

FORMULARIO DE PRESENTACIÓN
PROGRAMA DE FORMACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD (PFC)¹
DESARROLLO DE COMPETENCIAS

I. ANTECEDENTES GENERALES.

| TÍTULO | |
|--|--|
| Código del proyecto² | 22PFC-201211 |
| Nombre del Programa: | Especialización en perfiles del marketing digital y el comercio electrónico 2022 |

| DATOS GENERALES | | | | | |
|--|-------------------------------|--------------------------|------------|------------------------|----------|
| Alcance del PFC: | Nacional | | | | |
| Responsable: | Gerencia General | | | | |
| Sector productivo: | Comercio – Digitalización | | | | |
| Regiones de Ejecución: | Todas las regiones del país | | | | |
| Administración: | Agente Operador Intermediario | | | | |
| Fuente de Financiamiento³: | CORFO | | | | |
| Ejecutivo(a) Responsable: | Sebastián Gómez Zúñiga | | | | |
| Inicio Estimado⁴: | Marzo 2022 | Término Estimado: | Enero 2023 | Duración Total: | 11 meses |

| RESUMEN DEL PROYECTO | |
|--|--|
| <p>Actualmente estamos viviendo en una época marcada por lo que diversos expertos denominan la "Revolución de la Tecnología" o la "Cuarta Revolución Industrial", la cual implica cambios importantes en materia social, cultural y económica. Estas transformaciones han penetrado de manera transversal en todas las esferas de la sociedad, modificando no solo la manera en que nos comunicamos con los demás, sino que también han impulsado cambios significativos en el mundo empresarial y organizacional, donde la necesidad de pensar de manera digital se ha hecho imprescindible. Esto, sumado a la crisis sanitaria que ha provocado el COVID-19 a nivel mundial, precipitan la urgencia de acelerar el proceso de digitalización de nuestras pymes. Los datos entregados por la Cuarta y Quinta Encuesta Longitudinal de Empresas (ELE4 y ELE5) del año 2017 y 2019 respectivamente, evidencian una tarea aún pendiente en la penetración de las TIC al interior de las empresas, especialmente de las empresas de menor tamaño (EMT), lo que se ha traducido en bajos niveles de adopción del comercio electrónico.</p> <p>La digitalización empresarial ha dejado de ser una alternativa, para convertirse en obligación para aquellas empresas que quieren seguir siendo competitivas. En tal sentido, el presente proyecto tiene por finalidad generar capital humano capacitado especializado en perfiles digitales de alta demanda asociados al comercio electrónico y al marketing digital, que les permita a los empresarios y emprendedores transitar hacia modelos de negocio que incorporen el comercio electrónico como elemento central, maximizando así sus opciones de venta.</p> | |

¹ En la ejecución de los PFC se distinguen los siguientes participantes:

Entidad Gestora: Su función será implementar todas las acciones necesarias para cumplir las actividades y objetivos del PFC. Podrán actuar como Entidades Gestoras los Agentes Operadores Intermediarios y Entidades Consultoras.

Entidad Experta: Persona natural o jurídica que cumple con el perfil definido por CORFO, seleccionada conforme los Términos de Referencia definidos por CORFO y contratada por la Entidad Gestora, para ejecutar la(s) actividades de diagnóstico, desarrollo de competencias y/o certificación de competencias.

Asociado: Su participación es optativa. Es una entidad que cofinancia la ejecución del proyecto mediante la formalización de un aporte pecuniario y/o valorizado.

² El proyecto debe ser ingresado al SGP antes de ser presentado al Comité de Asignación que corresponda.

³ Si el financiamiento proviene de una fuente distinta a Corfo, señalar el nombre de la asignación presupuestaria y el año.

⁴ La fecha de inicio del proyecto corresponde a la fecha de la resolución que selecciona al AOI y finaliza una vez que el AOI ha restituido los recursos definitivamente observados, no rendidos o no utilizados.

II. JUSTIFICACIÓN DEL PROGRAMA.

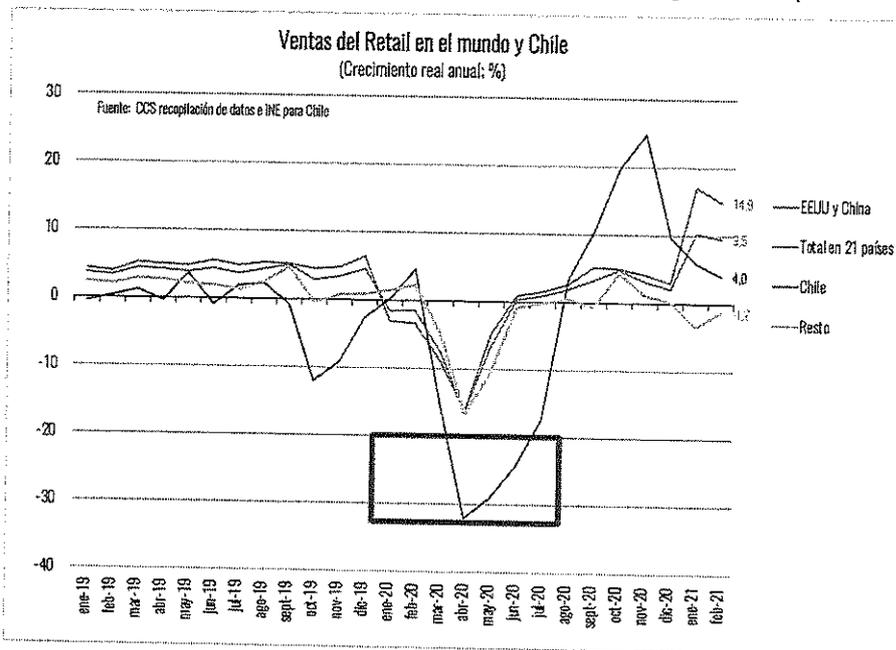
DIAGNÓSTICO Y LINEA BASE

Se debe entregar toda la información que permita justificar la necesidad de realizar el desarrollo de competencias. Se debe describir claramente el problema que enfrenta el territorio/sector/participantes, y cómo el programa logrará satisfacer la necesidad identificada. Puede incluir antecedentes obtenidos de fuentes de datos secundarios, estudios, resultados de proyectos, entre otros.

