

ACTA DE EVALUACIÓN TÉCNICA
CONCURSO PARA OPERADORES DE CENTROS DE DESARROLLO DE NEGOCIOS 2024
SERCOTEC – CENTRO ALTO HOSPICIO

En Santiago, con fecha 19 de febrero de 2025, y en el marco del *Concurso Público para Operadores de Centros de Desarrollo de Negocios 2024*, realizado por el Servicio de Cooperación Técnica, Sercotec, se procede a cerrar la etapa de “*Evaluación Técnica-Económica y recomendación de las propuestas*”, según lo establecido en Bases de Concurso.

Para la presente etapa del concurso, Sercotec dispuso de los siguientes profesionales para el desarrollo del proceso, quienes conforman la Comisión Técnica, siendo reemplazados doña Claudia Schneeberger Méndez, debido a que no se encuentra en funciones, por don Felipe Moreno Medina y doña Ximena Morales Ruiz y don Francisco Contreras Soto, por doña Olivia Empraran Ramírez y don Pablo Barahona Gaete, respectivamente, por estar haciendo uso de su feriado legal:

Nombre	Cargo
Felipe Moreno Medina	Profesional de Gerencia de Centros de Desarrollo de Negocio
Olivia Empraran Ramírez	Profesional de Gerencia de Centros de Desarrollo de Negocio
Pablo Barahona Gaete	Profesional de Gerencia de Centros de Desarrollo de Negocio

Por la presente acta, y de conformidad con el punto 4.3. CRITERIOS DEL PROCESO DE EVALUACIÓN Y SELECCIÓN de Bases que rigen el presente concurso, se presentan las notas finales de evaluación técnica y económica de las propuestas que resultaron admisibles, considerando dos decimales en los casos que corresponda, y una lista con la recomendación de las propuestas que cuentan con las capacidades para operar el Centro, conforme a los siguientes criterios:

Criterios de evaluación	Ponderación
1. Cumplimiento de requisitos formales	5%
2. Comportamiento contractual anterior	5%

3. Evaluación de antecedentes financieros	10%
4. Experiencia de la entidad oferente en servicios similares	10%
5. Propuesta Técnica	40%
6. Ubicación e Infraestructura	10%
7. Presupuesto y aportes de cofinanciamiento	20%
Total	100%

A continuación, se presentan las calificaciones de la evaluación técnica y económica de las propuestas que resultaron admisibles en la etapa de apertura y admisibilidad de las propuestas:

Región a la que postula	Tarapacá	
Centro al que postula	Alto Hospicio	
Institución oferente	Corporación Regional de Desarrollo de Tarapacá (RUT: 65.042.904-4)	Fundación Trabaja UNAP (RUT: 65.071.859-3)
Cumplimiento de requisitos formales (5%)	1,00	7,00
Comportamiento contractual anterior (5%)	7,00	7,00
Evaluación de antecedentes financieros (10%)	1,00	4,00
Subcriterio 1: Indicador de liquidez (50%)	1,00	7,00
Subcriterio 2: Relación deuda patrimonio (50%)	1,00	1,00
Experiencia de la entidad oferente en servicios similares (10%)	7,00	5,40
Subcriterio 1: Experiencia en proyectos similares (40%)	7,00	3,00
Subcriterio 2: Experiencia a nivel regional (60%)	7,00	7,00

Propuesta Técnica (40%)	5,70	3,60
Subcriterio 1: Diagnóstico territorial y lineamientos estratégicos (20%)	1,10	0,60
Dimensión 1: Diagnóstico de brechas y oportunidades del territorio del Centro (5%)	7,00	5,00
Dimensión 2: Caracterización territorial (5%)	5,00	5,00
Dimensión 3: Mirada estratégica del Centro (10%)	5,00	1,00
Subcriterio 2: Servicios del Centro y metodología de trabajo (25%)	1,75	0,55
Dimensión 1: Metodología de trabajo en cada segmento de clientes (10%)	7,00	1,00
Dimensión 2: Coherencia de los servicios complementarios y adicionales del Centro (15%)	7,00	3,00
Subcriterio 3: Despliegue y estrategia de articulación territorial (30%)	1,10	1,10
Dimensión 1: Despliegue territorial (10%)	5,00	5,00
Dimensión 2: Estrategia de articulación territorial y desarrollo del ecosistema local de emprendimiento e innovación (20%)	3,00	3,00
Subcriterio 4: Elementos diferenciadores del operador (25%)	1,75	1,35
Dimensión 1: Estrategias para potenciar el trabajo en equipo y para el desarrollo profesional (10%)	7,00	3,00
Dimensión 2: Plan de monitoreo y gestión del Centro (15%)	7,00	7,00
Ubicación e Infraestructura (10%)	4,00	6,00
Presupuesto y aportes de cofinanciamiento (20%)	6,00	6,00
Subcriterio 1: Coherencia y pertinencia de la propuesta técnica y plan de gastos (50%)	5,00	5,00
Subcriterio 2: Aporte total de cofinanciamiento (25%)	7,00	7,00

Subcriterio 3: Aporte pecuniario (25%)	7,00	7,00
Nota Final	5,08	4,88

De acuerdo a lo establecido en el punto 5. REUNIÓN DE AJUSTE Y SELECCIÓN DE OPERADORES de Bases de Concurso, para cada Centro en el cual existan entidades oferentes que hayan obtenido nota final 4,50 o superior, podrán pasar a reunión de ajuste. Si no se llega a acuerdo con la entidad postulante, entonces se podrá negociar con otra, una o más sucesivamente, en orden descendente, según la lista de prelación, o bien, declarar desierto el proceso y llamar nuevos oferentes habilitados. En conformidad a lo anterior, se indican las propuestas con nota igual o superior a 4,50 que pasan a reunión de ajuste como recomendados, en prelación, o inadmisibles.

