

TÉRMINOS DE REFERENCIA

Licitación de consultoría:

ELABORACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS, COMUNICACIONES y DIFUSION

Proyecto IFI CORFO:

“Transferencia Desarrollo de Evaluación y Gestión de Plataforma Logística y Parqueo de Camiones”

Código IFI: 24IFI-256229

Código BIP 40049172-0

Mandante: Corporación de Fomento de la Producción - CORFO

Financiamiento: Gobierno Regional de Tarapacá

Entidad Ejecutora: Corporación del Norte para el Desarrollo e Integración – CORDENOR

Cobertura. Región de Tarapacá (con acciones de alcance nacional e internacional)

1. Título de la Licitación

Consultoría para Elaboración e Implementación del Plan de Medios, Comunicaciones, Difusión y Redes Sociales del Proyecto IFI CORFO: "Transferencia Desarrollo de Evaluación y Gestión de Plataforma Logística y Parqueo de Camiones", Código IFI: 24IFI-256229, Código BIP 40049172-0, Región de Tarapacá.

2. Antecedentes del Mandante y del Proyecto

2.1 Mandante / Entidad Contratante

El presente proceso de contratación se enmarca en el proyecto IFI CORFO 'Transferencia Desarrollo de Evaluación y Gestión de Plataforma Logística y Parqueo de Camiones', Código BIP 40049172-0, orientado a fortalecer la competitividad territorial y la estructuración de una plataforma logística y parqueo de camiones en la Region de Tarapacá, con énfasis en Alto Hospicio.

La consultoría será contratada por la Corporación del Norte para el Desarrollo e Integración - CORDENOR, en coordinación con la Contraparte Técnica de CORFO y conforme a las directrices establecidas el Comité Técnico y la normativa aplicable del instrumento.

Contraparte Técnica Entidad Ejecutora (JP): Marco Hernández, Jefe de Proyecto, o quien se designe en su representación. mhernandez@cordenor.cl;

Contraparte Técnica Mandante (ET): Patricia Allendes, Ejecutiva Técnica de CORFO, o quien se designe en su representación. patricia.allendes@corfo.cl;

Unidad Supervisora Técnica (referencial): CORFO Dirección Regional Tarapacá

Unidad Mandante Financiera (referencial): Gobierno Regional de Tarapacá.

Ámbito territorial: Región de Tarapacá, con foco operativo en [ALTO HOSPICIO/IQUIQUE] con proyección en el territorio nacional y países asociados al corredor bioceánico Capricornio.

2.2 Síntesis del proyecto y bienes públicos

El proyecto IFI tiene por propósito fortalecer la plataforma de servicios logísticos regional, desarrollando condiciones para la materialización de una Plataforma Logística y Parqueo de Camiones en Alto Hospicio. El proyecto genera bienes públicos, principalmente estudios especializados de preinversión y una plataforma digital para disponer información clave y apoyar la atracción de actores estratégicos e inversión.

Estos bienes públicos deben estar disponibles en forma abierta, clara y accesible, evitando barreras de información, para favorecer la adopción y utilización por actores públicos, privados y ciudadanía.

2.3 Desafío comunicacional

La eficacia de los bienes públicos depende de su difusión y apropiación: los estudios y resultados técnicos deben transformarse en información usable para toma de decisiones, con lenguaje claro y enfoque territorial. En paralelo, el proyecto requiere posicionamiento sectorial para atraer inversionistas y

operadores, y una comunicación pertinente para transportistas/gremios, contribuyendo a licencia social y manejo de expectativas.

2.4 Principios rectores

- Transparencia y acceso abierto: la información y materiales del proyecto deben estar disponibles para consulta pública, sin discriminación.
- Pertinencia territorial: enfoque en Tarapacá y consideración de actores locales (públicos y privados).
- Enfoque ciudadano y lenguaje claro: piezas informativas comprensibles para públicos no técnicos.
- Coordinación institucional: publicaciones y vocerías sujetas a flujos de validación y aprobación definida DR de CORFO.
- Medición y mejora continua: comunicación basada en evidencia (KPI) y ajustes periódicos.

3. Objetivo General y Objetivos Específicos

3.1 Objetivo general

Diseñar e implementar, en un plazo máximo de 13 meses (siempre que dicho plazo sea compatible con el plazo remanente del programa como un todo) el Plan de Medios y Comunicaciones del proyecto, incluyendo la puesta en marcha/gestión de redes sociales y gestión de publicaciones de difusión del proyecto en la Página WEB, con foco territorial en Tarapacá, priorizando a transportistas/gremios e inversionistas/operadores logísticos, y asegurando un sistema de medición y reportabilidad verificable.

