



## **LLAMADO ABREVIADO**

# **PLAN DE CAPACITACIONES ESPECÍFICO PARA EMPRESAS - MODALIDAD GRUPAL**

## **Formato Híbrido**

### **CENTRO PYME COLONIA**

## **PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS DE**

## **Turismo Accesible**

### **SOCIO ESTRATÉGICO**

#### **Asociación Turística de Colonia**

La entidad de capacitación postulante debe enviar las propuestas en formato digital a través del correo electrónico [colonia@centros.uy](mailto:colonia@centros.uy). No se recibirán ofertas por otros medios. Se realizará acuse de recibo de todas las propuestas enviadas en tiempo y forma. La no recepción de esta notificación indica que la propuesta no fue recibida por lo que no será efectiva la postulación. Las consultas también las pueden realizar a la casilla mencionada anteriormente.

Las propuestas se recibirán hasta el 30 de mayo a las 23.59.

## **I. ANTECEDENTES**

Los Centros Pymes son un espacio donde las empresas y emprendimientos acceden a una oferta integral de servicios de desarrollo empresarial. Prestan servicios de asistencia técnica, capacitación, orientación a programas, servicios de derivación y estudios económicos territoriales.

La finalidad del Programa es promover el desarrollo económico productivo e innovador con sustentabilidad, equidad social, equilibrio ambiental y territorial.

El modelo se basa en un enfoque sistémico, considerando a la Mipyme desde un enfoque integral, que contempla todas las áreas de la empresa, su vinculación, estado actual y oportunidades de mejora.

Los Centros Pymes apuntan a generar un plan de trabajo específico para cada usuario, el cual, luego de identificar y priorizar las necesidades de apoyo que presentan las empresas y emprendedores, procura cerrar las brechas de competitividad existentes a través de asesorías técnicas y capacitación. Para ello, los Centros ofrecen una serie de talleres y capacitaciones que vienen a fortalecer los conocimientos empíricos y prácticos de los empresarios y las empresarias, apuntando siempre hacia su profesionalización.

## **II. PLAN DE CAPACITACIONES ESPECIFICO PARA EMPRESAS**

En el marco del Centro Pyme se diseñan e implementan actividades de capacitación específicas para el fortalecimiento de las capacidades competitivas de las Mipymes.

Previamente al diseño de las capacitaciones los Centros realizan actividades de identificación, captación y diagnósticos de demandas y necesidades de formación, con el objetivo de avanzar en los procesos de desarrollo empresarial de clientes. Las capacitaciones diseñadas buscan, en todos los casos, la generación de nuevas capacidades en empresarias y empresarios, que les facilite la toma de decisiones a partir de datos, herramientas y nuevas tendencias.

El Centro Pyme incluye en su público objetivo a empresas establecidas formales e informales con deseo de regularizar su situación, ubicadas en distintos sectores de la cadena productiva de la localidad, pero con una visión común de mejora continua de sus procesos.

### **III. INFORMACIÓN GENERAL DEL LLAMADO**

La Asociación Turística Departamental de Colonia en su calidad de Socio Estratégico del Centro Pyme de Colonia convoca a Empresas Consultoras y/o de Capacitación a presentar propuestas para el presente llamado “Turismo Accesible”

La capacitación se realizará en modalidad híbrida. Las instancias se realizarán en las instalaciones previstas por cada el Centro Pyme.

A partir de la evaluación técnica se realizará una lista de prelación de las propuestas remitidas por las instituciones postulantes. Se considerarán aquellas que superen el mínimo establecido en la evaluación técnica el cual debe ser de 65% de la evaluación total y se convocará a la que haya obtenido el mayor puntaje para realizar la capacitación, en caso de manifestar inconvenientes para cumplir, se continuará con el siguiente según el orden de prelación resultante.

La lista de prelación, sin obligación de contrato, tendrá una validez de 12 meses desde su publicación, pudiendo ser seleccionados para futuras necesidades de capacitación en el marco del Plan de Capacitación.