N°	Institución oferente	Región a la que postula	Centro al cual postula	Nota final	Estado	Fundamento
1	Corporación Regional de Desarrollo de Tarapacá	Tarapacá	Alto Hospicio	5,08	Recomendado	Criterio 1: Cumplimiento de requisitos formales (5%) El oferente tiene nota 1,00 porque no presentó todos los antecedentes solicitados dentro del plazo establecido, pero en la etapa de admisibilidad subsanó oportunamente las deficiencias observadas. Criterio 2: Comportamiento contractual anterior (5%) El oferente tiene nota 7,00 porque no se le han aplicado sanciones por faltas menos graves, graves o gravísimas durante los últimos cinco años, contados desde la fecha de cierre de presentación de ofertas, conforme al registro consolidado de la Gerencia de Centros de Desarrollo de Negocios de Sercotec. Criterio 3: Evaluación de antecedentes financieros del oferente (10%) La oferta obtuvo nota 1,00 como nota ponderada del criterio dado que: • Nota del indicador de liquidez (50%): 1,00 dado que la liquidez de la institución corresponde a 0,92, siendo esta menor a 1,5 veces, para hacer frente a sus Obligaciones Financieras en el corto plazo. • Nota relación Deuda Patrimonio (50%): 1,00 dado que la entidad se financia 100% con deuda. Criterio 4: Experiencia entidad oferente en servicios similares (10%) La oferta obtuvo nota 7,00 como nota ponderada del criterio, dado por los siguientes subcriterios: • Subcriterio 1: Experiencia en proyectos similares (40%) La oferta obtuvo nota 7,00 dado que presenta 14 proyectos relevantes similares en los últimos 3 años, contados desde el cierre de recepción de propuestas, las cuales se resumen a continuación: 1) Agente Operador SERCOTEC (AOS): Formación Empresarial Línea 3 Ruta Digital, Región de Tarapacá, 2022. 2) Agente Operador SERCOTEC (AOS): Fortalecimiento Gremial, Región de Tarapacá, 2022.

						3) Agente Operador SERCOTEC (AOS): Fortalecimiento Gremial y Cooperativas Chile Apoya, Región de Tarapacá, 2022. 4) Agente Operador SERCOTEC (AOS): Capital Abeja Emprende, ,Región de Tarapacá, 2024. 5) Agente Operador SERCOTEC (AOS): Capital Semilla Emprende, Región de Tarapacá, 2023. 6) Agente Operador SERCOTEC (AOS): Capital Semilla Emprende, Región de Tarapacá, 2024. 7) Agente Operador SERCOTEC (AOS): Ferias Libres, Región de Tarapacá, 2023. 8) Agente Operador SERCOTEC (AOS): Ferias Libres, Región de Tarapacá, 2024. 9) Agente Operador SERCOTEC (AOS): Formación Empresarial Línea 3 Ruta Digital, Región de Tarapacá, 2023. 10) Agente Operador SERCOTEC (AOS): Fortalecimiento Gremial, Región de Tarapacá, 2023. 11) Agente Operador SERCOTEC (AOS): Fortalecimiento y Creación de Empresas Sociales y Cooperativas, Región de Tarapacá, 2024. 12) CDN Iquique Norte, Región de Tarapacá, 2024. 13) Centro Acelerador TARA-PAKA, Región de Tarapacá, 2024. 14) Centro Acelerador Victoria, Región de Tarapacá, 2024. • Subcriterio 2 Experiencia en proyectos a nivel regional (60%) La oferta obtuvo nota 7,00 dado que presenta 14 proyectos relevantes similares en los últimos 3 años, contados desde el cierre de recepción de propuestas, las cuales se resumen a continuación: 1) Agente Operador SERCOTEC (AOS): Formación Empresarial Línea 3 Ruta Digital, 2022, Región de Tarapacá 2) Agente Operador SERCOTEC (AOS): Fortalecimiento Gremial, 2022, Región de Tarapacá 3) Agente Operador SERCOTEC (AOS): Fortalecimiento Gremial y Cooperativas Chile Apoya, 2022. Región de Tarapacá 4) Agente Operador SERCOTEC (AOS): Capital Abeja Emprende, 2024.Región de Tarapacá. 5) Agente Operador SERCOTEC (AOS): Capital Semilla Emprende, 2023. Región de Tarapacá. 6) Agente Operador SERCOTEC (AOS): Capital Semilla Emprende, 2024. Región de Tarapacá. 7) Agente Operador SERCOTEC (AOS): Ferias Libres, 2023. Región de Tarapacá. 8) Agente Operador SERCOTEC (AOS): Ferias Libres, 2024. Región de Tarapacá. 9) Agente Operador SERCOTEC (AOS): Formación Empresarial Línea 3 Ruta Digital, 2023. Región de Tarapacá. 10) Agente Operador SERCOTEC (AOS): Fortalecimiento Gremial, 2023. Región de Tarapacá. 11) Agente Operador SERCOTEC (AOS): Fortalecimiento y Creación de Empresas Sociales y Cooperativas, 2024. Región de Tarapacá. 12) CDN Iquique Norte, 2024. Región de Tarapacá. 13) Centro Acelerador TARA-PAKA, 2024. Región de Tarapacá. 14) Centro Acelerador Victoria, 2024. Región de Tarapacá. Criterio 5: Propuesta Técnica (40%) La oferta obtuvo nota 5,70 como nota ponderada del criterio, dado por los siguientes subcriterios y dimensiones:
--	--	--	--	--	--	---