3.2 Objetivos específicos

- a) **Diseñar e implementar una estrategia integral de comunicaciones y difusión multiactor** que permita aumentar el conocimiento, comprensión y valoración del proyecto, mediante mensajes claros y diferenciados para autoridades, comunidad regional, actores del sistema logístico, empresas, gremios y otros públicos de interés.
- b) **Elaborar y ejecutar un Plan de Medios Regional**, que articule prensa escrita, radio, televisión, medios digitales y otros canales pertinentes, incorporando una programación periódica de noticias, entrevistas, reportajes, pautas de prensa y contenidos vinculados con el desarrollo de la plataforma logística y el parqueo de camiones.
- c) **Generar y gestionar contenidos periodísticos y de opinión con actores clave del proyecto y del ecosistema logístico**, incluyendo, según pertinencia y disponibilidad, representantes del Gobierno Regional de Tarapacá, Consejo Regional, CORFO, Municipalidad de Alto Hospicio, gremios empresariales, empresas del sector logístico y de transportes, entidades académicas y otros actores relevantes, asegurando diversidad de perspectivas y validación previa de los contenidos por la Contraparte Técnica.
- d) **Identificar, seleccionar y difundir noticias, estudios, tendencias y experiencias nacionales e internacionales relacionadas con plataformas logísticas, corredores bioceánicos, infraestructura para el transporte de carga y atracción de inversiones**, incluyendo información proveniente del Banco Interamericano de Desarrollo y de otras entidades reconocidas, siempre que sea pertinente, verificable y directamente vinculada con los objetivos del proyecto.

- e) **Diseñar y producir contenidos audiovisuales institucionales e informativos** que presenten el propósito, avances, beneficios territoriales y oportunidades asociadas al proyecto, incorporando testimonios y participación de actores públicos y privados relevantes, con especial énfasis en representantes de gremios y empresas del sector, de modo de visibilizar necesidades, capacidades, oportunidades de negocios y condiciones favorables para la inversión.
- f) **Fortalecer el posicionamiento público y sectorial del proyecto**, mediante la coordinación de vocerías, contenidos editoriales, entrevistas, columnas de opinión, material audiovisual y acciones de prensa que contribuyan a presentar a Tarapacá y Alto Hospicio como un territorio estratégico para el desarrollo logístico, la integración regional y la inversión.
- g) **Establecer procedimientos de coordinación, revisión y aprobación de contenidos**, definiendo vocerías, flujos de validación, tratamiento de información sensible y protocolos para enfrentar contingencias comunicacionales, desinformación o interpretaciones erróneas sobre los alcances y estado de avance del proyecto.
- h) **Implementar un sistema de seguimiento y evaluación del Plan de Medios y Comunicaciones**, mediante indicadores de cobertura, publicaciones realizadas, participación de actores clave, apariciones en medios, alcance estimado, valoración de menciones, reproducción de contenidos audiovisuales y cumplimiento del calendario editorial, generando reportes periódicos y recomendaciones de mejora.

4. Alcance de la Consultoría (In / Out)

4.1 Alcance incluido (In-scope)

- Levantamiento de información y diagnóstico comunicacional (entrevistas, talleres, revisión de antecedentes entregados por CORDENOR y CORFO).
- Diseño de estrategia comunicacional y narrativa central del proyecto: mensajes, segmentación, vocerías y lineamientos editoriales.
- Plan de medios regional y digital, calendario editorial y protocolos de aprobación.
- Desarrollo de activos comunicacionales (piezas gráficas y audiovisuales, pendones, paneles araña, backing, ropa corporativa de difusión, señalética menor) según plan y presupuesto.
- Gestión de prensa/PR: comunicados, pauta, coordinación con medios regionales y sectoriales, clipping y análisis.
- Gestionar contenidos multidioma para la difusión del proyecto en el sitio web del proyecto.
- Puesta en marcha y operación de redes sociales: creación/optimización de perfiles, parrilla editorial, community management, moderación y pauta pagada si aplica.
- Apoyo comunicacional a actividades/eventos del proyecto: convocatoria, piezas, difusión previa y cobertura comunicacional (sin producción logística).
- Medición y reportabilidad mensual con evidencia verificable.

4.2 Exclusiones (Out-of-scope)

- Producción logística integral de eventos (arriendos, catering, traslados, streaming, etc.), salvo que la Contraparte Técnica (JP y CT) instruya por escrito una modificación de alcance.

- Elaboración de estudios técnicos de preinversión (legal, mercado, ingeniería, ambiental, financiero): se consideran insumos provistos por otras consultorías del proyecto.
- Gastos no contemplados en el presupuesto máximo del componente Plan de Medios y Comunicaciones, salvo autorización expresa del Contraparte Técnica (JP y ET).

5. Productos y Entregables

5.1 Reglas generales de entrega y aceptación

- Todos los entregables deberán presentarse en formato digital editable y versión PDF firmada por el jefe/a de proyecto de la consultoría.
- Cada entregable se considerará aceptado mediante Recepción Conforme por escrito por la Contraparte Técnica (CT).
- Cada versión debe incluir: (i) documento/presentación final, (ii) archivos editables, (iii) evidencias (si aplica) y (iv) control de versiones.
- La consultoría debe administrar un repositorio ordenado (carpeta compartida o equivalente) con estructura acordada y respaldos.
- Idiomas: sitio web y contenidos base en Español y Portugués; piezas clave definidas en la estrategia también en inglés.

