



LICITACION PÚBLICA Nº DAB-L-070-2013

SERVICIO SISTEMA DE COMUNICACIONES INTEGRALES

DIVISIÓN MINISTRO HALES

RESUMEN EJECUTIVO

1. SERVICIO A LICITAR

A través del presente proceso de licitación pública, la Corporación Nacional del Cobre de Chile -en adelante “Codelco”, “Codelco-Chile”, “La Corporación” o “División Ministro Hales” - invita a empresas con reconocida experiencia en la materia, a presentar ofertas por el **“SERVICIO SISTEMA DE COMUNICACIONES INTEGRALES”**

1.1 ALTERNATIVAS DE COTIZACIÓN:

Considera de acuerdo a mejores resultados de cotizaciones de alternativas correspondientes a:

A) Alternativa Cotización por: 41 Meses (Oficial)

El servicio podrá ser adjudicado a 1 (una) empresa

2. BREVE DESCRIPCIÓN DEL ALCANCE:

Las funciones que deberá entregar el Servicio en licitación, corresponden entre otras a los siguientes trabajos:

- Contribuir a generar adhesión a los valores corporativos e identidad con los desafíos de la División MH.
- Visibilizar el liderazgo en materias de seguridad, sustentabilidad, austeridad y cumplimiento de promesas.
- Identificar y tratar los desafíos de comunicaciones internas de la División integrándolos con los lineamientos corporativos (licencia para prosperar / centrado

en las personas / compañía de excelencia / pasión por el crecimiento) y el trabajo en comunicaciones externas.

- Formular la Estrategia de Comunicaciones Internas (CCII)
- Formular un Plan de Comunicaciones Internas, derivado de la Estrategia de CCII y soportado por un plan de medios por audiencia (con énfasis en el rol comunicacional de los líderes y la línea), y un sistema de evaluación sistemática de las intervenciones comunicacionales.
- Constituir las instancias rectoras y coordinadoras de las comunicaciones internas de la División.

DE LA DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.

Los servicios requeridos en el presente contrato considerarán y comprenderán lo siguiente:

El Contratista proveerá todos los servicios administrativos, técnicos y profesionales; desarrollará todas las operaciones, incluyendo el suministro y la supervisión de sus trabajadores y suministrará los elementos técnicos para prestar satisfactoriamente los servicios detallados en las presentes bases técnicas.

El alcance del Contrato comprende una serie de responsabilidades del Contratista, cuyo cumplimiento es necesario para la correcta prestación del servicio.

- Contribuir a generar adhesión a los valores corporativos e identidad con los desafíos de la División MH.
- Visibilizar el liderazgo en materias de seguridad, sustentabilidad, austeridad y cumplimiento de promesas.
- Identificar y tratar los desafíos de comunicaciones internas de la División integrándolos con los lineamientos corporativos (licencia para prosperar / centrado en las personas / compañía de excelencia / pasión por el crecimiento) y el trabajo en comunicaciones externas.
- Formular la Estrategia de Comunicaciones Internas (CCII)
- Formular un Plan de Comunicaciones Internas, derivado de la Estrategia de CCII y soportado por un plan de medios por audiencia (con énfasis en el rol comunicacional de los líderes y la línea), y un sistema de evaluación sistemática de las intervenciones comunicacionales.
- Constituir las instancias rectoras y coordinadoras de las comunicaciones internas de la División.

PRODUCTOS

El servicio debe considerar lo siguiente:

Plan Maestro de Comunicaciones Externas Estratégicas

- Definir y caracterizar grupos interés a nivel externo que considere sistematización y retroalimentar evaluación del mismo a través de herramientas de investigación de mercados.
- Definir mensajes corporativos para los grupos de interés identificados, para cada una de las áreas temáticas relevantes para DMH (salud, seguridad, medio ambiente, comunidades, recursos humanos). El “Servicio Base” del contrato, consiste en el apoyo al desarrollo de estrategias y planes de comunicación externa; talleres, análisis de riesgos, proyección de escenarios y tendencias; asesoría ante eventos críticos, entrenamiento en habilidades comunicacionales a ejecutivos y profesionales, desarrollo de EIA, estudios y encuestas para temas específicos, entre otros.
- Apoyar y definir estrategias y planes de comunicación externa, es decir, definir qué mensajes deben situarse en qué grupo de interés además de identificar cuál será el canal que servirán de soporte para la masificación de contenidos.
- Definir análisis de riesgos a nivel externo, proyección de escenarios y tendencias internas, asesorías ante eventos críticos.
- Todo lo anterior tendiente a establecer la imagen y posicionamiento de División Ministro Hales (DMH) en la Opinión Pública y Stakeholders, a través del reforzamiento del perfil de posicionamiento e imagen de la compañía
- Para ello también es esencial la identificación de tendencias y sensibilidad de la Opinión Pública frente a la minería, caracterizando las percepciones, corrientes de opinión.
- Documentos y acciones básicas a desarrollar:
 - o Informe Mensual Escenario Político - Comunicacional. A partir de la información de prensa, se elaborará un informe de tendencias de carácter analítico y proyectivo, sobre la industria minera y otros ámbitos (como medio ambiente, coyuntura política y temas críticos para la industria) del quehacer nacional y regional y sus implicancias