						• <u>Subcriterio 1: Diagnóstico territorial y lineamientos estratégicos (20%)</u> La oferta obtuvo una nota ponderada de 1,10 en este subcriterio, dado por las siguientes dimensiones: Dimensión 1: Diagnóstico de brechas y oportunidades del territorio (5%) La oferta obtuvo una nota de 7,00 en esta dimensión, dado por los siguientes elementos: La oferta CUMPLE con los 6 elementos que componen esta dimensión: → Elemento 1: Analiza los elementos económicos, sociales y medioambientales del territorio cubierto por el CDN. El oferente cumple, porque la propuesta analiza y entrega antecedentes demográficos de la comuna, considerando el ecosistema empresarial y desarrolla los elementos demográficos, económicos describiendo los sectores económicos regionales, medioambientales y sociales, donde indican la estratificación de la población tanto de ingresos y distribución del territorio de la comuna de Alto Hospicio, fundamentada a través de verificadores tales como anexos e hipervínculos de los estudios citados. → Elemento 2: Identifica de forma clara brechas, fortalezas y/o oportunidades del territorio. El oferente cumple, porque la propuesta identifica de forma clara las brechas en relación con temáticas de nivel de digitalización de los emprendimientos, nivel asociatividad del ecosistema empresarial de la comuna de Alto Hospicio, nivel de internacionalización de los emprendimientos comunales, nivel de desarrollo de estrategias de sostenibilidad/sustentabilidad en el ecosistema empresarial, y acceso a financiamiento por los emprendedores del ecosistemas empresarial. y se identifican fortalezas y oportunidades, como por ejemplo .el potencial para la internacionalización de las empresas, gracias a su ubicación estratégica y al desarrollo del corredor bioceánico terrestre, las autoridades regionales y comunales han establecido estrategias para mejorar la relación de la sociedad con el medio ambiente, lo que se constituye como una oportunidad para el desarrollo de emprendimientos sostenibles. . → Elemento 3: Vincula el diagnóstico con datos cuantitativos con fuentes. El oferente cumple, porque la propuesta vincula el diagnóstico con datos cuantitativos de distintas fuentes de información a nivel comunal y regional. Indica antecedentes económicos acerca de la cantidad de empresas, según su tamaño, con datos obtenidos del SII, Además, incorpora en las fuentes de información usadas, el año y nombra los documentos de referencia. → Elemento 4: Vincula el diagnóstico con estrategias territoriales (ERD, Pladecos u otros) y/o estrategias/planes de sostenibilidad/acción climática. El oferente cumple, porque la propuesta vincula el diagnóstico con estrategias territoriales, demostrando conocimiento de los ejes priorizados del territorio, además de establecer las bases para realizar trabajo articulado con sinergia y para el desarrollo de un ecosistema empresarial. Por ejemplo, para el diagnóstico respecto al eje de internacionalización en el territorio, tienen en consideración la Estrategia Regional de Desarrollo de la Región de Tarapacá en cuanto a internacionalizar la economía regional a través del comercio y servicios logísticos, a raíz del
--	--	--	--	--	--	--

						proyecto del corredor bioceánico terrestre que une operaciones de logística de Perú, Paraguay, Argentina, Brasil y Chile. → Elemento 5: Prioriza brechas y/o oportunidades que serán abordadas por la propuesta estratégica del CDN. El oferente cumple, porque prioriza brechas que serán abordadas por la propuesta estratégica del Centro, estas son nivel de digitalización, nivel de asociatividad del ecosistema empresarial de la comuna, nivel de internacionalización de los emprendimientos comunales, nivel de desarrollo de estrategias de sostenibilidad/sustentabilidad, y acceso de financiamiento para emprendedores del ecosistema empresarial. → Elemento 6: Las dimensiones priorizadas son factibles de abordar y orientadas al quehacer del Centro. El oferente cumple, porque las dimensiones priorizadas son factibles de abordar y están orientadas al quehacer del Centro, según la descripción de la estrategia de articulación que menciona el oferente, como lo son el nivel de asociatividad de ecosistema, El nivel de internacionalización de las empresas y la digitalización de los empresarios. Dimensión 2: Caracterización territorial (5%) La oferta obtuvo una nota de 5,00 en esta dimensión, dado por los siguientes elementos: La oferta CUMPLE con 3 elementos de los 4 elementos que componen esta dimensión: → Elemento 1: Analiza por cada comuna de atención, cuáles son los principales clientes potenciales del Centro. El oferente cumple, porque la propuesta analiza e identifica los potenciales clientes de la comuna de Alto Hospicio, que será atendida por el Centro, desde la descripción de sus necesidades como de sus principales características, las identifica como Emprendedores potenciales, quienes tienen una idea incipiente de negocio. Emprendedor naciente, son quienes ya deciden formalizar su negocio. Nuevo empresario, son quienes ya llevan entre 1 y 3 años de funcionamiento de negocio. Nuevo empresario, son quienes llevan más de 3 años de Operación Emprendedor establecido, son quienes ya pueden clasificarse como Pequeña Empresa. Emprendedor establecido con potencial de crecimiento, son quienes tienen un negocio más consolidado, con acceso a financiamiento, que es el punto crítico. → Elemento 2: Presenta una caracterización completa de dichos segmentos, de acuerdo a variables demográficas, económicas y sociales. El oferente cumple, porque presenta una caracterización de los segmentos de clientes de acuerdo a las variables demográficas, económicas y sociales, tales como el emprendedor potencial que tiene una idea incipiente, pero opera de forma informal y a pequeña escala, edad entre 30 y 60 años, con educación mayormente básica o media, definido como emprendedor naciente que ha decidido formalizar su emprendimiento y enfrenta el “valle de la muerte”, la edad es entre los 18 a 60 años, con educación básica-media, con algunos universitarios. También, describe al nuevo empresario que ha superado el “valle de la muerte”, lleva más de tres años operando, puede tener entre un a cinco empleados, la edad de este segmento es de 30 a 60 años con educación básica- media y universitaria. Por otro lado, define al emprendedor establecido que lleva más de tres años en el mercado,
--	--	--	--	--	--	---