5.2 Matriz de entregables obligatorios

Con el objeto de asegurar la correcta ejecución, trazabilidad y verificación de las acciones contempladas en el Plan de Medios y Comunicaciones, el adjudicatario deberá desarrollar y entregar, como mínimo, los productos establecidos en la siguiente matriz. Cada entregable deberá ajustarse a los contenidos, cantidades, formatos, plazos y medios de verificación definidos, y estará sujeto a la revisión y recepción conforme de la Contraparte Técnica.

Los contenidos vinculados con noticias regionales, columnas de opinión, entrevistas, pautas de prensa, referencias nacionales e internacionales y producción audiovisual deberán relacionarse directamente con la plataforma logística, el parqueo de camiones, los corredores bioceánicos, el desarrollo territorial y las oportunidades de negocios e inversión asociadas al proyecto.

La participación de autoridades, representantes de organismos públicos, gremios, empresas y otros actores clave deberá ser previamente coordinada y validada por la Contraparte Técnica. Los contenidos audiovisuales deberán procurar una participación equilibrada de actores públicos y privados, con especial consideración de los gremios y empresas del sector logístico, de transporte y servicios relacionados.

La inclusión de testimonios, entrevistas o contenidos vinculados con oportunidades de inversión tendrá un carácter institucional, informativo y de posicionamiento general del proyecto, y no reemplazará las piezas comerciales especializadas, portafolios, fichas de inversión o materiales de prospección que correspondan a la consultoría de Servicios de Asesoría Experta para Búsqueda de Negocios e Inversionistas.

N°	Entregable	Contenido mínimo	Formato	Criterio de aceptación (mínimo)	Valida	Fecha referencial
1	Plan de Levantamiento + Diagnóstico	Stakeholders; públicos priorizados; riesgos; canales; línea base KPI; evidencias de levantamiento	PDF+DOCX+XLSX	Completo, consistente, verificable; recomendaciones iniciales	CT o quienes se designen	Mes 1
2	Estrategia y Narrativa	Relato; mensajes por audiencia; segmentación; journey; propuesta vocerías; lineamientos editoriales	PPT+DOCX	Coherencia con objetivos y principios; mensajes aprobados	CT + {Comité} o quienes se designen	Mes 2
3	Plan de Medios + Calendario Editorial	Plan por canal; calendario editorial para los 13 meses de ejecución, detallado inicialmente para los primeros 6 meses y actualizado mensualmente; presupuesto por canal; protocolos; hitos y responsables	PPT+XLSX	Factibilidad y consistencia KPI; trazabilidad de implementación	CT o quienes se designen	Mes 2
4	Plan RRSS (setup + operación)	Redes; parrilla; protocolo moderación; campañas pagadas (si aplica)	DOCX+XLSX	Perfiles operativos + calendario vigente + criterios de moderación	CT o quienes se designen	Mes 2
5	Generación de contenidos multidioma para el Sitio Web	Difusión del programa y sus actividades	DOCX+XLSX	Listo para uso inmediato; validación de contenido institucional	CT o quienes se designen	Mes 3
6	Kit de Prensa y PR	Base de medios; comunicados; dossier; Q&A; lineamientos vocería; materiales para prensa	DOCX+PDF	Listo para uso inmediato; validación de contenido institucional	CT o quienes se designen	Mes 3
7	Notas de prensa televisivas o coberturas audiovisuales en TV regional	Difusión del programa y sus actividades	DOCX+PDF+piezas audiovisuales	Calidad técnica + coherencia marca + derechos cedidos	CT + {Comité} o quienes se designen	Meses 3-12 con consolidación el mes 13

N°	Entregable	Contenido mínimo	Formato	Criterio de aceptación (mínimo)	Valida	Fecha referencial
8	Protocolo de Crisis/Desinformación	Niveles alerta; flujos; tiempos; monitoreo; mensajes preaprobables	DOCX	Ejercicio de simulación y ajustes; validación por comité	CT + {Comité} o quienes se designen	Mes 4
9	Paquete de piezas always-on	Templates; infografías; cápsulas; brochures; piezas multidioma definidas. Kit de elementos corporativos de difusión (pendones, paneles araña, ropa corporativa y otros elementos aprobados por la contraparte técnica)	Editables PDF/MP4 +	Calidad técnica + coherencia marca + derechos cedidos	CT o quienes se designen	Meses 3-12, con cierre y handover en mes 13
10	Reporte mensual de ejecución	KPI; clipping; analítica web/RRSS; gasto de pauta; aprendizajes; plan de mejora, acciones ejecutadas, evidencias y programación del periodo siguiente	PDF+XLSX	Evidencia verificable; recomendaciones accionables	CT o quienes se designen	Meses 1-12
11	Informe final + handover	Evaluación global, cumplimiento de KPI, consolidación de medios de verificación, repositorio final, activos editables, accesos, manual de continuidad operativa web/RRSS, recomendaciones y cierre contractual.	PDF+DOCX+Carpeta	Entrega completa de activos y accesos; continuidad operativa	CT o quienes se designen	Mes 13

5.3 Cantidad mínima o frecuencia:

Las cantidades señaladas corresponden a mínimos obligatorios. El adjudicatario podrá proponer productos adicionales o una mayor frecuencia de publicaciones, siempre que ello no implique un aumento del presupuesto adjudicado ni una modificación de los objetivos y alcances de la consultoría.

