

BASES TÉCNICAS

PROGRAMA NACIONAL DE MINERÍA ALTA LEY.

1. ANTECEDENTES GENERALES DEL PROGRAMA.

1. ANTECEDENTES GENERALES DEL PROGRAMA.

OBJETIVO GENERAL DEL PROGRAMA

Fortalecer la productividad, competitividad e innovación en la industria minera nacional y sus proveedores. Busca identificar oportunidades, requerimientos de I+D aplicado y colaborativo, además de desafíos para generar capacidades tecnológicas locales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL PROGRAMA

1. Incrementar a 7,5 millones de toneladas métricas de cobre producidas en los próximos 20 años.
2. Aumentar a un 80% la producción en los primeros cuartiles de costos de la industria a nivel global;
3. Lograr un aumento a 250 empresas proveedoras de clase mundial.
4. Llegar a los US 4.000 millones en exportaciones de bienes y servicios vinculados a la minería.

2. TÉRMINOS DE REFERENCIA

I. ANTECEDENTES GENERALES DEL ESTUDIO

El Programa estratégico nacional de minería Alta Ley, el cual trabaja en los lineamientos definidos en el Roadmap Tecnológico: “Desde el cobre a la innovación” presenta cuatro metas a largo plazo, a ser cumplidas el 2035, para que esto ocurra se hace necesaria una instancia como el programa

www.codesser.cl



que promueva la asociatividad y coordine los esfuerzos en la búsqueda de cumplir los objetivos, la base para la asociatividad y coordinación se encuentra en mantener una comunicación clara y constante tanto con los socios estratégicos como con el ecosistema de innovación. Con el fin de apoyar, generar contenidos y definir el medio para realizar la difusión se considera la necesidad de tener una asesoría comunicacional permanente para el programa.

II. ALCANCE

La asesoría abarca la planificación comunicacional anual, en función de la programación para el año 2017-2018 del programa, dar apoyo día a día en las actividades del programa, generación y publicaciones del contenido emanado del mismo, apoyo en las iniciativas y actividades definidas por el programa, difusión de las iniciativas de Corfo y demás socios estratégicos del programa, desarrollo del contenido para Newsletter y análisis de impacto del mismo, así como del programa en la prensa.

III. OBJETIVO GENERAL

“Implementar el Plan Estratégico de Comunicaciones 2017- 2018 del programa nacional Minería Alta Ley para posicionarlo como líder y referente en la agenda pública sobre el futuro y re-inversión de la industria minera nacional y sus proveedores.

IV. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

Se consideran los siguientes objetivos específicos a lograr en el desarrollo del estudio:

- a. Apoyar comunicacionalmente al programa para la difusión de los proyectos que forman parte de la Hoja de Ruta del programa el fortalecimiento del ecosistema de innovación abierta en la minería chilena
- b. Dar mayor visibilidad al Programa de Minería Alta Ley y a los proyectos asociados a esta iniciativa entre quienes componen su público objetivo, en forma coordinada al rol que tiene el Ministerio de Minería, Economía y Corfo en su desarrollo y sustento.
- c. Lograr que las compañías mineras vean como un valor pertenecer y participar en el Programa Alta Ley, atendiendo sus necesidades y haciéndose parte de sus soluciones.
- d. Mantener informado a su Consejo Directivo y empresas asociadas con el objetivo conservar su compromiso y confianza.



V. ASPECTOS METODOLÓGICOS

El proponente propondrá su propia metodología que asegure alcanzar los objetivos del estudio.

VI. EQUIPO DE TRABAJO

El proponente debe entregar la organización del trabajo y los antecedentes curriculares del equipo de trabajo que desarrollara el estudio, en particular la experiencia en este tipo de actividades y su competencia en esta materia.

VII. ENTREGABLES

- Cronograma de implementación de la asesoría comunicacional para el año 2017.
- Informes mensuales de avance de las actividades relevantes según la metodología descrita.
- Newsletter mensual de las actividades del programa

VIII. PLAZO DE EJECUCIÓN

La asesoría se desarrollará durante un período de nueve meses.