						tiene más de cinco empleados y se considera una pequeña empresa, la edad fluctúa entre los 30 y 60 años de educación básica-media y universitaria, y finalmente, presenta algunas características de los emprendimientos establecidos con potencial de crecimiento que operan a más de tres años, tienen más de diez empleados y están en la transición a empresa mediana de edad entre los 30 a 60 años de educación básica y universitaria. → Elemento 3: Describe las necesidades y brechas existentes de los segmentos identificados. El oferente cumple con lo solicitado, porque identifica las brechas y necesidades por cada segmento de cliente identificado. Por ejemplo, en el caso de los clientes N1, menciona brechas como la formalización, financiamiento, digitalización, y las cooperativas de este segmento, identifica brechas en formalización y constitución, conocimiento en organizaciones que faciliten la asociatividad, sus necesidades se concentran en capacitaciones y asesorías en idea de negocio, formalización, diseño de imagen costos, planes de negocios, manejo de herramientas digitales, gestión contable tributaria, formación de cooperativas. En el caso de los clientes N2, se presentan brechas de gestión de sus negocios, aspectos legales, contables, tributarios y financieros, falta de competencias empresariales, manejo de herramientas digitales, internacionalización y sus necesidades se concentran en asesorías y capacitación en capacidades productivo-comerciales de la empresa o cooperativa, modelos y planes de negocios, estudios de mercados, planes de marketing, costos y márgenes de ganancia, venta y flujos de caja, postulación y acceso a financiamientos, contabilidad y presupuestos, capacidades de innovación, eficiencia ambiental y economía circular entre otros. Finalmente, en el segmento N3 se detectan brechas en diversificación de productos y servicios, transformación digital e internacionalización y las necesidades se concentran en asesorías y capacitaciones en temas de análisis de mercado, uso de incentivos tributarios regionales, desarrollo de modelos sustentables/sostenibles, comercio internacional y planes de marketing y fidelización de clientes entre otros. La oferta NO CUMPLE con 1 elementos de los 4 elementos que componen esta dimensión: → Elemento 4: Consolida el análisis de cuáles serán los potenciales clientes del Centro por cada tipo de segmento, haciendo alusión a cómo se deberá abordar el territorio para tener una cobertura 80/20 clientes N2 y N3 v/s N1. El oferente no cumple con lo solicitado, porque la propuesta consolida el análisis de cuáles serán los potenciales clientes del Centro por segmento N1, N2, N3 y cooperativas, pero no hace alusión de cómo abordará el territorio para tener una cobertura de 80% de N2, N3 y cooperativas y 20% de N1. Dimensión 3: Mirada estratégica del Centro (10%) La oferta obtuvo una nota de 5,00 en esta dimensión, dado por los siguientes elementos: La oferta CUMPLE con 5 elementos de los 6 elementos que componen esta dimensión: → Elemento 1: Vincula las brechas y oportunidades priorizadas en el diagnóstico con los objetivos de desarrollo sostenible y la agenda 2030 de Chile. El oferente cumple, porque para las tres brechas y oportunidades priorizadas (potenciar a los emprendimientos con generación de actividades de
--	--	--	--	--	--	--

						internacionalización, bajo nivel de implementación de estrategias de sostenibilidad en los emprendimientos, y bajo nivel de asociatividad), asocian los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): Reducción de las desigualdades, Trabajo decente y crecimiento, Fin a la pobreza, Acción por el clima, Producción y consumo responsable, y Alianza para lograr los objetivos. → Elemento 2: Vincula las dimensiones priorizadas en el diagnóstico con los ejes estratégicos del Programa Centros y con los servicios/oferta programática de los CDN. El oferente cumple, porque para las tres brechas y oportunidades priorizadas (potenciar a los emprendimientos con generación de actividades de internacionalización, bajo nivel de implementación de estrategias de sostenibilidad en los emprendimientos, y bajo nivel de asociatividad), la propuesta asocia un set de servicios focalizados para abordar cada brecha, tales como: asesorías especializadas de internacionalización, encuentros empresariales (con empresas de países que forman parte del corredor bioceánico), ruedas de negocios, ferias, workshop, y actividades de capacitación en temáticas de internacionalización, sostenibilidad, y cooperativas, principalmente. → Elemento 3: Propone variedad de servicios/oferta programática del CDN (asesoría generalista, asesoría especializada, programas de capacitación, seminarios, acciones asociativas, entre otros). El oferente ofrece una variedad de servicios/ oferta programática del Centro para fortalecer las capacidades individuales de los emprendedores y habilitar redes de colaboración que potencien el desarrollo económico sostenible de la comuna con Asesorías especializadas en internacionalización, oportunidades de comercialización (encuentros empresariales, ruedas de negocios, participación en ferias), capacitación en internacionalización, Asesoramientos para clientes para acceder a programas ofrecidos por instituciones como Sercotec y Prochile, Asesorías en sustentabilidad y sostenibilidad, capacitación en sostenibilidad (talleres y seminarios), Mentorías en sostenibilidad, Capacitaciones en asociatividad, comercialización para entidades asociativas. → Elemento 5: Propone de forma coherente indicadores de cobertura, medición de impacto y variables extra de resultados y de impacto para cada una de las estrategias. Se proponen de forma coherente indicadores de variables extras de resultados para cada una de las estrategias como son: N° de empresas del Centro que realizan actividades de Internacionalización, N° de empresas del Centro que exportan/Importan productos y/o Servicios a los Países del Corredor Bioceánico, N° de empresas del Centro que formulan e implementan estrategias de internacionalización, N° de empresas del Centro que formulan y ejecutan presupuestos de ventas en mercados Internacionales, N° de empresas que participan en actividades de capacitación entregadas por el Centro, N° de empresas del Centro que formulan e implementan estrategias de sostenibilidad/sustentabilidad, N° de empresas que participan en actividades de formación en temas de sostenibilidad/sustentabilidad, entregadas por el Centro, N° de mentorías y asesorías especializadas en temas de sostenibilidad/sustentabilidad realizadas a empresas clientes del Centro, N° de empresas del Centro que implementan modelos de economía circular, N° de Cooperativas creadas bajo el alero del Centro, N° de actividades de formación en asociatividad realizadas por el Centro, N° de participantes en actividades que promueven la asociatividad realizadas por el
--	--	--	--	--	--	---