La programación definitiva de los contenidos deberá ser aprobada por la Contraparte Técnica y podrá ajustarse conforme al avance del proyecto, la disponibilidad de vocerías, la ocurrencia de hitos relevantes y las oportunidades de difusión que se generen durante la ejecución.

La recepción conforme no dependerá únicamente del número de productos entregados, sino también de su pertinencia, calidad técnica, vinculación directa con el proyecto, diversidad de actores representados, cumplimiento de los procesos de validación y existencia de medios de verificación suficientes.

Producto o entregable	Cantidad mínima o frecuencia
Plan de Medios y Comunicaciones	Un (1) plan inicial, aprobado durante el primer mes de ejecución, con cuatro (4) actualizaciones trimestrales programadas para los meses 4, 7 y 10. y 13, o cuando existan cambios relevantes en la programación del proyecto. El mes 13 se reserva para evaluación y cierre.
Calendario editorial	Un (1) calendario editorial inicial para los meses 1 a 6, y extendido para los meses 7 a 12 y consolidación/cierre en mes 13; deberá actualizarse mensualmente y presentarse con una anticipación mínima de diez (10) días hábiles respecto del período de ejecución.
Noticias y contenidos periodísticos regionales	Mínimo dos (2) contenidos periodísticos mensuales durante el período de implementación, considerando noticias, entrevistas, reportajes, notas informativas u otros formatos vinculados con la plataforma logística, el parqueo de camiones, los corredores bioceánicos, el desarrollo territorial y las oportunidades de inversión.
Columnas de opinión de actores clave	Mínimo seis (6) columnas de opinión durante la consultoría, procurando una participación equilibrada entre actores públicos y privados. Al menos tres (3) deberán corresponder a representantes de gremios, empresas u operadores del sector logístico.
Entrevistas reportajes o con actores relevantes	Mínimo seis (6) entrevistas, reportajes o conversaciones en profundidad durante la consultoría, incluyendo autoridades, organismos públicos, gremios, empresas, transportistas, representantes del sector privado y otros actores pertinentes.
Pautas de prensa	Mínimo cuatro (4) pautas de prensa asociadas a hitos relevantes del proyecto, sin perjuicio de aquellas adicionales que solicite la Contraparte Técnica dentro del alcance contratado.
Comunicados de prensa	Mínimo seis (6) comunicados de prensa durante la ejecución, vinculados con avances, resultados, actividades, estudios, oportunidades territoriales o hitos del proyecto.
Gestión en medios tradicionales regionales	Mínimo una (1) planificación semestral de acciones en medios tradicionales, considerando prensa escrita, radio, televisión, medios web regionales u otros canales pertinentes. La planificación deberá indicar medio, formato, objetivo comunicacional, hito asociado, fecha estimada, presupuesto referencial y medio de verificación.

Notas de prensa televisivas o coberturas audiovisuales en TV regional	Mínimo tres (3) notas de prensa, cápsulas informativas, entrevistas, publrreportajes o emisiones audiovisuales en televisión regional o medio audiovisual equivalente durante la ejecución de la consultoría, asociadas a hitos relevantes del proyecto, avances del programa, actividades públicas o resultados. La modalidad podrá corresponder a gestión editorial, espacio contratado o emisión de contenido audiovisual, según disponibilidad de medios, pertinencia técnica y aprobación de la Contraparte Técnica.
Emisiones radiales o entrevistas en radio regional	Mínimo tres (3) emisiones radiales, entrevistas, menciones, cápsulas informativas o espacios equivalentes en radio regional durante la ejecución de la consultoría, vinculadas a hitos, avances, actividades o resultados del proyecto.
Publicaciones en prensa escrita o medios digitales regionales	Mínimo cuatro (4) publicaciones en prensa escrita, medios digitales regionales, publrreportajes, notas especiales o publicaciones equivalentes durante la ejecución de la consultoría, orientadas a dar cuenta de los avances, actividades, hitos y resultados del programa a la comunidad regional.
Contenidos internacionales y sectoriales	Mínimo seis (6) contenidos durante la consultoría basados en noticias, estudios, experiencias o tendencias internacionales vinculadas con plataformas logísticas, corredores bioceánicos, transporte de carga e inversión, incluyendo antecedentes del BID u otras entidades reconocidas, siempre que sean pertinentes, verificables y directamente vinculadas con el proyecto.
Videos institucionales y de posicionamiento	Mínimo cuatro (4) videos institucionales, informativos o testimoniales, con una duración referencial de entre dos (2) y cuatro (4) minutos cada uno. Al menos dos (2) deberán incorporar participación de representantes del sector privado, gremios o empresas vinculadas con la actividad logística, de modo de visibilizar oportunidades de negocios y condiciones favorables para la inversión.
Cápsulas audiovisuales breves	Mínimo ocho (8) cápsulas audiovisuales de entre treinta (30) y noventa (90) segundos, derivadas de entrevistas, actividades, testimonios, registros de hitos o contenidos de los videos principales.
Registro audiovisual básico de hitos del proyecto	Registro audiovisual y/o fotográfico del cien por ciento (100 %) de los hitos comunicacionales priorizados y aprobados por la Contraparte Técnica, considerando un mínimo referencial de cuatro (4) hitos durante la consultoría.
Elementos corporativos físicos de difusión	Un (1) kit de elementos corporativos de difusión, compuesto por pendones, paneles araña, backing, soportes gráficos, ropa corporativa de uso exclusivo en actividades del proyecto, señalética menor u otros elementos equivalentes, de acuerdo con el presupuesto disponible y previa aprobación de diseños, cantidades y especificaciones por la Contraparte Técnica. La entrega deberá incluir archivos editables, respaldo de aprobación, fotografías de los elementos producidos, facturas o documentos equivalentes y evidencia de uso en actividades del programa.
Material gráfico e impreso de apoyo comunicacional	Mínimo un (1) paquete base de piezas gráficas e impresas, tales como brochures, one-pagers, fichas informativas, plantillas, infografías, afiches, pendones, paneles araña, invitaciones, gráficas para medios y otros soportes de difusión general del proyecto. Su producción deberá diferenciarse de las piezas comerciales especializadas de la consultoría de Asesoría Experta.