para Codelco División Ministro Hales. El objetivo de este producto es la anticipación y proyección de escenarios, la entrega de información de contexto para la toma de decisiones y la alerta a la Gerencia acerca de aquellos asuntos que pueden repercutir en la compañía. Esto se traduce en la entrega de un análisis de riesgo reputacional de carácter mensual.

- Monitoreo, análisis y seguimiento de relación con stakeholders, de acuerdo a la matriz generada por la gerencia de Sustentabilidad. Entrega mensual: Documento con Priorización de stakeholders de acuerdo a estrategia; análisis y seguimiento de stakeholders priorizados (15-20). Considera investigación de opiniones, discurso, etc. de acuerdo a fuentes abiertas
- Reunión de coordinación y revisión avances estrategia comunicaciones. Entregable mensual: Reunión un día completo en Calama (con a lo menos un profesional, ideal 2)
- Focus group y entrevistas. Dos focus group y entrevistas anuales (uno por cada semestre), a stakeholders externos de la división (autoridades, representantes de agrupaciones, entre otros).

Plan Maestro de Comunicaciones Internas Estratégicas

- Definir y caracterizar grupos interés a nivel interno que considere sistematización y retroalimentar evaluación del mismo a través de herramientas de investigación de mercados (focus group, entrevistas, encuestas de comunicaciones)
- Defina mensajes corporativos para los grupos de interés identificados, para cada una de las áreas temáticas relevantes para DMH (salud, seguridad, medio ambiente, comunidades, recursos humanos)
- Evaluar plan de medios para público interno (directos y de empresas colaboradoras), es decir, apoyar en la identificar cuáles serán los medios de comunicación que servirán de soporte para la distribución y cascadeo de contenidos, discursos, mensajes establecidos como relevantes por DMH.
- Definir análisis de riesgos a nivel interno, proyección de escenarios y tendencias internas, asesorías ante eventos críticos. Entrega mensual.

Cabe señalar que tanto la elaboración de Plan Maestro en comunicaciones externas e internas deben considerar una conversación permanente entre mensaje y discurso corporativo, diferenciándose sólo en el grupo de interés al cual va dirigido.

- Documentos y acciones básicas a desarrollar:
 - Monitoreo, análisis y seguimiento de relación con principales stakeholders internos para determinar posibilidades de trabajo conjunto. Entrega bimensual: Documento con Priorización de stakeholders de acuerdo a estrategia; análisis y seguimiento de stakeholders priorizados (15-20). Considera investigación de actividades y/o acciones futuras con ellos (voluntariado, por ejemplo)
 - Reunión de coordinación y revisión avances estrategia comunicaciones. Entregable mensual: Reunión un día completo en Calama (con a lo menos 1 profesional, ideal 2). Hacer coincidir estas reuniones con misma fecha de reuniones de coordinación por temas de comunicaciones externas.
 - Focus group y entrevistas. Dos focus group y entrevistas anuales (uno por cada semestre), a stakeholders internos de la división (trabajadores de las diferentes áreas de la empresa: representativo).

Producción Periodística, de Diseño y Distribución

- Comunicaciones Externas:
 - Coordinación con la División en la determinación de las actividades y/o acciones que se reportearán para publicación en medios externos (tv, radio, prensa, etc.)
 - Redacción de comunicados de prensa base para ser publicados en medios externos (tv, prensa, radio, etc.)
 - Producción de material gráfico (fotografías) que den soporte visual a comunicados de prensa base.
 - Apoyo en la producción periodística, gráfica, de marketing y/o de armado, de actividades y/o acciones externos (eventos) asociadas a Comunicaciones, Asuntos Externos y Comunidades.
- Comunicaciones Internas:
 - Coordinación, redacción y producción periodística general de piezas comunicacionales internas de DMH (medios de comunicación identificados: revista interna, boletín, newsletter, paletas informativas, diarios murales, folletos, volantes, etc.)
 - Diagramación e impresión de piezas comunicacionales (1 por mes). Habrá excepción en aquellas piezas que requieran de mayor periodicidad de acuerdo a estudio en el tiempo (paletas informativas, diarios murales, campañas mensuales, etc.)