						Centro, N° de Cooperativas que son apoyadas en la postulación a programas de creación y fortalecimiento de Sercotec, por equipo asesor del Centro. → Elemento 6: Explicita de forma coherente cómo dicho plan estratégico permitirá contribuir a la sostenibilidad económica de MIPes y Cooperativas, a través de la instalación de capacidades de gestión empresarial y articulación del ecosistema empresarial local. La oferta cumple, porque dentro de su plan estratégico mencionan realizar desarrollar capacidades de gestión empresarial a través de asesorías especializadas, capacitaciones en sostenibilidad y asociatividad, programas de internacionalización (comercio exterior y alianzas con organismos internacionales). Además, en cuanto a articulación del ecosistema del ecosistema empresarial local, buscan fortalecer vinculaciones público-privadas, desarrollo del corredor bioceánico, fomento de la economía circular y sostenible. En cuanto a la generación de impacto en la sostenibilidad económica de mypes y cooperativas, proponen fomentar la diversificación de la oferta productiva, contribuir a mejorar la competitividad y eficacia, y fortalecimiento del tejido empresarial local. La oferta NO CUMPLE con 1 elementos de los 6 elementos que componen esta dimensión: → Elemento 4: Presenta cómo la propuesta de servicios se articulará con entidades públicas, privadas y académicas. El oferente no cumple, porque si bien se menciona articulación con entidades públicas, privadas y académicas, no presenta la estrategia o forma de cómo la propuesta de servicios del centro se articulará con estas entidades. • <u>Subcriterio 2: Servicios del Centro y metodología de trabajo (25%)</u> La oferta obtuvo una nota ponderada de 1,75 en este subcriterio, dado por las siguientes dimensiones: Dimensión 1: Metodología de trabajo en cada segmento de clientes (10%) La oferta obtuvo una nota de 7,00 en esta dimensión, dado por los siguientes elementos: La oferta CUMPLE con los 5 elementos que componen esta dimensión: Elemento 1: Explicita una estrategia de captación/tracción por cada tipo de cliente de acuerdo con su realidad. La oferta cumple, porque la propuesta presenta estrategias de captación y tracción de clientes por cada segmento de clientes definidos (N1, N2, N3 y Cooperativas), mencionando sus principales necesidades identificadas en el diagnóstico territorial, y estrategias de difusión y comunicación para cada segmento. Es así como presenta estrategias de tracción para los N3 acercamiento personalizado, visitándolo en las dependencias de su negocio, ofreciendo Asesoría de alto impacto, con tema planificados con el asesor, que permitan seguir avanzando en el logro del crecimiento de su negocio. Para los N2, se debe diseñar una estrategia que resuene con sus intereses, necesidades y características. Para los N1, Para atraer y comunicarse con este tipo de "emprendedor desorientado", es necesario abordar sus necesidades de orientación, formalización y financiamiento, y al mismo tiempo proporcionarles las herramientas que les permitirán desarrollar su negocio de manera estructurada. Mientras que las Cooperativas, se propone una propuesta de valor clara y educativa, Estos emprendedores necesitan guía
--	--	--	--	--	--	--

						y apoyo en cada etapa del proceso. La propuesta de valor debe centrarse en: Orientación inicial y definición de ideas, guía para la formalización. → Elemento 2: Presenta estrategias de trabajo o trayectorias de maduración empresarial pertinentes y diferenciadas para cada segmento de clientes (N1, N2 y N3) según sus necesidades que vincula los servicios básicos de asesoría con otros servicios como capacitaciones, articulación con servicios financieros, estudios de mercado y otros servicios. La oferta cumple, porque la propuesta presenta diferentes estrategias de trabajo, en función del tipo de cliente. Por ejemplo, para los clientes N3, asesorías de alto impacto, capacitaciones, asesoría especializada, estudios de mercado específicos, y desarrollo de herramientas de gestión. En el caso de los N2, se incluyen mentorías con empresarios que han sido caso de éxito, y en el caso de los clientes N1 y cooperativas, se agregan acciones para generar las condiciones para que el emprendedor pueda acceder a recursos en programas de financiamiento inicial para negocios. Elemento 3: Propone acciones grupales de trabajo o de desarrollo de ecosistema con cada segmento de clientes (encuentros empresariales, ruedas de negocios, asesorías grupales, actividades para compartir experiencias, entre otros). La oferta cumple, porque presenta acciones grupales como ruedas de negocios para organizar encuentros comerciales entre emprendedores de países beneficiarios por el corredor bioceánico (Brasil, Paraguay, Bolivia, Argentina y Chile), Conversatorios para facilitar espacios para que empresas con niveles de desarrollo similares compartan experiencias positivas e inspiradoras, talleres de trabajo con empresas del mismo nivel de desarrollo para abordar temas de interés y tendencias en los mercados. Las acciones propuestas para el segmento N1, consisten en orientar al emprendedor hacia una idea de negocio clara y viable. Respecto a las capacitaciones se enfocará en fortalecer las habilidades de gestión empresarial y el uso de herramientas digitales. Ayudar a los emprendedores a acceder a financiamiento público, como Capital Semilla y Abeja. Respecto a los segmentos N2, las asesorías serán especializadas y técnicas, enfocadas en trabajar la sostenibilidad del negocio, enfocándose en la optimización de procesos: Asesoría en la mejora de procesos operativos, integración de nuevas tecnologías (automatización, mejora de sistemas de gestión como ERP y CRM). En el segmento N3, se articularán servicios especializados enfocados en la gestión de crecimiento, profesionalización del negocio y el manejo de inversiones. Realizando asesorías técnicas y especializadas para optimizar la gestión operativa y financiera de los negocios en crecimiento, mejorar su capacidad para expandirse a nivel internacional, y fomentar la diversificación de productos y servicios. En tanto para las clientes cooperativas, los servicios ofrecidos están destinados a las cooperativas establecidas que buscan consolidar su gestión y mejorar su desempeño, la estrategia debe incluir asesorías especializadas, capacitaciones en áreas clave, acceso a financiamiento, y el uso de herramientas digitales para optimizar su operación. En relación con Gestión financiera y contable, se busca mejorar la capacidad de la cooperativa para gestionar sus finanzas, optimizar su estructura de costos y mantener una contabilidad transparente. → Elemento 4: Es coherente la propuesta de trabajo con cada segmento de clientes (captación, servicios y actividades de ecosistemas), de acuerdo con sus necesidades. El oferente cumple, porque la propuesta
--	--	--	--	--	--	---