Actualmente estamos viviendo en una época marcada por lo que diversos expertos denominan la "Revolución de la Tecnología" o la "Cuarta Revolución Industrial", la cual implica cambios importantes en materia social, cultural y económica. Estas transformaciones han penetrado de manera transversal a todas las esferas de la sociedad, modificando no solo la manera en que nos comunicamos con los demás, sino que también han impulsado cambios significativos en el mundo empresarial y organizacional, donde la necesidad de pensar de manera digital se ha hecho imprescindible. La digitalización está transformando las estructuras tradicionales, sobre todo con los modelos de negocios emergentes que se basan en procesos colaborativos. Alicia Bárcena, Secretaria Ejecutiva de CEPAL, ya señalaba en el año 2016 que "la digitalización es una herramienta clave para aumentar la productividad y la calidad del trabajo que generan las pequeñas y medianas empresas (pymes), y contribuir así, a reducir la desigualdad en la región" (CEPAL, 2016).

Chile no se encuentra ajeno a estos temas, por el contrario, la magnitud, profundidad y velocidad de las transformaciones han jugado un papel crucial en el crecimiento, dinamización y diversificación de la economía en los últimos años, lo que ha llevado al país a posicionarse como líder regional en e-commerce, por sobre mercados mucho más grandes como Argentina o Brasil (Cámara de Comercio de Santiago, 2017). Sin embargo, el tamaño de la economía digital chilena alcanza solo el 3,4% del PIB, lo que presenta un atraso de 2 años para alcanzar el 6% de economía digital que proponía la OCDE para el año 2020 (Índice País Digital, 2016). Este panorama revela la necesidad de priorizar iniciativas que permitan un mayor desarrollo y crecimiento de esta área, así como también, la urgencia de adaptar las actuales empresas al entorno digital en la situación coyuntural de crisis sanitaria (Covid-19) que vive el país. En efecto, la demanda por capital humano en el ámbito digital se ha visto acrecentada producto de la pandemia de salud y las medidas de confinamiento social, sobre todo en áreas asociadas a las ventas a través de internet.

Ilustración 1: Comportamiento de las ventas del Retail en Chile y el Mundo (Crecimiento real anual %).



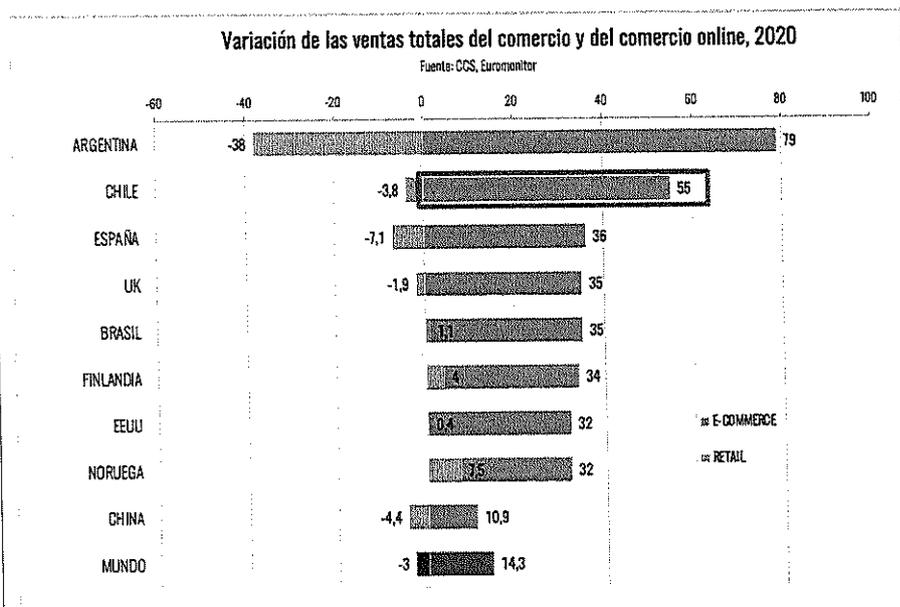
Fuente: Informe "Perspectivas del Comercio Electrónico 2021", Cámara de Comercio de Santiago.

Como podemos observar en la gráfica anterior, la pandemia de salud ha tenido efectos importantes en el comportamiento de las ventas presenciales, consecuencia directa de las medidas de confinamiento social, que han obligado al cierre de los

locales físicos. Entre los meses de marzo y junio de 2020, por ejemplo, las ventas en nuestro país cayeron hasta un 32%, superando la caída promedio a nivel mundial. Esto último ha dejado de manifiesto la importancia de contar con canales de venta digitales, que le permitan a las Mipymes de nuestro país contar con alternativas que posibiliten la continuidad en sus operaciones y mantener así a flote sus negocios. En este sentido, el comercio electrónico ha sido clave para continuar vendiendo y se ha transformado en una necesidad básica para cualquier negocio y/o emprendimiento.