Kit de prensa y vocerías	Un (1) kit inicial, actualizado al menos dos (2) veces durante la ejecución — preferentemente en los meses 6 y 10, o cuando se produzcan cambios relevantes en los antecedentes, mensajes, hitos o vocerías del proyecto.
Cobertura comunicacional de hitos del proyecto	Cobertura del cien por ciento (100 %) de los hitos comunicacionales priorizados y aprobados por la Contraparte Técnica, considerando un mínimo referencial de cuatro (4) hitos durante la consultoría. La cobertura podrá incluir pauta de prensa, comunicado, registro fotográfico, registro audiovisual, publicación en medios, publicación en redes sociales y/o nota en sitio web, según corresponda.
Publicaciones en redes sociales	Mínimo cuatro (4) publicaciones mensuales durante los meses de implementación activa, considerando contenidos informativos, hitos, avances, registro de actividades, cápsulas audiovisuales, contenidos pedagógicos, entrevistas o piezas de posicionamiento territorial.
Pauta pagada en redes sociales o medios digitales	Ejecución de pauta pagada de acuerdo con la estrategia aprobada y disponibilidad presupuestaria del ítem correspondiente, con al menos cuatro (4) campañas o activaciones durante la consultoría, asociadas a hitos, difusión de resultados, videos, actividades relevantes o contenidos estratégicos del proyecto.
Contenidos para sitio web del proyecto	Mínimo una (1) carga inicial de contenidos institucionales y de difusión del proyecto, más actualizaciones mensuales o asociadas a hitos relevantes, en coordinación con la entidad responsable de la administración técnica del sitio web.
Monitoreo de medios y clipping	Monitoreo de medios y clipping: monitoreo permanente durante los trece (13) meses de ejecución y entrega de doce (12) reportes mensuales de publicaciones, menciones, cobertura, valoración y alertas comunicacionales, correspondientes a los meses 1 a 12. El mes 13 se consolidará en el informe final.
Informes mensuales de avance	Informes de avance: doce (12) informes mensuales, correspondientes a los meses 1 a 12, acompañados de evidencias, enlaces, archivos, clipping, indicadores, ejecución de pauta, piezas elaboradas y acciones programadas para el período siguiente.
Informe final	Informe final: un (1) informe consolidado en el mes 13, incluyendo cumplimiento cuantitativo, resultados, indicadores, archivos editables, medios de verificación, repositorio final y recomendaciones de continuidad.

Las cantidades señaladas corresponden a mínimos obligatorios. El adjudicatario podrá proponer productos adicionales o una mayor frecuencia de publicaciones, siempre que ello no implique aumento del presupuesto adjudicado ni modificación de los objetivos y alcances de la consultoría.

La programación definitiva de contenidos, publicaciones, notas televisivas, emisiones radiales, piezas gráficas, videos, elementos corporativos y acciones de medios deberá ser aprobada por la Contraparte Técnica, considerando la disponibilidad presupuestaria, la pertinencia del hito comunicacional, los lineamientos institucionales de CORFO y del Gobierno Regional de Tarapacá, y el plazo remanente de ejecución del programa.

La recepción conforme no dependerá únicamente del número de productos entregados, sino también de su pertinencia, calidad técnica, vinculación directa con el proyecto, diversidad de actores representados, cumplimiento de los procesos de validación y existencia de medios de verificación suficientes.

6. Metodología y Enfoque de Trabajo

El oferente deberá proponer una metodología coherente y ejecutable, que al menos considere los siguientes componentes:

- Diagnóstico: análisis de audiencias, stakeholders, percepción, riesgos, canales, capacidades internas y línea base KPI.
- Estrategia: narrativa, mensajes clave, segmentación, journey, vocerías y reglas de estilo (lenguaje claro).
- Plan de medios: combinación de medios propios, ganados y pagados (si aplica), con calendario editorial y protocolos.
- Implementación: gobernanza, flujos de aprobación, coordinación con la Contraparte Técnica (JP y CT), ejecución de campañas y piezas.
- RRSS y contenidos WEB: desarrollo y puesta en marcha del sitio; operación de redes; moderación; pauta pagada (si aplica).
- Medición: KPI, tablero, reportes y proceso de mejora continua (optimización mensual).

