave, cuando corresponda.
- Copia del RUT y antecedentes de formación pertinentes.
- Portafolio de trabajos similares y referencias, deseable.

13. Plazo, presupuesto y forma de pago

El plazo de ejecución definitivo y las fechas de inicio y término serán establecidos en la convocatoria y/o contrato. El documento de referencia señala un presupuesto máximo de $10.000.000, impuestos incluidos. ; este monto deberá ser ratificado por el mandante antes de la adjudicación.
El pago se realizará de manera mensual contra entrega y aprobación de los productos mensuales comprometidos, previa presentación de la factura o boleta correspondiente, según proceda. La aprobación estará condicionada a la entrega del informe mensual, el cumplimiento de los productos acordados y la disponibilidad de sus medios de verificación en SharePoint o en el repositorio definido por el mandante.
Si existen productos pendientes, incompletos o sin respaldo suficiente, el mandante podrá solicitar correcciones antes de aprobar el informe y autorizar el pago, conforme a las condiciones del contrato.

14. Criterios de evaluación y selección

La evaluación se realizará de acuerdo cinco criterios de evaluación , cada uno tiene un porcentaje de ponderación definido.
Una vez se revisen los antecedentes para considerar admisibles las propuestas se seleccionarán los tres con mayor puntaje. Las tres propuestas seleccionadas serán convocadas a una entrevista personal donde se abordarán los temas de la presente licitación. Se espera que el candidato o candidata pudiera presentar un breve plan de trabajo de corto plazo con acciones luego de haber investigado sobre el posicionamiento del PTI con motivo de la presente asesoría.

Criterio	Ponderación	Aspectos a evaluar
Experiencia del proveedor	25%	Experiencia demostrable en servicios similares y pertinencia del portafolio.
Metodología y propuesta técnica	25%	Claridad del plan de trabajo, coherencia de actividades, indicadores, verificabilidad y enfoque comunicacional.
Equipo de trabajo	15%	Competencias, roles, disponibilidad y capacidad de cobertura.
Relación precio/calidad	20%	Coherencia entre la oferta económica, el alcance y los productos ofrecidos.
Valor agregado	15%	Mejoras, herramientas o enfoques adicionales pertinentes y factibles.

15. Coordinación técnica, supervisión y término anticipado

La planificación, priorización de actividades y validación técnica de contenidos estarán a cargo del equipo gestor del PTI. GEDES, en su calidad de entidad administradora y mandante contractual, supervisará el cumplimiento administrativo y contractual, sin perjuicio de las atribuciones de seguimiento que correspondan al Comité Corfo Antofagasta.

GEDES y/o el Comité Corfo Antofagasta podrán poner término anticipado al contrato ante incumplimientos graves o reiterados, de acuerdo con las condiciones contractuales, pagando únicamente los servicios efectivamente ejecutados y aprobados, cuando corresponda.

16. Consultas y postulación

El Agente Operador intermediario GEDES mantendrá publicado el llamado a postulación para la presente consultoría comunicacional en el sitio web https://gedes.cl/licitaciones/. Las propuestas podrán ser enviadas hasta el jueves 23 de noviembre de 2026 a las 12:00 horas, exclusivamente vía correo electrónico, dirigidas al ejecutivo del proyecto, Víctor Pizarro, al correo vpizarro@gedes.cl, con copia a Roberto Machuca, al correo gestor@ptiturismosostenible.cl.