Las ventas, a través del comercio electrónico durante el 2020 en nuestro país tuvieron un incremento de 55 puntos respecto del año anterior, la mayor alza en la región después de Argentina. Este incremento exponencial, ha venido también de la mano de un incremento en la demanda de perfiles digitales asociados al comercio electrónico y al marketing digital, lo que representa una oportunidad para todas aquellas personas que necesitan reconvertirse laboralmente (reskilling) o que necesitan buscar nuevas fuentes de ingreso, a través de la prestación de servicios factibles de realizar de forma remota (desde los hogares). Esta oportunidad incluye también a aquellos profesionales de áreas afines, como las relacionadas con las comunicacionales o al comercio, y que estén en la búsqueda de especializar sus conocimientos en oficios demandados por las empresas (upskilling). En este sentido, reportes de LinkedIn de marzo del presente año, dan cuenta de aumentos considerables en la demanda de trabajadores asociados al marketing digital y al e-commerce, con niveles de renta atractivos⁵ para el mercado laboral local. "Como los negocios se vieron obligados a acelerar repentinamente su transformación digital, también crecieron los empleos para los responsables de las estrategias de marketing de redes sociales, asesores de marketing digital, especialistas en posicionamiento de marca y asistentes de marketing"⁶. Así mismo, la encuesta "Pulso de Demanda 2021" realizada por Talento Digital para Chile, a las 353 empresas más demandantes de perfiles digitales en el país, muestra también una demanda en aumento para perfiles como el E-Commerce Specialist, el Community Manager, el Social Media Manager y el Content Manager.

Ilustración 2: Variación de las ventas totales del comercio electrónico y físico en 2020.



Fuente: Informe "Perspectivas del Comercio Electrónico 2021", Cámara de Comercio de Santiago.

El presente Programa de Formación para la Competitividad es parte de la estrategia de digitalización de Corfo y busca situarse como una alternativa para la generación de capital humano especializado en perfiles digitales de alta demanda asociados al comercio electrónico y al marketing digital.

⁵ De acuerdo con los estudios salariales realizados por Robert Half, en su "Guía Salarial 2021, especializaciones como la de analista de marketing, pueden obtener rentas que van desde \$1.154.800 hasta \$1.773.200.

⁶ Información disponible en: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-56247281> (consultada en abril de 2021).

| |
|---|
| OBJETIVO GENERAL DEL PROGRAMA |
| Formar capital humano especializado en los perfiles de E-Commerce Specialist, Growth marketer, Content Manager, Community manager, Business intelligence analyst, Performance manager y Service Design, desarrollando acciones que permitan la masificación de estas temáticas. |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL PROGRAMA |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Entregar conocimientos y habilidades de especialización en perfiles del marketing digital y el comercio electrónico a 600 personas. 2. Contribuir, a través de la especialización en perfiles digitales, a que empresarios y emprendedores aumenten sus ventas por medio de la digitalización y optimización de sus procesos de venta y/o abriéndoles la posibilidad de ofrecer servicios a un alto estándar. 3. Facilitar el acceso a especialización en perfiles del marketing digital y el comercio electrónico, a aquellas personas que cuentan con experiencia en procesos de venta y/o prestación de servicios en materia digital. |

III. DETALLE TÉCNICO DE LA ACTIVIDAD.

1. ACTIVIDAD DE DESARROLLO DE COMPETENCIAS.

| | |
|--|---|
| ACTIVIDAD DE DESARROLLO DE COMPETENCIAS | |
| <p>Describa con la mayor precisión posible la actividad de desarrollo de competencias que se propone a nivel técnico, identificando las características del curso que se desea realizar (puede incluir los contenidos), la metodología de enseñanza o modalidad (presencial, e-learning, etc.), días y horarios en los cuales se desea dictar las clases, el número de horas pedagógicas del programa, la población objetivo, entre otros. <u>(Repetir cuadro en caso que el programa contemple más de un curso).</u></p> | |
| Descripción del Curso: | |
| <p>Los cursos por desarrollar han sido identificados como perfiles de alta demanda laboral por parte de la iniciativa "Talento Digital para Chile", así como también por estudios de demanda laboral internacionales (LinkedIn). Al tratarse de especializaciones digitales asociadas a las ventas, el comercio electrónico y el marketing digital, su demanda ha experimentado aumentos considerables como consecuencia de la pandemia de salud y la imperiosa necesidad de vender, a través de los canales online.</p> | |
| Metodología o Modalidad del Curso (Presencial, E-learning, Clases prácticas, entre otros): | |
| <p>Los cursos consideran una modalidad e-learning mixta (sincrónico - asincrónico), con metodología de enseñanza bootcamp orientada al desarrollo de aprendizajes prácticos, sobre la base de un proceso de aprendizaje basado en proyectos (ABP). Sin perjuicio de ello, durante la etapa de licitación del servicio se solicitará lo siguiente:</p> <p>Estrategia metodológica: Se espera que las entidades expertas presenten estrategias innovadoras de enseñanza/aprendizaje con foco en el desarrollo de habilidades mediante metodologías activas y la ejercitación práctica, no solo desarrollar el eje de conocimientos teóricos.</p> <p>Estrategia evaluativa: Se espera contar con un programa que permita brindar retroalimentación a los participantes sobre sus progresos de aprendizaje y la generación de proyectos o productos de aprendizaje, evidenciables en un portafolio.</p> <p>Acompañamiento y experiencia de participantes: Durante la implementación del programa se deberá contar con servicio de soporte técnico y tutoría con enfoque en la dinamización de avances en el curso, se valorarán las propuestas que incorporen elementos motivacionales que impulsen un mayor porcentaje de participación y finalización del programa.</p> <p>Cierre: se solicitará la entrega de reportes de aprendizaje, asistencia y satisfacción.</p> <p>Masificación de las temáticas: Se solicitará a los adjudicatarios una propuesta de actividades masivas, que permita extender el alcance de la capacitación y la relevancia de los temas tratados.</p> | |
| Número de Horas del Programa: | Los cursos tendrán una duración de al menos 60 horas cada uno . Sin perjuicio de lo anterior, durante la etapa de licitación se podrán realizar ajustes al programa y su |