Las empresas o consultores/as que resulten seleccionados/as para impartir el curso podrán considerarse para realizar la réplica de la capacitación, dentro de los 12 meses posteriores a la selección, en caso de no resultar satisfactorio el desempeño de la entidad de capacitación se podrá optar por el siguiente proveedor sin posibilidad de reclamo alguno por quien resultara en el primer lugar dentro de la lista, toda actividad será documentada y registrada en las evaluaciones realizadas por parte del Centro Pyme.

### **IV. POBLACIÓN OBJETIVO**

Micro, pequeñas y medianas empresas formalizadas del sector turístico del departamento de Colonia.

## V. DESCRIPCIÓN DEL LLAMADO

Se solicita a instituciones de capacitación y/o equipos consultores con experiencia en facilitación de procesos de capacitación a empresas, presentar propuestas para el dictado de la capacitación indicada.

Según la Organización Mundial de Turismo (2014), no hay una definición única de Turismo Accesible. Asimismo, se pueden identificar algunos elementos conceptuales orientativos para la integración de las personas con discapacidad. Estos elementos son: la participación de personas con discapacidad en la oferta turística y la eliminación de barreras existentes en los servicios turísticos. El foco debe establecerse en el entorno discapacitante para transformarlos en entornos para todas las personas. El concepto de discapacidad es complejo, y ha evolucionado desde una concepción médica a una concepción del modelo social.

Una definición actualizada del Turismo Accesible lo define como:

“El Turismo Accesible es una forma de turismo que implica procesos de colaboración planificadas estratégicamente entre las partes interesadas que permite a las personas con los requisitos de acceso, incluida la movilidad, visión, audición y capacidades cognitivas, funcionar de manera independiente y con equidad y dignidad a través de la prestación de los productos, servicios y entornos turísticos basados en el Diseño Universal. (Darcy, S. y Dickson, T. en OMT, 2014)

En suma, las definiciones tienden a lo holístico y son dinámicas, por tanto, todo desarrollo conceptual y práctico que amplíe las visiones y considere a todos los seres humanos atenderá el desafío de construir una sociedad más justa y menos desigual. Incluso, considerando todos los aspectos de la accesibilidad: física, cultural, cognitiva, económica, y temporal.

Además, desde el punto de vista de la competitividad, el Turismo Accesible es una

herramienta que debe conceptualizarse también desde el negocio turístico como forma de llegar mejor a una demanda mayor y más específica en un contexto de envejecimiento de la población, de detección temprana de discapacidades, de mayor autonomía de las personas con discapacidad, demandas específicas de turismo para niños, embarazadas, etc.

Retomando lo dicho párrafos antes, la accesibilidad debe pasar porque todos los integrantes de la sociedad derriben distintos tipos de barreras, físicas, intelectuales, emocionales, económicas, políticas, etc., que tiendan a generar una integración desde la ética humana.

En base a la Convención de los Derechos de las Personas con Discapacidad las personas con discapacidad cuentan con “deficiencias físicas, mentales, intelectuales o sensoriales a largo plazo que, al interactuar con diversas barreras, puedan impedir su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las demás” (OMS, citada en OMT, 2014). La propia OMT en sus recomendaciones para el Turismo Accesible, define a las personas con discapacidad como toda aquella “a las que las barreras del entorno en que se encuentra y las barreras actitudinales, evitan su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las demás, en los viajes, alojamientos y otros servicios turísticos.” (ídem.)

Entre las barreras para el Turismo Accesible se identifican distintas instancias del viaje turístico: planificación y reserva, transporte, edificación, comunicación y destino. Dentro del destino se puede incluir cada uno de los servicios: hotelería, gastronomía, recreación, cultura, guíaanza, transporte, etc. Y, fundamentalmente, las barreras sociales y actitudinales.

Según la OMT, dentro de las barreras sociales más importantes está la falta de capacitación en las empresas turísticas, tanto en los tomadores de decisión empresarial como en los trabajadores. En ese sentido, el aprendizaje debe incluir los dos aspectos, los derechos y la calidad del servicio como negocio.

Una iniciativa desde las empresas puede ser un impulso a empujes del destino, y al interior del entramado empresarial, una oportunidad de posicionamiento ante la

competencia.