7. Plan de Trabajo y Cronograma

Duración máxima del contrato: 13 meses, contados desde la firma del contrato y la suscripción del Acta de Inicio, siempre que dicho plazo sea compatible con el plazo remanente del programa en su totalidad. En ningún caso la ejecución de la consultoría, sus entregables, pagos, informes o cierre contractual podrán exceder el plazo vigente del programa ni la fecha máxima que determine CORFO o el Gobierno Regional de Tarapacá.

7.1 Cronograma referencial (por meses)

Mes / período	Hitos principales	Entregables asociados
1	Inicio, levantamiento y diagnóstico comunicacional; instalación de la gobernanza; línea base de KPI y repositorio de evidencias.	1, 10
2	Estrategia, narrativa, propuesta de vocerías; Plan de Medios; calendario editorial inicial; configuración y puesta en marcha de RRSS.	2, 3, 4, 10
3	Generación de contenidos multidioma para el sitio web; kit de prensa; primeras campañas, noticias y piezas audiovisuales.	5, 6, 9 y 10
4	Protocolo de crisis/desinformación; primera actualización trimestral del Plan; optimización de campañas y reportabilidad.	8, 10
5-8	Implementación fase I: medios regionales, PR, RRSS, contenidos periodísticos, columnas de opinión, entrevistas, audiovisuales y cobertura de hitos; segunda actualización del Plan en el mes 7.	7, 9 y 10

Mes / período	Hitos principales	Entregables asociados
9-12	Implementación fase II: continuidad de difusión y monitoreo; contenidos nacionales/internacionales; cobertura de nuevos hitos; tercera actualización del Plan en mes 10; cierre de campañas y sistematización preliminar.	7, 9, 10
13	Evaluación final; consolidación de KPI y medios de verificación; entrega de repositorio, activos y accesos; transferencia operativa y cierre contractual.	11

Nota: el oferente deberá presentar un Gantt detallado por semanas para los meses 1 a 3, y por mes para los meses 4 a 13, incluyendo hitos, entregables, instancias de revisión, actualizaciones trimestrales y responsables, dependencias, medios de verificación y ruta crítica de aprobación de contenidos

8. Gobernanza, Coordinación y Reportabilidad

- CORFO/CORDENOR: responsable contractual y administrativo del proceso de contratación.
- Contraparte Técnica (CT): responsable de supervisar, aprobar entregables y validar contenidos sensibles. Marco Hernández Ponce y Patricia Allendes, o quien ellos designen en su representación.
- Comité Técnico / Mesa de Trabajo del proyecto (si aplica): instancia de coordinación y validación estratégica de avances.
- Proveedor adjudicado: responsable del cumplimiento técnico, operativo y documental de la consultoría.
- Régimen de reuniones: reuniones quincenales durante los meses 1 a 3 y reuniones mensuales durante los meses 4 a 13, o con la periodicidad que instruya la Contraparte Técnica, considerando la intensidad de actividades, hitos comunicacionales, revisión de contenidos, reportabilidad y cierre contractual.
- Minutas y acuerdos: minuta/acta dentro de 48 horas posteriores a cada reunión, con responsables y plazos.
- Canales oficiales: correo institucional + repositorio compartido acordado.
- Aprobación de contenidos: toda publicación relevante se ejecuta solo con visto bueno escrito de CT (y visaciones institucionales que correspondan).
- Control de cambios: modificaciones de alcance, plazos o presupuesto deben formalizarse mediante acta y actualización del plan de trabajo.

8.1 Comité de Coordinación de Interfaces de las Consultorías

Con el objeto de asegurar la adecuada coordinación entre las distintas consultorías del proyecto, prevenir duplicidades, ordenar las transferencias de información y controlar las actividades concurrentes, el adjudicatario deberá participar en el **Comité de Coordinación de Interfaces de las Consultorías**, instancia operativa regulada en el anexo transversal correspondiente.

Dentro de los cinco días hábiles siguientes a la suscripción del contrato, el adjudicatario deberá designar formalmente un representante titular y un representante suplente para integrar dicho Comité. Las personas designadas deberán contar con conocimiento efectivo del contrato, acceso a la información necesaria y capacidad para coordinar actividades dentro del ámbito de las obligaciones asumidas por la consultora.

En el marco de este Comité, el adjudicatario deberá:

- a) coordinar con las demás consultorías el calendario de hitos, publicaciones, eventos, misiones, entregables y actividades que requieran apoyo comunicacional;
- b) informar oportunamente las piezas, publicaciones, pautas, registros audiovisuales, contenidos web, campañas y acciones de difusión que puedan relacionarse con productos de otras consultorías;
- c) verificar que las acciones comunicacionales institucionales no dupliquen piezas comerciales, materiales de prospección, activos digitales o servicios contratados en otros componentes;
- d) recibir y procesar, para fines de difusión institucional, los antecedentes autorizados que sean generados por las consultorías de Prospección de Oportunidades y de Asesoría Experta;
- e) mantener actualizados los registros de interfaces, incidencias y acuerdos que le correspondan;
- f) participar en las reuniones ordinarias, extraordinarias y de coordinación intensiva que sean convocadas;
- g) informar a la Contraparte Técnica de CORDENOR cualquier riesgo de duplicidad, contradicción de mensajes, uso no autorizado de información, doble imputación o conflicto operativo detectado.

