

TÉRMINOS DE REFERENCIA 2022

## LLAMADO ABREVIADO

### CAPACITACIÓN ESPECÍFICA PARA EMPRESAS

#### **CENTRO SORIANO**

PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS  
PARA EL PROGRAMA

#### **VISUAL MERCHANDISING**

SOCIO ESTRATÉGICO

**Centro Comercial e Industrial de Soriano**

La entidad de capacitación postulante debe enviar las propuestas en formato digital a través del correo electrónico [soriano@centros.uy](mailto:soriano@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 las 23.59 del 20/08/2022.

## **1 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.

## **2 PLAN DE CAPACITACIONES ESPECÍFICO 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.

### **3 INFORMACIÓN GENERAL DEL LLAMADO**

El Centro Comercial e Industrial de Soriano en su calidad de Socio Estratégico del Centro Pyme Soriano, convoca a Empresas Consultoras y/o de Capacitación y consultores independientes a presentar propuestas para el presente llamado, comprendido en **PROGRAMA para empresas sobre VISUAL MERCHANDISING.**

Las instancias se realizarán en las instalaciones previstas por el Centro PYME de Soriano en la ciudad de Mercedes, de manera PRESENCIAL.

En caso de existir instancias a distancia, además de los participantes de la localidad para la que se hace el llamado, se podrán incorporar participantes de otras localidades.

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.

### **4 POBLACIÓN OBJETIVO**

Micro, pequeñas y medianas empresas formalizadas o con miras de formalizarse de los distintos sectores económicos, pertenecientes al departamento de Soriano.

## 5 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.

## 6 OBJETIVO GENERAL

A través del taller se quiere lograr la sensibilización en los/las participantes implementando técnicas pedagógicas que impacten en la comprensión de los temas. Se solicita la presentación de propuestas que incluyan metodologías para la capacitación innovadora y de vanguardia, así como las dinámicas o PPT a utilizar durante la misma. Los temas están indicados, sin embargo, se recibirán sugerencias o adecuaciones en los contenidos, basados en la experiencia de la entidad de capacitación y en el logro de los objetivos.

Es imprescindible la implementación de instancias con dinámicas prácticas que permitan a los asistentes poner en práctica los conocimientos adquiridos de manera teórica y culminar el taller con insumos creados en el mismo.

Se busca transmitir conocimientos y herramientas teórico-prácticas asociados al Marketing enfocado en VISUAL MERCHANDISING.

## 7 OBJETIVOS

### ESPECÍFICOS

- 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*.
- Lograr un conocimiento sólido sobre todas las herramientas digitales.
- **Generar dominio de las herramientas para la toma de fotografía de producto y/o servicio, con soporte a nivel digital, para la correcta comercialización de los mismos.**
- Adquirir habilidades para el desarrollo e implementación de estrategias de comercialización y marketing en el mundo digital.
- Instalar capacidades que permitan desarrollar estas estrategias con los recursos que se cuenta en la empresa o que requieran de mínimas inversiones.
- Manejo adecuado a la realidad y necesidad de cada empresa de las distintas redes sociales y canales de comunicación digital.

- Conocer las tendencias que afectan las comunicaciones online y las herramientas para poder posicionar de manera adecuada a la empresa.
- Conocer los diferentes factores que intervienen en el posicionamiento digital de la empresa en buscadores o comunidades específicas.
- Entender y llevar a cabo la comercialización online o entender cómo contratar el servicio para lograr el posicionamiento deseado y realizar conversiones de ventas.
- Comprender el marketing mix necesario entre mundo digital y físico (métodos de pago, envíos, políticas de cambios, etc.).

## CONTENIDOS

### PARTE I: MARKETING

- **Fundamentos de Marketing**
  - ¿Qué es?
  - Marca e identidad. (Logo, naming, slogan, colores, olores, experiencias, otros)
  - Identificación de público objetivo (mapa empatía, buyer persona, otros)
- **Marketing Digital**
  - ¿Por qué es importante que mi negocio esté presente en Internet?
    - Distintas formas de estar presentes en internet.
    - Redes Sociales y valor y objetivo de la comunidad
    - Plataformas de venta (mercado libre, marketplace)
    - Páginas web, carrito de compra
    - Google maps y otras herramientas.
    - Comunicación, newsletters, whatsapp Business.
  - **WhatsApp Business.**
    - Cómo crear tu perfil empresarial.
    - Creación de catálogo.
    - Técnicas de ventas utilizando WhatsApp
    - Interacción con los contactos, listas de difusión.
  - **Redes Sociales**
    - ¿Qué son? Importancia
    - Creación de redes
    - Diferencias entre redes comerciales y personales
    - Comunidad, formas, valor y creación.
    - Contenido ¿Qué y cómo publicar en las distintas redes?
    - Contenido de Valor

## PARTE II: FOTOGRAFÍA DE PRODUCTO Y/O SERVICIO

- **Creación de contenido**
  - Tipos de contenido
  - Planificación de contenido
  - Calendarización
  - Creación de imágenes para redes
  - Aplicaciones gratuitas para diseño gráfico y edición.
  - Historias, Sorteos, Reels, etc.
  