Según el Manual de Buenas Prácticas en Accesibilidad Turística del Ministerio de Turismo y el Ministerio de Desarrollo Social del Uruguay (2018), el 17.6% de la población del país mayor de 5 años tiene algún tipo de limitación sensorial, físico, mental o intelectual. En dicho manual se establecen recomendaciones para hotelería, gastronomía, transporte. Información, guianza, actividades de ocio y recreación. Además, dentro de las prácticas se le dedica especial atención al trato de las personas con discapacidad, como primer paso en la creación de un destino turístico (y sociedad) accesible y justo.

La Asociación Turística Departamental de Colonia cuenta en su plan de trabajo con el objetivo estratégico de mejorar la movilidad y accesibilidad en los destinos turísticos del departamento y la conectividad entre ellos, y en ese marco uno específico de implementar circuitos turísticos accesibles, y como meta al menos 3, pensando en uno por zona del departamento.

## **VI. OBJETIVO GENERAL**

Capacitar a empresarias y empresarios como líderes de sus organizaciones y destino para generar oferta turística para todas las personas.

## **VII. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ✓ Aportar a la visión del turismo como derecho humano al ocio y la recreación.
- ✓ Estimular la demanda de servicios del Centro por parte de la empresa.
- ✓ Fortalecer o desarrollar las capacidades de gestión.
- ✓ Aportar conceptos y herramientas que contribuyan a cambiar la mirada de la *empresa que tenemos a la empresa que queremos.*

## **VIII. CONTENIDOS**

Relevamiento:

El relevamiento será realizado exclusivamente en las empresas inscriptas.

La propuesta de relevamiento debe incluir indicadores en base al “Manual sobre Turismo Accesible para Todos (2014), Módulo IV, Indicadores para el estudio de la accesibilidad en turismo”, en base a las empresas inscriptas cuyas características serán brindadas por el Centro Pyme a los consultores interesados. Este manual se cita a efectos referenciales desde los cuales establecer la propuesta, la cual puede mejorarse y adaptarse.

Los ejes del relevamiento según lo citado podrán ser:

- Indicadores de webs, apps, redes y reservas.
- Indicadores de ofertas de agencia de viajes.
- Indicadores de infraestructura, operadores y móviles de transporte.
- Indicadores de alojamientos: oferta, servicios e infraestructura.
- Indicadores de empresas gastronómicas: oferta, servicios e infraestructura.

Se recuerda que no se solicita indicadores del destino, sino de las empresas, por tanto, el alcance estará determinado por el universo de dichas empresas inscriptas en la capacitación.

### **Contenido Básico de la Capacitación.**

1. Ética y Derechos. Incluir visión de género y discapacidad.
2. Introducción al Turismo Accesible:

Turismo Accesible y Diseño para Todos: Conceptos y objetivos, — beneficios económicos y sociales, — legislación en materia de Turismo Accesible (Legislación internacional, nacional y departamental) — derechos de los turistas con discapacidad y

necesidades especiales, – la cadena de valor del Turismo Accesible, – barreras en el Turismo Accesible.

### 3. Beneficiarios del Turismo Accesible

Descripción de los segmentos de personas con discapacidad y necesidades especiales, – discapacidad: evolución del término hacia la accesibilidad para todos, – técnicas de atención al cliente con discapacidad y a clientes con necesidades de acceso en diferentes entornos, – otras necesidades de las personas con discapacidad: productos de apoyo y primeros auxilios, – emergencias, – la inteligencia emocional aplicada a turistas con necesidades especiales, – resolución de conflictos y gestión de reclamaciones, – prácticas.

### 4. Diseño de entornos, productos y servicios de Turismo Accesible.

Necesidades de los turistas en materia de accesibilidad, – legislación de accesibilidad (urbanística, edificación y transportes), – principios del Diseño para Todos, – aplicación del Diseño para Todos en entornos, – medios de distribución: agencias de viaje y tour operadores, – sector de transportes, – edificación (alojamiento, restauración, centros comerciales, oficinas turísticas), – entorno urbano y entornos naturales (playas, parques, rutas, etc.), – actividades específicas (congresos, deportes, excursiones, viajes organizados, etc.), – productos de apoyo y ergonomía, – nuevas tecnologías turísticas accesibles, – aplicación de la accesibilidad en los servicios y productos ofrecidos, – la accesibilidad como elemento de calidad turística.