- Piezas gráficas y audiovisuales con recambio semanal, en función de la elaboración de las diversas piezas comunicacionales internas a definir por parte de DMH. En este punto, particularmente en este nuevo periodo que le toca comenzar a DMH (operación), la idea es reforzar la comunicación audiovisual, elaborando una parrilla programática con avisos, notas informativas, espacios educativos (¿sabías qué?, cumpleaños, etc.)
- Ensobrado, etiquetamiento y distribución de piezas comunicacionales, para su posterior distribución en públicos objetivos (stakeholders internos y externos).
- Entrega de listados de distribución a compañía como medio verificador
- Otras piezas:
 - Invitaciones: Diseño, impresión, ensobrado y distribución de tarjetas de invitación (de diferentes portes) y entrega de registro de distribución a compañía como medio verificador
- Actividades a desarrollar de manera no regular
 - Producción de stand y/o exposiciones de diversos tipos, en Calama, Chiu Chiu y/o cualquiera de las comunidades que son parte del Plan de Desarrollo Comunitario (fotográficas, stand básicos corporativos, etc.). Aproximado: 1 cada mes (casa abierta)
 - Diseño y entrega de trabajos en soportes variados. Aproximado: 1 cada dos meses.
 - Diseño e impresión de pendones de diversos tipos (de pedestal, tipo roller). Aproximado: 1 cada mes
 - Diseño de gigantografías de diversos tamaños. Aproximado: 1 cada dos meses
 - Diseño e impresión de Pasacalles de diversos tamaños. A petición (este producto es esporádico)
 - Diseño y confección de letreros de los más variados tipos (madera, acrílicos, fierro, acero, etc.). A Petición (este producto es esporádico)

- Diseño de afiches, volantes, flyers, folletos (dípticos, trípticos y otros). Aproximado: a lo menos 300 unidades por mes.
- Diseño de suplementos, avisos de prensa. Aproximado: 1 suplemento (periódico) cada mes, 1 revista cada mes, 1 aviso cada dos meses, 1 newsletter cada dos meses.
- Diseño de diplomas y enmarcado de los mismos. Aproximado: 15 diseño cada dos meses, enmarcado: 15 cada dos meses.
- Diagramación librillos y/o manuales técnicos. Aproximado: 1 diagramación cada dos meses.
- Diseño de cuadernos y/o cuadernillos de toma de apuntes. Aproximado: 1 diseño cada dos meses.
- Diseño de adhesivos de los tipos más variados (con pegamento por delante, repelente al agua, de papel, de plásticos, etc.). Aproximado: 1 diseño cada dos meses.
- Diseño de tarjetas de presentación. A petición.
- Diseño y creación de sistemas de diseño de sistemas web, mailing, newsletter, etc.
- Diseño de paneles y la confección de los mismos
- Coordinación y/o confección de regalos corporativos
- Grabación y producción de imágenes, edición y entrega final de videos audiovisuales (DVD y/o CD). En este producto se deben generar a lo menos 10 cápsulas audiovisuales por mes

En términos de las expectativas del servicio, cada uno de los servicios contenidos en estas bases deben ser realizados con:

- Calidad: esta característica será medida en función del tipo de trabajo solicitado por la división (tipo de papel, gramaje, impresión y secado de colores, etc.)
- Tiempos de entrega (rapidez en la respuesta de entrega): que se cumplan con las fechas estipuladas.

- Disponibilidad local: que se cuente con profesionales con residencia en Calama, dado el tipo de servicio que se está pidiendo.

Características Especiales del Servicio

Dado el carácter del servicio de apoyo profesional, existen condiciones relacionadas directamente con la calidad técnica del servicio, las cuales se deben cumplir sin excepción para tener un desempeño satisfactorio con respecto a Codelco. A continuación se presenta un breve resumen de ellas.