- **Fotografía básica para redes**
  - Conociendo las herramientas fotográficas de tu teléfono celular.
  - Conceptos básicos de composición de imagen (color, luz, composición, estilo, ambiente)
  - Creación de diferentes tipos de contenido (foto de producto, uso, estilo de vida, etc.)
  
- **Alcance de publicaciones.**
  - Alcance orgánico y pago
  - Configuración básica de pautas publicitarias
  - Segmentación de público.
  
- **Optimización uso de redes**
  - Calendarización y planificación de contenido
  - Automatización de respuestas.

## PARTE III: VIDRIERAS Y LAYOUT

- Preparar los productos que se exhibirán, analizando la vidriera y/o espacio de exhibición.
- Los distintos niveles de visibilidad de los productos y cómo estos determinan los puntos de atracción y de venta.
- Planificación y presupuestación de la organización de la vidriera y/o espacio de exhibición.
- Variables que contemplar frente al diseño en armado de vidriera y/o espacio de exhibición (estacionalidad, ubicación del local, competencia, etc.).
- Criterios de diseño estándar.
- Iluminación y cuidado de los productos (distinción entre productos perecederos y no perecederos).
- Pautas para establecer una metodología de diseño y ajuste de las vidrieras sujeto a temáticas, fechas clave, eventos, etc.
- Abordar aspectos referentes a la estrategia de layout, buscando optimizar la venta de productos de m2.

## **PARTE IV: VISUAL MERCHANDISING**

- Conceptos fundamentales del Visual Merchandising.
- La percepción y su papel en desarrollo de marca y fijación de precio.
- La ley del pulgar: fundamentos simples y prácticos para el manejo de los metros cuadrados.
- Cartelería y Display.
- Paredes.
- La importancia de la reposición.
- Colocación de producto.
- El color y la luz como recursos.
- Estacionalidad de productos.
- Mesas y sus configuraciones según el objetivo de ventas.
- Cajas y mostrador.
- El escaparate: una ventana hacia nuestra empresa.

### **Actividades Prácticas**

Es deseable la utilización de ejemplos y casos prácticos de emprendimientos o pequeñas empresas de Uruguay y/o del interior del país.

## **8 DURACIÓN Y HORARIOS DE LA CAPACITACIÓN**

La duración prevista para la capacitación es de 40 horas para ejecutar en un máximo de 6 semanas, con 1 hora práctica por empresa para la parte II y otra para la parte IV capacitación. Máximo total de horas prácticas a ejecutar: 30.

Los días y horarios serán acordados con el asesor coordinador del centro, responsable de sondear la disponibilidad de los participantes para las horas y días previstos, en caso de requerir conocer los mismos previo a la postulación, realice la consulta vía telefónica al 098 077 438.

Se espera comenzar con la capacitación en el mes de Agosto / Septiembre de 2022.

## **9 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, 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; ejecutada desde la empresa o de forma tercerizada.

Asimismo, se solicitará a la entidad de capacitación entregar al personal del Centro documentación que dé cuenta de 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 requerirse se realizará una reunión con el coordinador para comentarle los resultados de la evaluación.

## **10 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. Es deseable tomar situaciones de los participantes para problematizar y buscar una solución conjunta.

Deberán realizarse instancias bajo la modalidad de taller, reforzando conceptos bajo la premisa de “aprender haciendo”. Por ejemplo: armado de set de fotografía casero para generación de contenido con productos de los asistentes.

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.

## **12 ENTREGABLES Y CIERRE DE CAPACITACIÓN**

- Listado de control de asistencias
- Informe final conteniendo los principales hitos del proceso de capacitación, valoración general de los y las docentes sobre el proceso de aprendizaje individual y colectivo.

- Materiales a entregar a los participantes: PPT utilizadas durante la capacitación.

### **13 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 – estructuración y desarrollo
  - Programa de trabajo y plan de clases
  - Metodología a aplicar.
  - Materiales a entregar a participantes y 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.

### **14 CONSIDERACIONES**

- Se podrán postular Consultores/as y empresas de Capacitación del extranjero siempre que estén 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 25 participantes.
- Cada una de las empresas interesadas se inscribirá on-line en el CRM de los Centros o directamente en el Centro Pyme correspondiente.

### **15 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 regirá 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.

## **16 COTIZACIÓN DE LA OFERTA**

El costo hora de la capacitación máxima es de \$U 4.454 + IVA (pesos uruguayos cuatro mil cuatrocientos cincuenta y cuatro más IVA) 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.

El valor de la hora práctica dentro de la capacitación es de \$891 + IVA ( pesos uruguayos ochocientos noventa y uno).

### **CANTIDAD FINAL DE HORAS DE CONTRATACIÓN**

**Horas de capacitación      40**

**Horas prácticas              15**

**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.

## **17 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, entendiendo 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