						de trabajo es coherente para cada segmento de clientes, alineándose con sus necesidades en términos de captación, servicios y actividades de ecosistemas. Respecto al cliente N3 y Cooperativa, la primera brecha detectada, las mínimas actividades de Internacionalización, se propone participación en actividades que generen una oportunidad comercial en el mercado internacional, tales como Ruedas de Negocios, networking, Workshop, ferias internacionales, conversatorios con empresas internacionales. Respecto a la sostenibilidad, formulación e implementación de estrategias de Sostenibilidad/Sustentabilidad para clientes que internacionalicen sus operaciones, de manera que posicionen su imagen de marca como una organización con conciencia medio ambiental, económica y social. Para los clientes N2, se plantean formulación e implementación de estrategias de sostenibilidad/Sustentabilidad para clientes que buscan consolidar su crecimiento en el mercado regional, nacional e internacional, de manera que posicionen su imagen de marca como una organización, mentorías especializadas. → Elemento 5: Realiza una propuesta de trabajo diferenciada para empresas y cooperativas, tanto para la captación, la asesoría como para las actividades grupales o de desarrollo de ecosistemas. El oferente cumple porque ha diseñado una propuesta diferenciada que responde a las necesidades específicas de distintos segmentos de emprendedores y cooperativas, en este segmento, apoyando su crecimiento mediante una comunicación efectiva, asesoría personalizada con temas de formalización, financiamiento y temas propios de gestión inicial en un negocio, capacitaciones con temas que permitan entender de mejor manera la importancia de formalizar el proceso asociativo que buscan los asociados, señalando sus deberes y derechos en este proceso. y oportunidades de conexión dentro del ecosistema como Networking, Workshop y participación en espacios de comercialización. Dimensión 2: Coherencia de los servicios complementario y adicionales del Centro (15%) La oferta obtuvo una nota de 7,00 en esta dimensión, dado por los siguientes elementos: La oferta CUMPLE con 3 elementos de los 3 elementos que componen esta dimensión: → Elemento 1: Coherencia: El oferente especifica y detalla set de servicios complementarios y adicionales que contribuyen a disminuir las brechas identificadas y priorizadas por el Centro, en relación con el punto 3.2.2. del Anexo N°5 de Bases. La propuesta es coherente ya que el oferente especifica y detalla de manera clara los servicios complementarios y adicionales por cada brecha priorizada, en internacionalización se proponen ruedas de negocios, networking, workshop, ferias internacionales, conversatorios con empresas internacionales y estudios de mercados. En sostenibilidad y sustentabilidad se propone mentorías especializadas en el desarrollo de modelos de negocios circulares. Y, en asociatividad, se propone asesoría legal para la construcción de cooperativas y estudios de mercado. → Elemento 2: Factibilidad: El oferente presenta cartas de compromiso de aportes propios y/o de aliados estratégicos, en relación con el set de servicios complementarios y adicionales. El oferente presenta cartas de compromiso de aportes propios y de aliados estratégicos para servicios complementarios y adicionales como ruedas de negocios, networking, workshop, ferias internacionales, conversatorios con empresas internacionales, asesorías legales, estudios de mercado, mentorías especializadas,
--	--	--	--	--	--	---

						capacitaciones en modelos de economía circular, capacitación en contabilidad, asesoría legal, Herramientas de gestión para cooperativas, entre otros. → Elemento 3: Cartas de aportes: El oferente presenta cartas de compromiso de aportes propios o terceros para 10 o más servicios complementarios y adicionales propuestos. El oferente presenta más de 10 servicios complementarios y adicionales • <u>Subcriterio 3: Despliegue y estrategia de articulación (30%)</u> La oferta obtuvo una nota ponderada de 1,10 en este subcriterio, dado por las siguientes dimensiones: Dimensión 1: Despliegue territorial (10%) La oferta obtuvo una nota de 5,00 en esta dimensión, dado por los siguientes elementos: La oferta CUMPLE con 3 elementos de los 4 elementos que componen esta dimensión: → Elemento 1: Una oficina central y puntos de atención que abordan la totalidad de las comunas de cobertura del Centro indicadas en el anexo de localización de centros. El oferente cumple, porque propone un centro principal y un punto de atención, ambos ubicados en la comuna de Alto Hospicio, que dan cuenta de la cobertura del Centro indicada en el ANEXO N°2 de las bases. → Elemento 2: Se presentan todas las cartas de apoyo y/o aportes de los municipios e instituciones en los cuales estarán ubicados los puntos de atención. El oferente cumple, porque presenta una carta de aporte del CFT Estatal Tarapacá para el punto de atención, cuya cobertura territorial menciona que corresponde al sector de autoconstrucción de la comuna de Alto Hospicio. → Elemento 3: Se presentan nuevos puntos de atención en otras comunas o en dependencias de socios estratégicos como valor agregado de la propuesta, los cuales, constan en cartas de apoyo. El oferente cumple, porque propone un punto de atención en dependencia del socio estratégico CFT Estatal Tarapacá y consta con carta de apoyo. La oferta NO CUMPLE con 1 elementos de los 4 elementos que componen esta dimensión: → Elemento 4: Se indica de forma completa y coherente cómo funcionarán los puntos de atención, con su dirección, horarios, servicios a desarrollar y equipo para lograr despliegue territorial. El oferente no cumple, porque si bien la propuesta indica para el punto de atención su dirección, la cantidad de días de funcionamiento y horarios de atención, no señala de manera completa, cómo se llevará a cabo la implementación del despliegue territorial en cuanto al despliegue del equipo y los servicios a entregar. Dimensión 2: Estrategia de articulación territorial y desarrollo del ecosistema local de emprendimiento e innovación (20%) La oferta obtuvo una nota de 3,00 en esta dimensión, dado por los siguientes elementos:
--	--	--	--	--	--	---