| | |
|--|---|
| | duración, resguardando en cada caso el logro de los resultados de aprendizaje esperados y del desarrollo de las competencias asociadas a cada especialidad. |
| Contenidos: | |
| <p>La descripción a nivel de competencias y funciones a desarrollar por cada uno de los cursos propuestos es la siguiente⁷. El detalle de los contenidos será solicitado a los oferentes de los cursos, durante el proceso de licitación que deberá desarrollar el Agente Operador Intermediario que se adjudique su administración.</p> | |
| <p>1. E-Commerce Specialist.</p> <p>Este(a) especialista se encarga de diseñar, implementar y gestionar la estrategia de venta online de principio a fin, siendo así un puente entre la venta tradicional y la online. Se caracteriza por su pensamiento analítico, una actitud minuciosa y por la capacidad de negociación para poder desempeñar exitosamente sus funciones.</p> <p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseña y gestiona la estrategia e-commerce de principio a fin (producto, precio, servicio, UX online y estrategia de marketing para accionar el tráfico) y establece los objetivos. • Realiza estudios de mercado (análisis de la competencia, datos de consumo, conducta de compra del target) para identificar las ventajas competitivas. • Optimiza la experiencia del cliente y aumenta la conversión de compra. • Mejora el Purchase Funnel y genera estrategias de repetición de compra, upselling y crossselling. • Conoce el target objetivo y sus necesidades. | |
| <p>2. Growth Marketer.</p> <p>Este(a) especialista es el responsable de elaborar estrategias de adquisición orgánicas y pagas, medir los KPI's clave de una campaña, y ser capaz de elaborar estrategias de mejora continua. También implementa y automatiza una estrategia de embudo completa, desde la adquisición hasta la conversión final, utilizando las herramientas de marketing empleadas en el mercado.</p> <p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Generar estrategias de marketing para optimizar los recursos de crecimiento de la marca. • Realizar acciones para el rápido lanzamiento de productos y servicios al mercado, validando su adopción. • Dominar las plataformas de marketing digital y google analytics, de manera de poder definir la mejor forma de impactar al público objetivo de la organización. • Implementar procesos automatizados de captura de usuarios y distribución de productos. | |
| <p>3. Content Manager.</p> <p>Este(a) especialista es el responsable de los contenidos digitales generados, y que serán publicados en los distintos canales digitales (Web, redes sociales, blogs). Su principal objetivo es asegurarse de que el contenido genere interés en el target, además de ser acorde con la marca. El curso también le enseñará al alumno a promocionar sus productos y/o servicios a través de la redacción de contenido acorde con los protocolos establecidos por la organización.</p> <p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseña una estrategia de contenidos acorde con las estrategias de marketing de la empresa. • Desarrolla contenido acorde con la marca y los intereses de sus usuarios. • Planifica un calendario de publicaciones sobre la base de los diferentes momentos del funnel, intereses de los usuarios, canales, estado del servicio, etc., en que se encuentre el cliente. • Se asegura de que exista cohesión entre los distintos canales digitales. • Monitorea los KPI's para evaluar el proceso y optimizar acciones. | |

⁷ Información de referencia extraída del reporte "Mapa de Profesiones Digitales 2019 y 2020", ISDI.

4. Community manager.

Este(a) especialista es el responsable de las Redes Sociales de las empresa, teniendo como objetivo último el potenciar la imagen de marca en todos los canales digitales a través de la ejecución de las acciones que conforman la estrategia comunicacional y de contenidos de la misma. Por lo tanto, éste profesional es el punto de unión marca-comunidad de followers.

Funciones

- Gestionar las comunidades virtuales y redes sociales en las que está presente la empresa.
- Crear contenido digital, alineado con la estrategia de contenidos definida por la empresa.
- Monitorear continuamente a la competencia, de manera de mantener la imagen de la empresa con una correcta reputación en su sector.
- Generar conversaciones en las comunidades, atendiendo dudas e incidencias en la audiencia.
- Estudiar y conocer al target de audiencia y te potenciales followers.
- Analizar los resultados de las campañas de difusión digital implementadas.

5. Digital business intelligence.

Este(a) especialista es el responsable de recopilar, gestionar y analizar información a los datos hallados con las distintas herramientas de medición online de la organización y así sacar conclusiones y generar recomendaciones de estrategias (optimizarlas).

Funciones

- Diseñar y gestionar estrategias de analítica digital y de medición online.
- Seleccionar herramientas y métodos de análisis acorde a los objetivos de la empresa.
- Recopilar datos relacionados con las plataformas digitales de la empresa.
- Conocer el tipo de perfil de usuarios que consultan la web de la empresa y monitorear el tráfico.
- Crear informes, presentaciones y cuadros de mando, acorde con los resultados y estrategia global de análisis de datos de la empresa.