Importante: aquí se realizará una capacitación global mínima y luego grupal sectorial con mayor dedicación de horas para cada sector identificado (hasta 4)

### 5. Introducción al mercado actual y potencial del Turismo Accesible

Situación actual de la oferta de servicios y productos turísticos accesibles (nivel local, regional, nacional e internacional), – volumen de mercado y tendencias en el sector de Turismo Accesible, – análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) de productos y servicios turísticos accesibles, – la accesibilidad como oportunidad de negocio en los subsectores turísticos, – beneficios de posicionamiento y rentabilidad futura de las acciones de responsabilidad social para personas con discapacidad, – innovación en el desarrollo de productos turísticos accesibles, – herramientas de gestión

para diseñar productos turísticos accesibles competitivos y su repercusión en la rentabilidad del negocio, – estudios de caso.

#### 6. Marketing del Turismo Accesible.

Características de la información (accesibilidad a la información), – elementos de distribución (webs, guías de recursos, anuncios, entre otros), – métodos de distribución de la información, – herramientas de marketing (marketing mix), – fuentes de información sobre Turismo Accesible, – asociaciones de personas con discapacidad, – encuentros de intercambio demanda-oferta de Turismo Accesible, foros, congresos y convenciones, – promoción, intermediación y venta, – ejemplos prácticos para el marketing por sectores (eventos, paquetes turísticos, etc.).

#### 7. Evaluación

Instrumentos de medición y evaluación de la oferta turística para todas las personas.

Durante la capacitación se deberá procurar estimular que en cada región del departamento se generen ofertas accesibles que incluyan al menos un lugar para dormir, uno para comer y una actividad accesible.

Al finalizar el relevamiento y capacitación, se solicita a la empresa o consultor que entregue un documento con líneas de acción genéricas para los participantes.

### **MODALIDAD, DURACIÓN Y HORARIOS DE LA CAPACITACIÓN**

La duración prevista para la capacitación es de 8 horas, distribuidas en un máximo de 4 semanas, pudiéndose incluir una semana intermedia para que los participantes puedan poner en práctica algunos de los conceptos del taller en sus empresas. Los días y horarios serán acordados con el Coordinador del centro, responsable de sondear la disponibilidad de los participantes para las horas y días previstos.

Se acordará con el Coordinador al menos 2 instancias presenciales y 2 instancias virtuales de capacitación.

Asimismo se debe contabilizar 1 hora práctica por empresa para el relevamiento solicitado.

Se espera estar comenzando con la capacitación en el mes de junio.

## **IX. RESULTADOS ESPERADOS**

Al finalizar la capacitación se espera que los empresarios y las empresarias logren comprender de una forma clara y sencilla las múltiples herramientas disponibles vinculadas al tema, para a partir de esta información definir con el apoyo del equipo técnico del Centro Pyme una estrategia de mejora de procesos que impacten en el crecimiento, productividad y competitividad de la empresa, directa o indirectamente.

Asimismo, se solicitará a la entidad de capacitación entregar al personal del Centro una carpeta con los ejercicios, prácticas o evaluaciones que se apliquen durante la capacitación, como información relevante para la ficha del empresario.

El último día de clases y por única vez el personal del Centro previo al cierre de la capacitación verificará el llenado de la encuesta de satisfacción, calidad y desempeño de la entidad de capacitación con los participantes la misma será enviada con anterioridad a todos los participantes vía on-line; la información obtenida es para uso del centro, por lo que no podrá ser compartida con la misma bajo ningún formato, sin embargo y en caso de requerirlo se realizará una reunión con el coordinador para comentarle los resultados de la evaluación.