						La oferta CUMPLE con 3 elementos de los 5 elementos que componen esta dimensión: → Elemento 3: Los actores propuestos están relacionados con todos los ejes estratégicos definidos para el CDN. El oferente cumple, porque entre los actores o socios estratégicos propuestos mencionan a asociaciones empresariales que permitirán alimentar al centro con nuevos y potenciales clientes, a Universidades de la región que facilitaran programas de capacitación, sector público que entregarán capacitaciones a los clientes del centro en materias que son fiscalizadas por las propias entidades públicas: Salud, SII, Dirección del Trabajo o instituciones que entreguen financiamiento o beneficios intangibles. También mencionan articulación con empresas de mayor tamaño para generar encadenamientos productivos, Fundaciones y ONGs, y Centros tecnológicos. → Elemento 4: Existen cartas de apoyo para al menos el 50% de las vinculaciones propuestas. El oferente cumple, porque presenta 4 cartas de apoyo de las 6 vinculaciones que describe, lo que equivale al 66,6% de las vinculaciones propuestas cuenta con carta de apoyo, estas son: (1) Ilustre Municipalidad de Alto Hospicio con carta de aporte por \$42.700.000, para capacitación, publicidad, participación en ferias. (2) Fundación Educacional Collahuasi, con carta aporte \$5.200.000, para capacitación y publicidad. (3) Centro de Formación Técnica Estatal de la Región de Tarapacá, \$23.400.000, para capacitación, arriendo de salones y publicidad. (4) Corporación Regional de Desarrollo de la Región de Tarapacá, \$119.465.840, principalmente destinadas a capacitación, honorarios profesionales. → Elemento 5: El Comité Directivo propuesto está compuesto por actores privados, públicos y la academia. Además, los actores privados son igual o superiores al 60%, y todos los actores propuestos son importantes a nivel nacional y regional de acuerdo con brechas priorizadas por el Centro (diagnóstico territorial mencionados en ANEXO N°5). El oferente podrá ser incluido dentro del Comité Directivo, siendo considerado en la integración mínima para cumplir este punto. El oferente cumple, porque el Comité Directivo propuesto está compuesto por 7 integrantes en total, de donde 5 de ellos provienen del sector privado (Corporación Regional de Desarrollo de Tarapacá, Cámara de Comercio de Alto Hospicio y Tamarugal, Asociación de empresarios, Mesa Regional de Tour Operadores de Tarapacá - MERETOURL, Centro Tecnológico de Economía Circular, CIRCULARTEC), 1 representa la academia (CFT Estatal de Tarapacá) y 1 actor del sector público (ProChile Tarapacá), por lo que el porcentaje de representación del sector privado corresponde a un 71,44% privado, 14,28% público y 14,28% academia. La oferta NO CUMPLE con 2 elementos de los 5 elementos que componen esta dimensión: → Elemento 1: Se propone estrategia de desarrollo del ecosistema de emprendimiento e innovación del CDN coherente con las brechas identificadas en diagnóstico, incluyendo hitos y actividades, entre ellas, encuentros de trabajo para el Desarrollo Productivo Sostenible del territorio. El oferente no cumple, porque propone estrategia de desarrollo del ecosistema de emprendimiento e innovación del Centro, pero no es coherente con las brechas identificadas y priorizadas, respecto a internacionalización, sostenibilidad y sustentabilidad, y asociatividad.
--	--	--	--	--	--	--

						→ Elemento 2: Vinculación con actores relevantes en el territorio provenientes del sector público, privado (incluye gremios) y de la academia. Para todos los casos el oferente queda excluido. El oferente no cumple, porque si bien describe las vinculaciones con instituciones públicas, privadas y academia y su aporte para el centro, no identifica ni menciona cuáles serán las Universidades, asociaciones empresariales, empresas de mayor tamaño, Fundaciones y ONGs para abordar la estrategia territorial. • <u>Subcriterio 4: Elementos diferenciadores del operador (25%)</u> La oferta obtuvo una nota ponderada de 1,75 en este subcriterio, dado por las siguientes dimensiones: Dimensión 1: Estrategias para potenciar el trabajo en equipo y para el desarrollo profesional (10%) La oferta obtuvo una nota de 7,00 en esta dimensión, dado por los siguientes elementos: La oferta CUMPLE con 4 elementos de los 4 elementos que componen esta dimensión: → Elemento 1: Presenta plan de cómo impulsar el desarrollo profesional. El oferente cumple, porque presenta un plan de cómo impulsar el desarrollo profesional que incluye capacitación continúa con talleres internos y externos, acceso a cursos en línea, mentoría interna con programa de mentoría entre asesores senior y generalistas, desarrollo de liderazgo para el jefe de centro, con periodicidad trimestrales. → Elemento 2: Identifica beneficios en temas de desarrollo profesional. El oferente cumple, porque propone beneficios en temas de desarrollo profesional asociados a: (1) crecimiento de habilidades técnicas en donde los asesores mejorarán sus conocimientos en áreas claves, lo que les permitirá entregar un servicio de mayor calidad a los clientes del Centro, aumentando su capacidad de resolver problemas complejos de negocio, (2) mayor adaptabilidad a los cambios del entorno a través del acceso a nuevas herramientas y conocimientos de vanguardia que permitirán al equipo estar actualizado frente a los cambios en las normativas y tendencias del mercado, haciendo más competitivos en su rol. (3) oportunidades de carrera permitiéndoles acceder a certificaciones y formación continúa para aumentar las oportunidades de crecimiento profesional, tanto dentro del Centro como en otras organizaciones o proyectos futuros, y (4) fortalecimiento de la cohesión del equipo que se refiere a mentoría y capacitaciones conjuntas que fomenten un ambiente de colaboración, intercambio de ideas y aprendizaje mutuo, mejorando la relación entre los asesores senior y generalistas . → Elemento 3: Presenta monitoreo del trabajo en equipo y clima laboral. El oferente cumple, porque presenta monitoreo de trabajo y clima laboral que incluye evaluación continua del clima laboral con encuestas semestrales, reuniones de equipo semanales, revisión individual del desempeño y canales de comunicación abierta. → Elemento 4: Propuesta anual de instancias de trabajo en equipo y planificación estratégica. El oferente cumple, porque propone jornadas de planificación estratégica al inicio de año, con revisión semestral, jornadas de integración que consta de actividades de team building trimestrales, retrospectivas
--	--	--	--	--	--	---