6. Performance manager.

Este(a) especialista es el responsable de toda la publicidad, tanto pagada como no pagada, cuyo objetivo es atraer tráfico a la web y generar leads. En este sentido, también se responsabilizará de la gestión con agencias cuando haya trabajos externalizados. Por lo tanto, este profesional tendrá como objetivo principal desarrollar y cumplir la estrategia de captación de la compañía que permita generar el mayor tráfico posible a las webs de la marca.

Funciones

- Diseñar, implementar y optimizar las campañas de publicidad, en las diferentes redes sociales.
- Definir una estrategia, objetivos y tareas de performance.
- Analizar la respuesta de los clientes a las distintas campañas y optimizar en función de ello el presupuesto.

7. Service Design.

Este(a) especialista se dedica a traducir ideas de negocio de la organización en productos/servicios que respondan a una necesidad o demanda de los usuarios/clientes, siempre con un doble objetivo secundario: que implique un beneficio para la empresa, y que esté conectado con el modelo de negocio. Por lo tanto, este profesional debe conocer profundamente al target objetivo, y así saber qué y cómo ofrecer para conseguir la diferenciación del producto/servicio de la empresa en comparación con otras.

Funciones

- Comprender las necesidades del negocio y expectativas del target, generando procesos de investigación.
- Conocer al usuario y sus necesidades.

- Desarrollar y diseñar productos y servicios.
- Realizar testing de la solución propuesta y mejora de la misma.

CRITERIOS DE SELECCIÓN DE LA ENTIDAD EXPERTA

Indique los criterios de selección para determinar la entidad experta que podrá realizar el desarrollo de competencias.

Ej: Persona natural o jurídica con las siguientes condiciones:

Podrán participar y presentar ofertas quienes cuenten con el reconocimiento oficial del Estado como Instituciones de Educación Superior (Universidades, Institutos Profesionales, Centros de Formación Técnica), aquellas universidades creadas por Ley, los Organismos Técnicos de Capacitación (OTEC) que cuenten con la autorización para impartir capacitación de acuerdo a la normativa que rige al Sistema de Capacitación y Empleo del Servicio Nacional de Capacitación y Empleo, "SENCE", y también entidades internacionales que cuenten con experiencia demostrable en capacitación TIC, ya sea de forma independiente o bien en asociación con una entidad educacional nacional.

2. POBLACIÓN OBJETIVO

Población Objetivo (A quién estará dirigido):

La presente convocatoria estará dirigida a los chilenos o extranjeros con permanencia definitiva en el país, que sean dueños, socios, accionistas y/o trabajadores permanentes de una empresa que pertenece al rubro del comercio. También podrán postular aquellas personas que sean profesionales, técnicos de nivel superior o licenciados, ya sea de carreras del área de las comunicaciones, del área comercial o carreras afines, o bien de otras áreas del conocimiento, en cuyo caso deberán demostrar experiencia laboral asociada a la prestación de servicios en materia de ventas y marketing digital.

Requisitos de Postulación:

Las personas interesadas en postular a este programa deberán cumplir los siguientes requisitos de postulación, de acuerdo con su categoría de postulante:

Postulantes que sean dueños, socios, accionistas y/o trabajadores permanentes de una empresa perteneciente al rubro del comercio.

- Ser chilenos o extranjeros con permanencia definitiva en el país.
- En caso de ser dueño, socio y/o accionista de la empresa, demostrar tal condición.
- En caso de ser trabajador permanente de la empresa, demostrar tal condición.

Postulantes que sean profesionales, técnicos de nivel superior o licenciados de carreras del área comercial, comunicaciones, o afines

- Ser chilenos o extranjeros con permanencia definitiva en el país.
- Demostrar su condición de profesional, técnico de nivel superior o licenciado de carreras del área de las comunicaciones, del área comercial o carreras afines.

Postulantes que sean profesionales, técnicos de nivel superior o licenciados de otras áreas del conocimiento

- Ser chilenos o extranjeros con permanencia definitiva en el país.
- Demostrar experiencia laboral asociada a la prestación de servicios en materia de ventas y marketing digital en los casos de que su condición de profesional, técnico de nivel superior o licenciado de carreras sea en áreas del conocimiento distintas a las comunicaciones y/o comercial.

Propuesta de documentos de postulación:

Se verificarán los requisitos de participación señalados anteriormente, de acuerdo con el siguiente mecanismo:

Postulantes que sean dueños, socios, accionistas y/o trabajadores permanentes de una empresa Sólo para el caso de postulantes extranjeros, se solicitará fotocopia de la cédula de identidad para extranjeros por ambos lados, que especifique

la permanencia definitiva en el país, o bien el Certificado de Permanencia Definitiva en Chile. Para el caso de postulantes nacionales, la verificación se realizará utilizando para ello el número de cédula de identidad contenido en el formulario de postulación.

- Verificar su calidad de socio y/o accionista mediante copia simple de la escritura de constitución, el registro de accionistas o de otro documento en el que conste esa condición.
- En caso de ser persona natural con inicio de actividades en primera categoría, se revisará tal condición con la información disponible en el sitio web del Servicio de Impuestos Internos.
- En caso de ser trabajador permanente de la empresa, adjuntar copia digital de alguno de los siguientes documentos: contrato de trabajo, certificado de antigüedad laboral, última liquidación de remuneración, copia de certificado de cotización de seguridad social, con RUT del empleador, u otro documento que permita comprobar la relación laboral del postulante con la empresa.