- **Confidencialidad.**
Todos los datos, elementos y antecedentes que Codelco entregue o facilite al Contratista son de propiedad exclusiva de Codelco y no podrán ser usados para otros fines que los contemplados en este servicio. Por lo tanto, existe la expresa prohibición de divulgar o hacer uso de esta información, incluso con posterioridad al finiquito del contrato.

En general, toda la información que derive del trabajo encomendado no podrá ser utilizada ni difundida por el Contratista, bajo ninguna condición. La falta a esta cláusula, no sólo inhabilitará a la Empresa a continuar prestando este o futuros servicios para Codelco, sino que también podrá ser causal de demanda.

La pérdida de información será considerada una falta grave.

- **Continuidad.**
El Contratista deberá asegurar la continuidad del servicio, proveyendo reemplazos calificados en caso de ausentismo o ausencia de los profesionales destinados a prestar un servicio de asesoría encomendado por Codelco y aceptado por el Contratista. Dichos reemplazos deberán tener las competencias y atributos necesarios en el tema que está tratando el profesional a reemplazar.
- **Flexibilidad.**
El Contratista debe ser capaz de adaptarse en forma rápida frente a cambios en las prioridades determinados por Codelco, para cuyo efecto debe ser flexible en la programación de las actividades relacionadas con el servicio.
- **Propiedad Intelectual.**
En relación con la propiedad intelectual, todos los antecedentes, documentos o informes que prepare el Contratista para Codelco, con motivo de sus servicios profesionales, se entenderán transferidos de pleno derecho a Codelco, por lo que podrán ser utilizados libremente por esta última, en futuros litigios que puedan afectarla.

3. PLAZO DE EJECUCIÓN DEL SERVICIO

El servicio tendrá una duración de acuerdo, a lo estimado por los proponentes, pudiendo ser 41 meses (oficial según proceso de licitación).

4. REQUISITOS ECONÓMICOS – FINANCIEROS Y COMERCIALES

De acuerdo al Balance Clasificado al mes de diciembre de 2012, se debe cumplir con los siguientes parámetros:

- Capital de Trabajo mínimo : KUS\$ 116
- Patrimonio Mínimo : KUS\$ 159
- Razón de Endeudamiento : menor a 0,8 (deuda total / total activos)
- Razón de Liquidez : mayor a 1.
- No registrar anotaciones Comerciales y Laborales negativas.

El capital de trabajo se calcula como la diferencia entre Activo Circulante y Pasivo Circulante, más líneas de créditos vigentes certificadas por bancos nacionales.

5. REQUISITOS TÉCNICOS

Podrán participar las empresas que cumplan con lo siguiente:

- La empresa contratista deberá demostrar una experiencia mínima de 3 (tres) años.
- Experiencia del Personal idóneo para el servicio.
- Plan de Riesgo, Medio Ambiente y Calidad
- Metodología de Trabajo
- Lista de Recursos Ofrecidos (personal, maquinarias y equipos).
- Gestión de Riesgos: puntaje mínimo de 70 puntos según los requerimientos de la GSSO-DMH para los siguientes periodos:
 - Mayo 2010 a Abril 2011
 - Mayo 2011 a Abril 2012

- Mayo 2012 a Abril 2013

6. ENTREGA / ENVÍO DE BASES

Las Bases de licitación estarán a disposición desde el viernes 23 de mayo hasta el 27 de mayo 2013, las que serán entregadas vía QMarket, **previa solicitud de los proponentes**, al siguiente email: **mruiz003@codelco.cl** y al Sr. Aldo Chaile; email: **AChaile@contratistas.codelco.cl**

Ante cualquier consulta contactar a Sr. Aldo Chaile; al fono 666761883

7. CALENDARIO DEL PROCESO DE LICITACIÓN

ACTIVIDAD	LUGAR	FECHA
Entrega de Bases de Licitación	Envío, vía Qmarket	23-05-2013 al 27-05-2013
Reunión Explicativa y Visita a Terreno (Asistencia Obligatoria)	Instalaciones División Ministro Hales, Ruta 24 Km. 4, Calama.	28-05-2013 a las 10:00
Recepción Consultas	Vía Qmarket	31-05-2013 hasta las 18:00
Respuestas a Consultas	Vía Qmarket	03-05-2013 Durante el día.
Recepción de: Ofertas Técnicas y Ofertas Económicas	Vía Qmarket	17-06-2013
Inicio de los Servicios	23-07-2013	

CODELCO MINISTRO HALES, MAYO 2013.