## **X. METODOLOGÍA**

La metodología de trabajo debe ser participativa, orientada a la acción y a los métodos de aprendizaje por experiencia, de modo de desarrollar e incrementar las competencias personales. En este sentido se espera que los ejercicios o ejemplos que se manejen durante la capacitación puedan ser relacionados a las empresas y la localidad con la que se está trabajando. El/la capacitador/a técnico/a deberá trabajar con las empresas en la identificación de situaciones comunes y sus posibles soluciones.

Se solicita la asignación por parte de la institución de un/a coordinador/a de capacitación que sea el nexo entre el grupo de participantes, docentes y el Centro. Para una mejor coordinación de las actividades de capacitación, el/la coordinador/a de capacitación mantendrá una reunión con el equipo técnico del Centro de modo de nivelar expectativas y coordinar detalles de la implementación.

Es responsabilidad de la institución de capacitación enviar al Centro los materiales que serán utilizados en la capacitación, los mismos serán compartidos con los/las participantes. El/la coordinador/a deberá informar en forma periódica al Centro sobre las asistencias y la evolución de la capacitación.

Los/las participantes deberán asistir al 80% de las clases y contar con un informe positivo de la institución capacitadora para aprobar el curso y recibir el certificado.

## **XII. ENTREGABLES Y CIERRE DE CAPACITACIÓN**

- Listado de control de asistencias
- Informe final conteniendo los principales hitos del relevamiento, el proceso de capacitación, valoración general de los y las docentes sobre el proceso de aprendizaje individual y colectivo.
- Materiales para entregar a participantes: PPT utilizadas durante la capacitación.
- Se preverá la realización de pruebas prácticas.

## **XIII. DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR**

Los/las interesados/as en la convocatoria deberán presentar sus postulaciones conteniendo una propuesta técnica y una propuesta económica.

La propuesta técnica se presentará, toda en un mismo archivo, conteniendo:

1. Antecedentes de la institución y experiencia en el trabajo con empresas especialmente Mipymes, destacándose las actividades formativas y con características similares a las de esta convocatoria.
2. Formación y experiencia del equipo docente asignado a las actividades previstas (por medio de currículum vitae, máximo 2 páginas por docente), en caso de encontrarse registrado/a como proveedor/a del centro, puede obviar los currículos, a menos que no esté dentro de las personas registradas en el Centro. Se valorará el desempeño en consultorías afines a la temática, y formación en aspectos motivacionales individuales y de trabajo en equipo, coaching, didáctica, metodología, manejo de conflictos, etc.

3. Propuesta de actividades en base a los objetivos y pautas planteados, indicando:
  - Contenidos – módulos y desarrollo
  - Programa de trabajo y plan de clases,
  - Metodología a aplicar.
  - Materiales a entregar a participantes, PPT que se utilizarán durante la capacitación.
  - Docentes asignados/as a cada tema.

En otro archivo independiente, se presentará la propuesta económica, detallada en formato Excel.

#### **XIV. CONSIDERACIONES**

- Se podrán postular Consultores/as y empresas de Capacitación del extranjero siempre que están radicados en zonas cercanas a la localidad. Deberán tener en cuenta que del importe facturado se deducirán las retenciones tributarias correspondientes.
- Se deberá de presentar propuesta y presupuesto para cada unidad grupal de 20 participantes.
- Cada una de las empresas interesadas se inscribirá on-line en el CRM de los Centros o directamente en el Centro Pyme correspondiente.

#### **XV. CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

El procedimiento de evaluación de la presente convocatoria es por calidad y costo, pesando más la calidad. La *propuesta técnica* tendrá una ponderación del 70% del puntaje total, en tanto a la *propuesta económica* le corresponderá un 30% del puntaje total.

La *propuesta técnica* será evaluada en dos componentes: *los contenidos de la propuesta* tendrán una ponderación del 70% del puntaje total, en tanto *las credenciales y antecedentes de la entidad de capacitación* corresponderán a un 30%.