Postulantes que sean profesionales, técnicos de nivel superior o licenciados de carreras afines

- Sólo para el caso de postulantes extranjeros, se solicitará fotocopia de la cédula de identidad para extranjeros por ambos lados, que especifique la permanencia definitiva en el país, o bien el Certificado de Permanencia Definitiva en Chile. Para el caso de postulantes nacionales, la verificación se realizará utilizando para ello el número de cédula de identidad contenido en el formulario de postulación.
- Adjuntar fotocopia simple (escaneada) de su título profesional, técnico o licenciatura, o bien certificado de título, en virtud de los requisitos que establece el curso respectivo. En caso de documentos extranjeros, estos se deberán encontrar legalizados en Chile.

Postulantes que sean profesionales, técnicos de nivel superior o licenciados de otras áreas del conocimiento

- Sólo para el caso de postulantes extranjeros, se solicitará fotocopia de la cédula de identidad para extranjeros por ambos lados, que especifique la permanencia definitiva en el país, o bien el Certificado de Permanencia Definitiva en Chile. Para el caso de postulantes nacionales, la verificación se realizará utilizando para ello el número de cédula de identidad contenido en el formulario de postulación.
- Adjuntar fotocopia simple (escaneada) de su título profesional, técnico o licenciatura, o bien certificado de título, en virtud de los requisitos que establece el curso respectivo. En caso de documentos extranjeros, estos se deberán encontrar legalizados en Chile.
- Adjuntar Currículum Vitae comprobable con referencias, u otros documentos que permitan verificar la experiencia laboral.

Criterios de Priorización:

Para efectos de la selección de los postulantes, durante la convocatoria se construirá un esquema de evaluación de candidatos adecuada a la cantidad de postulantes que se espera recibir, facilitando así el proceso de selección. En cualquier caso, se buscará priorizar la selección de acuerdo con el siguiente orden:

- Dueños y/o socios de la empresa.
- Trabajadores permanentes de la empresa.
- Profesionales, técnicos de nivel superior o licenciados de carreras afines.
- Profesionales, técnicos de nivel superior o licenciados de otras áreas del conocimiento.
- En caso de empates, se dirimirá de acuerdo con la fecha y hora de recepción de la respectiva postulación.

Al momento de establecerse el procedimiento de postulación, se podrán considerar criterios de priorización adicionales a los señalados anteriormente, resguardando en todo momento los principios de igualdad de los postulantes, de objetividad y de transparencia; sólo con el objeto de jerarquizar las postulaciones para facilitar el proceso de selección.

IV. PLAN DE ACTIVIDADES.

| N° | NOMBRE DE LA ACTIVIDAD | DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD | N° MES DE DURACIÓN |
|----|--|--|--------------------|
| 1 | Proceso de convocatoria, evaluación y selección de la entidad gestora (AOI). | Esta actividad se iniciará con la resolución que ejecuta el acuerdo que aprueba el PFC, y tendrá como objetivo seleccionar a una Entidad Gestora que administre el programa (AOI). | 1 |
| 2 | Proceso de convocatoria, evaluación y selección de la entidad experta. | Esta actividad se iniciará una vez seleccionada una Entidad Gestora. El objetivo será seleccionar una o varias Entidades Expertas con las capacidades necesarias para dictar los cursos. | 2-3 |
| 3 | Diseño de la versión final del programa. | Esta actividad se desarrollará una vez seleccionada la Entidad Experta. El objetivo será ajustar la programación y aspectos técnicos del programa en función de la experiencia académica de la Entidad Experta contratada y de la logística existente, de manera tal de maximizar las oportunidades de lograr la consecución de los objetivos planteados. | 3 |
| 4 | Convocatoria de postulantes al programa, selección y matrícula. | Una vez definidos los aspectos técnicos finales del programa, se iniciará el proceso de convocatoria a los potenciales beneficiarios. Esta actividad incluirá el proceso de evaluación y selección de los becarios que se adjudicarán una de las 525 becas disponibles. | 4-6 |
| 5 | Desarrollo de los cursos de capacitación. | Esta actividad consiste en el desarrollo de los cursos propiamente tal, comenzando con una actividad de lanzamiento. | 7-10 |
| 6 | Actividad de supervisión y seguimiento metodológico de los cursos. | Esta actividad se realizará de forma mensual y tendrá por objetivo verificar que el desarrollo de los cursos se ajuste a lo ofertado por las respectivas instituciones de capacitación. Esta actividad será desarrollada por un académico experto en los perfiles a desarrollar y su función será la de asegurar la calidad con que se imparten los contenidos, permitiendo responder adecuadamente a las exigencias establecidas por cada perfil. Una de sus funciones será asegurar que el material previo al inicio de los cursos sea de la calidad requerida. | 7-10 |
| 7 | Actividad de cierre. | Esta actividad dará cierre al curso de capacitación, y permitirá difundir los portafolios individuales realizados durante el programa. | 10/11 |
| 8 | Entrega del informe final y rendición a Corfo. | Redacción y entrega del informe final a CORFO. | 11 |

V. CARTA GANTT.

| N° | NOMBRE DE LA ACTIVIDAD | MES 1 MARZO 2022 | MES 2 ABRIL 2022 | MES 3 MAYO 2022 | MES 4 JUNIO 2022 | MES 5 JULIO 2022 | MES 6 AGOSTO 2022 | MES 7 SEPTIEM BRE 2022 | MES 8 OCTUBR E 2022 | MES 9 NOVIEM BRE 2022 | MES 10 DICIEMBRE 2022 | MES 11 ENERO 2023 (INFORME FINAL) |
|----|---|------------------------|------------------------|-----------------------|------------------------|------------------------|-------------------------|------------------------------|---------------------------|-----------------------------|-----------------------------|---|
| 1 | Proceso de convocatoria, evaluación y selección de la entidad gestora (AOI). | | | | | | | | | | | |
| 2 | Proceso de convocatoria, evaluación y selección de la entidad experta. | | | | | | | | | | | |
| 3 | Diseño de la versión final del programa. | | | | | | | | | | | |
| 4 | Convocatoria de postulantes al programa, rendición de pruebas, selección y matrícula. | | | | | | | | | | | |
| 5 | Desarrollo de los cursos de capacitación. | | | | | | | | | | | |
| 6 | Actividad de supervisión y seguimiento metodológico de los cursos. | | | | | | | | | | | |
| 7 | Actividad de cierre. | | | | | | | | | | | |
| 8 | Entrega del informe final y rendición a Corfo (post ejecución). | | | | | | | | | | | |