IX. ACTIVIDADES A REALIZAR

- a. Coordinación comunicacional
Para conseguir los objetivos descritos, se realizará una reunión semanal con el equipo para discutir objetivos, estrategias de acercamiento a stakeholders, construcción de relato y definición de oportunidades comunicacionales concretas, reuniones con encargados de frutos tempranos del programa, Gobernanza y Comunicaciones de Transforma
- b. Gestión de Prensa
Contactar medios de comunicación, presentar estratégicamente el tema y sus voceros, preparar posibles preguntas y respuestas, preparar mensajes claves, entregar consejos a los voceros definidos, en caso de ser necesario, acompañar al vocero durante la entrevista (se debe definir una cantidad mínima de publicaciones en medios de forma mensual) .
- c. Relacionamiento con Stakeholders
Desarrollar en conjunto con el equipo un mapa de stakeholders clave y luego desarrollar un plan de relacionamiento real y alcanzable que permita dar a conocer el espíritu del programa, sus objetivos, metas y desafíos.
- d. Apoyo en Eventos
Participación en eventos organizados por el programa o socios estratégicos del mundo público y privado con el propósito de expandir su mensaje y propuesta.



En caso de realizar eventos propios (seminarios, charlas, mesas de trabajo, etc) se evalúa caso a caso la necesidad de contratar una productora externa.

- e. Actualización página web
Mantener actualizada mensualmente la página web con el fin de reflejar una imagen de organización viva y pro activa.
- f. Newsletter Mensual
Preparación del contenido para el newsletter del programa, el cual considera al menos uno al mes, según la cantidad de información a entregar.
- g. Gestión RRSS
Elaboración de BBDD categorizadas (proveedores, grandes empresas, academia, etc), apoyo a la elaboración de material gráfico, videos y las herramientas que se elaboren para el cumplimiento del plan).

X. CONTENIDO MÍNIMO DE LA OFERTA TÉCNICA

- a) Metodología y plan de trabajo

Metodología: El oferente deberá entregar una identificación del marco metodológico a utilizar, de manera de conocer el alcance y nivel de profundidad con el que se abordará la asesoría.

Plan de Trabajo para el desarrollo del estudio el cual debe ser consistente con la metodología presentada. Se espera que al menos contenga:

- Carta Gantt: incluye uso de los recursos (ítem, responsable y plazos).
- Equipo: Nombre de los profesionales que constituyen el equipo de trabajo del estudio, señalando el nivel académico, experiencia profesional en asesorías similares, experiencia y conocimiento de comunicaciones para iniciativas y/o empresas mineras, las competencias de cada uno y la cantidad de horas dedicadas a la asesoría.
- Currículos actualizados de cada uno de los profesionales comprometidos, informando la experiencia que tienen en este tipo de estudios.
- Propuesta Económica Propuesta Económica: Se asignará el máximo de puntaje al proveedor que ofrezca el menor precio.

XI. FORMA DE PAGO

La forma de pago se realizará mediante 10 pagos, en concordancia con los informes, el primero con el cronograma y el resto de forma mensual contra aprobación del informe de actividades mensual. Debido a que se trata de una asesoría, no estará afecta al IVA.

EVALUACIÓN DE LA OFERTA

Los criterios objetivos de evaluación, sus factores, subfactores y ponderaciones se indican en el cuadro siguiente:

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN
CRITERIO TÉCNICO	85%
Factor N° 1: Calidad de la propuesta técnica	30%
Subfactor N° 1.1: Metodología propuesta.	30%
Factor N° 2: Competencias y experiencia del equipo de profesionales	55%
Subfactor N° 2.1: Conocimiento y/o experiencia del equipo de trabajo en desarrollo de estudios	30%
Subfactor N° 2.2: Pertinencia del equipo de trabajo.	25%
CRITERIO ECONÓMICO	10%
Factor N°3: Precio	
CRITERIO FORMAL	5%
Factor N°4: Presentación Formal de la Propuesta	

Cada criterio, factor y subfactor, será calificado en una escala de notas de 1 a 10, conforme las ponderaciones recién señaladas, informando las razones o fundamentos tenidos en consideración para el otorgamiento del puntaje asignado.

El programa estratégico nacional Alta Ley se reserva el derecho de verificar los antecedentes presentados por los oferentes. Se deja constancia que el puntaje mínimo para cada factor o subfactor que puede obtener un oferente es de 1 punto, de manera que si por aplicación de una determinada fórmula matemática, rebaja u otro, un oferente obtiene una nota inferior a 1, ésta se aproximará a 1.

En caso de empate entre dos o más propuestas técnicas, se resolverá adjudicar a aquella que haya ofertado un precio menor.

XII. COSTOS DEL ESTUDIO

El monto considerado máximo para la asesoría es de \$28.000.000.-