La participación del adjudicatario en este Comité no le otorgará facultades para modificar los presentes TDR, el contrato, el presupuesto, los productos, los plazos o los criterios de recepción conforme. Toda situación que exceda la coordinación operativa deberá ser elevada a la Contraparte Técnica de CORDENOR para su resolución formal.

Los acuerdos adoptados por el Comité serán obligatorios para el adjudicatario cuando se encuentren dentro del alcance de su contrato y hayan sido registrados en la minuta correspondiente.

9. Perfil del Oferente y Equipo de Trabajo

9.1 Requisitos mínimos del oferente

- Persona natural o jurídica con experiencia comprobable en planes de medios y comunicaciones para proyectos públicos, territoriales, de infraestructura, logística o desarrollo productivo.
- Experiencia demostrable en desarrollo de contenidos, analítica digital y puesta en marcha de sitios institucionales.
- Experiencia en operación de RRSS con administración de pauta pagada y reporting.
- Capacidad de producir piezas gráficas y audiovisuales.
- Disponibilidad para ejecutar coordinación territorial en Tarapacá (presencial y/o híbrida según requerimientos).

9.2 Competencias mínimas exigidas (o equivalentes)

- Dirección de Cuenta (Jefe/a de Proyecto).
- Desarrollo de Estrategias de Comunicaciones.
- Planificación de Medios Digitales
- Gestión de Prensa.
- Diseño gráfico.
- Análisis de KPI/Reporting.

El oferente deberá adjuntar (ver Anexo C):

- CV actualizado de cada integrante propuesto, con firma o declaración de veracidad.
- Carta de compromiso de participación del equipo, indicando rol y disponibilidad.
- Detalle de dedicación (%) y/o horas por rol.
- Experiencia acreditable mediante certificados, contratos, órdenes de compra, cartas de recomendación o productos verificables.

10. Requisitos de Presentación de Ofertas

10.1 Oferta técnica (contenido mínimo)

- a) Comprensión del desafío comunicacional (territorio, públicos prioritarios, riesgos y objetivos).
- b) Metodología y plan de trabajo con Carta Gantt de trece (13) meses, coherente con los entregables, reportes mensuales, hitos de aprobación, producción de contenidos, pauta, monitoreo, entrega de activos y cierre contractual.

- c) Propuesta preliminar de estrategia (narrativa, mensajes, segmentación y vocerías).
- d) Propuesta de plan de contenidos sitio WEB.
- e) Propuesta RRSS: redes sugeridas, parrilla editorial, moderación, pauta pagada (si aplica), y plan de optimización.
- f) Propuesta de medición: KPI, línea base, tablero y reportes mensuales.
- g) Gestión de riesgos: crisis/desinformación y plan de mitigación.
- h) Portafolio y casos comparables, con referencias verificables.

10.2 Oferta económica

Presupuesto máximo total (impuestos incluidos): \$18.000.000 (M\$18.000). La oferta debe desglosarse según los componentes mínimos exigidos:

- Medios de comunicación regional (prensa, TV, web, otros): \$6.000.000.
- Redes sociales (servicios profesionales y avisos pagados): \$4.500.000.
- Marketing (elementos corporativos de difusión digitales y elementos corporativos físicos): \$3.500.000.
- Servicios audiovisuales y diseño gráfico: \$4.000.000.

10.3 Antecedentes administrativos

- Anexo A: Identificación del oferente, personería y antecedentes de contacto
- Anexo B: Experiencia del oferente (matriz de proyectos comparables).
- Anexo C: Equipo de trabajo, CV y carta de compromiso.
- Anexo D: Oferta económica detallada.
- Anexo E: Declaraciones juradas y de integridad.
- Anexo F: Checklist de admisibilidad firmado.

11. Criterios de Evaluación

11.1 Admisibilidad (excluyentes)

- Oferta económica excede \$18.000.000 o no presenta desglose mínimo requerido.
- Falta de anexos obligatorios firmados o antecedentes administrativos esenciales.
- No acreditación de experiencia mínima exigida en comunicaciones/medios y en desarrollo de contenidos Web/RRSS.
- Inconsistencias graves o antecedentes no verificables.

11.2 Aclaraciones de Admisibilidad

En caso de faltar documentación excluyente, CORDENOR podrá solicitar las aclaraciones correspondientes, las cuales deben ser respondidas por el oferente en un plazo máximo de dos días hábiles.

La solicitud de aclaración no podrá implicar modificaciones sustantivas a la oferta técnica o económica, ni alterar el principio de igualdad entre oferentes. Su objetivo será exclusivamente aclarar, complementar o subsanar antecedentes formales en los términos permitidos por las bases del proceso y la normativa aplicable.