VI. RESULTADOS ESPERADOS.

Se deberán indicar los resultados esperados al término de cada Actividad del PFC (diagnóstico, desarrollo de competencias y/o certificación de competencias), y relacionarlos con su contribución al cumplimiento de los objetivos específicos.

| RESULTADOS ESPERADOS (PRODUCTOS) | | | |
|--|--|---|--------------------|
| Indique los productos que se espera obtener como resultado de la actividad de diagnóstico. | | | |
| N° | RESULTADO/PRODUCTO | DESCRIPCIÓN | MES DE REALIZACIÓN |
| 1 | Alumnos egresados de todas las especialidades del marketing y el comercio electrónico ofrecidas. | Se espera contar con al menos el 90% de egresados de los cursos ofrecidos. | 10 |
| 2 | Ceremonia de inauguración del programa de formación | Se realizará una ceremonia virtual de inauguración del programa de formación, la que se podrá realizar por cada Organismo Capacitador adjudicado. | 7 |
| 3 | Medición de la satisfacción de los becarios del curso. | Se espera contar con una medición de satisfacción intermedia y final del curso, a través de una encuesta de percepción aplicada a los alumnos. | 8 y 10 |
| 4 | Ceremonia de cierre de este Programa de formación. | Se deberá realizar una ceremonia virtual de cierre del curso, instancia en la cual se deberán entregar los diplomas de aprobación a todos aquellos que hayan egresado del curso. | 10 |
| 5 | Informe de Evaluación Intermedia y Final. | Informe técnico sobre la metodología y gestión del aula de los cursos ejecutados por la Entidad(es) Experta(s). Esta observación servirá a CORFO para realizar mejoras a los términos de referencia con que se contratarán las entidades expertas que hagan futuras capacitaciones en tecnología. | 9 y 11 |

VII. INDICADORES.

Definir los indicadores de acuerdo con la naturaleza de los resultados esperados (cualitativos y cuantitativos), establecer su meta, su plazo, le medio de verificación y el supuesto relacionado.

| INDICADORES | | | | | | |
|-------------|--|--|-------------|-----------------------|--|---|
| N° | NOMBRE Y DESCRIPCIÓN DEL INDICADOR | FÓRMULA DEL INDICADOR | META | FECHA DE CUMPLIMIENTO | FUENTE DE VERIFICACIÓN | SUPUESTOS Y OBSERVACIONES |
| 1 | Porcentaje de beneficiarios que egresan del programa de formación. | $(\text{N}^\circ \text{Beneficiarios que egresan del programa} / \text{N}^\circ \text{Beneficiarios matriculados}) * 100$ | $\geq 90\%$ | Mes 10 | Comprobantes de matrícula. Listado de egresados del curso. | Sin supuestos |
| 2 | Porcentaje de beneficiarios que declaran recomendar el programa de formación a otra persona. | $(\text{N}^\circ \text{Beneficiarios que recomendaría el programa} / \text{N}^\circ \text{Beneficiarios que responden la encuesta}) * 100$ | $\geq 85\%$ | Mes 10 | Resultados de la encuesta final de satisfacción del curso. | El porcentaje se medirá respecto del total de alumnos que |

| | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|-----------------------|
| | | | | | | responda la encuesta. |
|--|--|--|--|--|--|-----------------------|

VIII. ANTECEDENTES FINANCIEROS DEL PROGRAMA.

1. GASTO EN CAPACITACIÓN POR BENEFICIARIO

| | | | |
|--|--|-------------------------------|-----------------|
| Número total de cupos del proyecto: | 600 cupos en total, distribuidos entre las 7 especialidades. | | |
| Financiamiento del curso "E-commerce specialist": | | | |
| Número total de cupos | 240 | | |
| Costo Total del Curso por persona: | \$600.000.- | | |
| Aporte CORFO ⁹ por Persona: | \$540.000.- | Cofina. CORFO Total: | \$129.600.000.- |
| Aporte Individual por Persona (Matrícula): | \$60.000.- (10%) | Cofina. Privado Total: | \$14.400.000.- |
| Financiamiento del curso "Growth marketer": | | | |
| Número total de cupos | 60 | | |
| Costo Total del Curso por persona: | \$600.000.- | | |
| Aporte CORFO ⁹ por Persona: | \$540.000 | Cofina. CORFO Total: | \$32.400.000 |
| Aporte Individual por Persona (Matrícula): | \$60.000.- (10%) | Cofina. Privado Total: | \$3.600.000.- |
| Financiamiento del curso "Content manager": | | | |
| Número total de cupos | 60 | | |
| Costo Total del Curso por persona: | \$600.000.- | | |
| Aporte CORFO ¹⁰ por Persona: | \$540.000 | Cofina. CORFO Total: | \$32.400.000 |
| Aporte Individual por Persona (Matrícula): | \$60.000.- (10%) | Cofina. Privado Total: | \$3.600.000.- |
| Financiamiento del curso "Community manager": | | | |
| Número total de cupos | 60 | | |
| Costo Total del Curso por persona: | \$600.000.- | | |
| Aporte CORFO ¹¹ por Persona: | \$540.000 | Cofina. CORFO Total: | \$32.400.000 |
| Aporte Individual por Persona (Matrícula): | \$60.000.- (10%) | Cofina. Privado Total: | \$3.600.000.- |
| Financiamiento del curso "Digital business intelligence": | | | |
| Número total de cupos | 60 | | |
| Costo Total del Curso por persona: | \$600.000.- | | |
| Aporte CORFO ¹² por Persona: | \$540.000 | Cofina. CORFO Total: | \$32.400.000 |
| Aporte Individual por Persona (Matrícula): | \$60.000.- (10%) | Cofina. Privado Total: | \$3.600.000.- |