Se realizará una evaluación técnica de la propuesta a través de un comité conformado por técnicos de los organismos integrantes del programa, la evaluación se registrará según los siguientes criterios:

Componente de evaluación	Puntaje máximo
Formación del equipo docente	5
Estudios complementarios del equipo docente	5
Antecedentes y experiencia en formación de la entidad de capacitación	5
Antecedentes y experiencia en el territorio o en otros territorios	5
Experiencia de la entidad de capacitación de cara a proveer servicios educativos basados en nuevas tecnologías	5
Antecedentes del equipo docente de trabajo en los Centros	5
Desarrollo esperado de todos los contenidos	15
Pertinencia y objetivos descritos	5
Construcción de objetivo con los participantes	5
Metodología a implementar	10
Descripción del perfil de ingreso y egreso del participante	5
Innovación en la implementación	5
¿Describe materiales didácticos, infraestructura requerida, equipos y complementos?	15
¿Describe actividades o estrategias para la evaluación de los contenidos transmitidos?	10

- ✓ Una vez evaluadas todas las propuestas técnicas, se considerarán las que alcancen como mínimo el 65% del puntaje en ese componente.

- ✓ El puntaje total final correspondiente a cada propuesta resultará de combinar el puntaje de la propuesta técnica y el puntaje de la propuesta económica, de acuerdo con la ponderación asignada (70% y 30% respectivamente).
- ✓ El resultado de la postulación se comunicará por correo electrónico una vez cerrada la ponderación por el comité evaluador y dentro de los plazos establecidos en el llamado. En caso de requerir conocer la oferta ganadora o la lista de prelación, dicha información será brindada sólo de manera presencial en las instalaciones del centro al coordinador de la entidad de capacitación, no pudiendo conservar copia alguna, ni digital ni física.
- ✓ La omisión de algún requerimiento permitirá la descalificación inmediata de la postulación.

## **XVI. COTIZACIÓN DE LA OFERTA**

El costo hora de la capacitación máxima es de \$U 4.454 + IVA-en caso de corresponder (pesos uruguayos cuatro mil cuatrocientos cincuenta y cuatro más IVA en caso de corresponder) esto incluye: además de las horas de docencia directa, horas de reuniones de coordinación del equipo docente, costos de administración de la entidad de capacitación, viáticos y cualquier otro no considerado.

En caso de que se incluyan horas prácticas de asesoramiento directo el costo máximo unitario es de \$U 891 + IVA (pesos uruguayos ochocientos noventa y uno más IVA), esto considera cada hora presencial en la empresa a asesorar, la cual incluye costo de traslado y todos los gastos implícitos.

Se estima que la capacitación incluya a 20 empresas.

Se pagarán las horas prácticas que sean efectivamente implementadas, esto se pautará con el consultor luego de ser contratado.

**IMPORTANTE:** Si la actividad a contratar incluye horas prácticas de asesoramiento directo, los honorarios deben incluir IVA, por lo que no pueden participar del proceso entidades de capacitación o consultores/as que estén exoneradas de este impuesto. Si la actividad a contratar

no incluye horas prácticas de asesoramiento directo, podrán participar del proceso entidades de capacitación que exoneren IVA.

En caso de que el/la consultor/a requiera desplazarse desde otro departamento, se deberá cotizar separadamente los gastos de pasajes de ómnibus, o comprobantes de transporte particular por el equivalente al valor del pasaje de ómnibus ida-vuelta entre la localidad del/la consultor/a y el Centro Pyme que realiza el llamado. Este es el único gasto admitido por transporte.

## **XVII. PAGOS**

El precio definitivo a pagar se establecerá al finalizar todas las actividades y contra informe de cierre del curso, tomando en cuenta el número de participantes egresados, entendiéndose por tales a quienes hayan asistido, como mínimo, al 80% de las jornadas para la capacitación.

**IMPORTANTE:** Si al finalizar la capacitación, el número de egresados es igual o hasta un 15% menor con relación a la cantidad de participantes que culminan el primer día de taller, se pagará el total cotizado para la unidad grupal. En cambio, si el número es inferior se abonará en forma proporcional a la cantidad de egresados. El Centro Pyme se reserva el derecho a suspender o posponer la actividad en caso de que no fueran dadas las condiciones necesarias para su implementación