11.3 Matriz de evaluación (ponderaciones)

Factor	Ponderación	Subcriterios
Metodología y plan de trabajo	30%	Claridad, coherencia, factibilidad, QA, cronograma, control de cambios
Propuesta contenidos web y RRSS	25%	multidioma
Experiencia y casos comparables	25%	Relevancia, resultados demostrables, referencias verificables
Oferta económica	20%	Coherencia con alcance, eficiencia, desglose, razonabilidad de costos

Escala de evaluación: 1 (Deficiente), 2 (Insuficiente), 3 (Adecuado), 4 (Bueno), 5 (Excelente). El Comité de evaluación podrá requerir aclaraciones, sin que ello implique modificación sustantiva de la oferta.

12. Condiciones Contractuales

- Plazo contractual: trece (13) meses, contados desde la suscripción del contrato y del Acta de Inicio, siempre que dicho plazo sea compatible con el plazo remanente del programa IFI. La ejecución de los entregables, informes, pagos, cierre y transferencia de activos no podrá exceder el plazo vigente del programa ni la fecha máxima que determine CORFO o el Gobierno Regional de Tarapacá.
- Forma de pago: por hitos/periodos contra Recepción Conforme (ver propuesta de pagos en Anexo D o bases específicas).
- Se Podrá otorgar un anticipo de recursos de hasta el 50% del valor total del contrato, por única vez, contra la entrega previa de una garantía suficiente, irrevocable, pagadera a la vista y tomada a favor de CORDENOR, destinada a caucionar el correcto uso, aplicación y rendición de los recursos anticipados. La garantía será restituida una vez aprobados los entregables y respaldos asociados al anticipo, sin que ello altere los hitos, plazos ni obligaciones contractuales del adjudicatario.
- Multas por atraso: 0,5% del valor total del contrato por día corrido de atraso en entregables críticos, con tope 10%.
- Propiedad intelectual: todos los productos, piezas, fuentes y contenidos del sitio web y RRSS quedan a favor del CORFO; se exige entrega de repositorio y accesos.
- Uso de marca: sujeto a aprobaciones y lineamientos institucionales; prohibida difusión no autorizada.
- Confidencialidad y tratamiento de datos: según normativa aplicable, resguardando bases, accesos y credenciales.
- Integridad: Declaración de no colusión en el proceso licitatorio, Declaración de veracidad de antecedentes y experiencia presentada, Compromiso de cumplimiento de estándares de probidad y transparencia aplicables al mandante y al programa.
- Subcontratación: solo con autorización escrita de la Contraparte Técnica (JP y CT); responsabilidad íntegra del adjudicatario.
- Participar permanentemente en el Comité de Coordinación de Interfaces de las Consultorías, designando un representante titular y uno suplente, proporcionando la información requerida y cumpliendo los acuerdos operativos que se adopten dentro del ámbito contractual.
- Término anticipado: por incumplimiento grave, reiterado o faltas de integridad/probidad/no colusión.

13. Riesgos y Medidas de Mitigación

Riesgo	Descripción	Medidas mínimas
Desinformación y crisis territorial	Rumores, controversia local, noticias falsas, escalamiento en RRSS	Protocolo de crisis, monitoreo, Q&A, tiempos de respuesta, vocerías definidas
Expectativas sobredimensionadas	Confusión entre preinversión y ejecución de obras	Mensajes claros 'qué es/qué no es', piezas pedagógicas, FAQ en web
Conflictos entre actores	Tensiones público-privadas o entre grupos de interés	Mapa de stakeholders, plan de relacionamiento, guías de reunión y gestión de controversias
Baja adopción de bienes públicos	Resultados técnicos no utilizados por privados o sector público	Empaquetamiento (resúmenes, one-pagers), difusión directa, tutoriales, mejora de UX en web
Bajo rendimiento digital	Bajo alcance, interacción o tráfico web	Optimización mensual, pruebas A/B cuando aplique, ajustes de segmentación y contenidos, tablero KPI

14. Anexos

Los anexos y formatos requeridos se encuentran en un documento complementario a las TDR, el cual es parte integrante de los Términos de Referencia, en formatos editables para la presentación, evaluación, trazabilidad y recepción de los antecedentes exigidos los cuales son aplicables a la postulación y/o ejecución, según corresponda

Dentro de esos anexos, se encuentran dos anexos que son transversales a las tres consultorías:

- El Anexo con la “Matriz de Delimitación de Alcance e Interfaces”, establece una delimitación única, verificable y operativamente aplicable entre las tres consultorías, definiendo responsabilidades principales, insumos, productos, interfaces, aprobaciones y reglas de no duplicidad
- El Anexo “Comité de coordinación de interfaces de las Consultorías”, regula la composición, funcionamiento, registros y seguimiento del Comité de Coordinación de Interfaces de las Consultorías, y es una instancia operativa destinada a aplicar la Matriz de Delimitación de Alcance e Interfaces, para prevenir duplicidades, coordinar dependencias entre contratos, registrar incidencias y apoyar la trazabilidad de las actividades concurrentes de las tres consultorías del proyecto.