| Financiamiento del curso "Performance manager": | | | |
|---|------------------|------------------------|---------------|
| Número total de cupos | 60 | | |
| Costo Total del Curso por persona: | \$600.000.- | | |
| Aporte CORFO ¹³ por Persona: | \$540.000 | Cofina. CORFO Total: | \$32.400.000 |
| Aporte Individual por Persona (Matrícula): | \$60.000.- (10%) | Cofina. Privado Total: | \$3.600.000.- |
| Financiamiento del curso "Service design" | | | |
| Número total de cupos | 60 | | |
| Costo Total del Curso por persona: | \$600.000.- | | |
| Aporte CORFO ¹⁴ por Persona: | \$540.000 | Cofina. CORFO Total: | \$32.400.000 |
| Aporte Individual por Persona (Matrícula): | \$60.000.- (10%) | Cofina. Privado Total: | \$3.600.000.- |

2. GASTO CORFO CUENTA DE CAPACITACIÓN

| Ítem | Descripción del Gasto | Total (\$) |
|-----------------------------------|--|------------------------|
| Gastos de contratación del Curso. | Gastos asociados exclusivamente a actividades de capacitación. | \$324.000.000.- |
| CUENTA CAPACITACIÓN | | \$324.000.000.- |

3. GASTO PRIVADO CUENTA DE CAPACITACIÓN

| Ítem | Descripción del Gasto | Total (\$) |
|-----------------------------------|--|-----------------------|
| Gastos de contratación del Curso. | Gastos asociados exclusivamente a actividades de capacitación. | \$36.000.000.- |
| CUENTA CAPACITACIÓN | | \$36.000.000.- |

4. GASTO CORFO CUENTA DE OPERACIÓN

| Ítem | Descripción del Gasto | Total (\$) |
|--|---|----------------|
| Difusión y Promoción. | Gastos asociados a la contratación de un plan de medios que permita la difusión de los cursos a los interesados, así como al desarrollo o compra de insumos que tengan por objetivo la difusión del curso durante el proceso de convocatoria, y de sus resultados al término del programa. | \$10.000.000.- |
| Gastos asociados a la revisión de elegibilidad de los postulantes. | Gastos asociados a la revisión de elegibilidad que se deberá realizar, de acuerdo con las exigencias de postulación y documentación a adjuntar que plantea el proyecto. | \$8.000.000.- |
| Asesor disciplinario | Gastos asociados a la contratación de horas de un profesional encargado de apoyar la evaluación de propuestas de entidades de educación y de validar los planes formativos de los adjudicatarios. Dada la diversidad de perfiles, se podrán contratar horas de asesoría de más de un profesional. | \$5.000.000.- |

| | | |
|---|--|-----------------------|
| Analistas de calidad (1) | Gastos asociados a la contratación de 1 profesional analistas de calidad, cuya función principal será la de verificar que los cursos se desarrollen con altos estándares de calidad, de acuerdo con lo señalado en las respectivas propuestas de licitación adjudicadas, además de monitorear el nivel de satisfacción, de asistencia a clases, de reclamos, etc. El servicio es durante toda la implementación de los cursos. | \$5.400.000.- |
| TOTAL CUENTA GASTOS DE OPERACIÓN | | \$28.400.000.- |

5. GASTOS DE OVERHEAD

| Ítem | Descripción del Gasto | Total (\$) |
|------------------------------|--|-----------------------|
| Overhead (OH) | Gastos asociados a garantía financiera, labores seguimiento y administración del proyecto. | \$31.500.000.- |
| TOTAL CUENTA OVERHEAD | | \$31.500.000.- |

6. PRESUPUESTO CONSOLIDADO DETALLADO POR CUENTA

| Cuenta Financiable | Aporte CORFO | Aporte Beneficiario | TOTAL |
|---------------------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|
| Gastos de Capacitación | \$ 324.000.000 | \$ 36.000.000 | \$ 360.000.000 |
| % | 90,00% | 10,00% | 100% |
| Gastos de Operación | \$ 28.400.000 | \$ 0 | \$ 28.400.000 |
| TOTAL PROGRAMA | \$ 352.400.000 | \$ 36.000.000 | \$ 388.400.000 |
| Overhead (OH) Max. 15% | \$ 31.500.000 | - | - |
| % OH | 8,94% | - | - |
| Total a Transferir | \$ 383.900.000 | | |



FELIPE COMMENTZ-SILVA
GERENTE GENERAL
CORPORACIÓN DE FOMENTO DE LA PRODUCCIÓN

i El diagnóstico debe entregar información sobre: quien lo realizó y fecha, e identificación y dimensión de las brechas laborales detectadas. También puede incluir antecedentes obtenidos de fuentes de datos secundarios, estudios, resultados de proyectos, entre otros.