						mensuales e instancias de colaboración con el ecosistema organizando eventos anuales de networking y colaboración con actores del ecosistema empresarial de Alto Hospicio. Dimensión 2: Plan de monitoreo y gestión del Centro (15%) La oferta obtuvo una nota de 7,00 en esta dimensión, dado por los siguientes elementos: La oferta CUMPLE con 4 elementos de los 4 elementos que componen esta dimensión: → Elemento 1: Detalle de elementos a monitorear en todos los siguientes ámbitos: Estrategia del Centro, cumplimiento de metas, articulación con el ecosistema, gestión comunicacional, experiencia de usuarios de los clientes, gestión del equipo, gestión financiera. El oferente cumple, porque la propuesta detalla cada uno de los elementos a monitorear en los ámbitos solicitados. En elementos estratégicos del Centro: Estratégico del Centro en el territorio, cumplimiento de metas, articulación con el ecosistema. En supervisión de procesos operativos y administrativos: Gestión Comunicacional, experiencia de usuarios/clientes, gestión del equipo y gestión financiera. En la evaluación y mejora continua: Evaluación General del Centro. → Elemento 2: Periodicidad de cada uno de los ámbitos de monitoreo antes indicados, según el caso. El oferente cumple, porque propone una periodicidad de cada uno de los ámbitos de monitoreo antes indicados en el elemento 1, Estrategia del Territorio la frecuencia es trimestral, cumplimiento de metas la frecuencia es mensual, la articulación con el ecosistema la periodicidad es semestral, la gestión comunicacional la frecuencia es mensual, la experiencia de usuario la frecuencia es semanal, la gestión de equipo la frecuencia es bi-mensual, la gestión financiera la frecuencia es mensual y la evaluación general del Centro es anual. → Elemento 3: Metodología de seguimiento e identificación de responsables. El oferente cumple, porque la propuesta presenta una metodología de seguimiento a las acciones del centro, e identifica los responsables para cada elemento a monitorear según corresponda, ya sea por el jefe/a de Centros o por el Gestor/a de proyecto. Elemento 4: Coherencia del plan de monitoreo con los objetivos del Programa de Centros. El oferente cumple, porque menciona en cada elemento a monitorear su contribución al cumplimiento de los objetivos del Programa de Centros. Por ejemplo, en cuanto a la Estrategia del Centro en el territorio menciona la alineación de las actividades del Centro con las necesidades del territorio y los objetivos estratégicos del Programa, además de, evaluar el impacto de las asesorías y capacitaciones en el desarrollo del ecosistema emprendedor local. Respecto al cumplimiento de metas menciona monitorear el número de asesorías y capacitaciones realizadas, cantidad de usuarios atendidos, porcentaje de satisfacción de los beneficiarios, y cumplimiento de indicadores de resultados establecidos por el Programa Centros. En cuanto a la articulación con el ecosistema, menciona monitorear la colaboración con actores del ecosistema emprendedor, como cámaras de comercio, universidades, centros de fomento productivo y entidades gubernamentales, además de, evaluar la creación de alianzas y la participación
--	--	--	--	--	--	--

						del Centro en redes y eventos clave. En gestión comunicacional menciona monitorear la implementación de la estrategia de comunicación, impacto en redes sociales, relación con medios locales, y difusión de los servicios del Centro, y evaluar el alcance y la efectividad de las campañas de difusión. Por el lado de la experiencia de usuarios/clientes, menciona monitorear la satisfacción de los clientes en relación con la calidad de las asesorías y capacitaciones, y evaluar la experiencia del usuario desde el primer contacto hasta la finalización del servicio, utilizando encuestas de satisfacción y análisis de quejas. En gestión de equipo, menciona monitorear el desempeño del equipo de trabajo, cumplimiento de responsabilidades y calidad en la entrega de servicios, y evaluar la cohesión y la efectividad del equipo para el cumplimiento de las metas. En cuanto a gestión financiera, el elemento a monitorear consiste en hacer control del presupuesto asignado, seguimiento de ingresos y egresos, y análisis de sostenibilidad financiera del Centro. Asegurar la correcta asignación de recursos y la eficiencia en el uso de los mismos. Criterio 6: Ubicación e infraestructura (10%) La oferta obtuvo una nota de 4,00, dado por los siguientes subcriterios: La oferta CUMPLE con 5 subcriterios de los 8 que componen este criterio: → Subcriterio 1: Visibilidad del Centro, tanto para los clientes como para potenciales clientes y usuarios que transitan en su entorno. El oferente cumple, porque se ubica en la calle Los Castaños N° 2949, entre dos avenidas concurridas, en un sector céntrico de Alto Hospicio. Vivienda con ubicación clave, con tránsito frecuente de buses y colectivos, por lo que los clientes pueden divisar el centro desde su movilización. → Subcriterio 2: Accesibilidad del Centro en cuanto a la posibilidad de acceder a través de locomoción colectiva cercana al lugar, con paradero o calle donde circule locomoción colectiva. El oferente cumple porque el Centro propuesto se encuentra a una cuadra de dos Avenidas por lo que presenta accesibilidad a través de locomoción colectiva con paraderos. Se encuentra a cuerdas de terminal Turbus, a media cuadra de paradero de microbús. → Subcriterio 3: Cercanía del Centro a actores claves y servicios del territorio (academia, entidades públicas, entidades privadas, comunidad empresarial, instituciones financieras, entre otros). El Centro tiene cercanía a actores claves y servicios del territorio como academia, entidades públicas y privadas, comunidad empresarial e instituciones financieras, ya que se encuentra en el sector céntrico de la comuna de Alto Hospicio. Se encuentra a media cuadra de una Oficina de Registro Civil. A cuerdas de la Municipalidad de la Comuna de Alto Hospicio → Subcriterio 4: Pertinencia del precio de mercado del canon de arriendo de la infraestructura, de acuerdo con valores referenciales presentados en el ANEXO N°3. La propuesta cumple porque el valor del arriendo por 28,50 UF mensuales, se encuentra de acuerdo a los valores presentados en el ANEXO N°3, con una superficie total de 270.12 mts², de los cuales 98.5 están habilitados para el uso diario.
--	--	--	--	--	--	--

						→ Subcriterio 8: Presupuesto de habilitación se ajusta al monto proyectado de aporte Sercotec, y si supera el monto, incorpora aportes. El presupuesto cumple porque se ajusta al monto proyectado en habilitación, con aporte Sercotec de \$8.000.000 e incorpora aporte en este ítem por \$4.485.000. La oferta NO CUMPLE con 3 subcriterios de los 8 que componen este criterio: → Subcriterio 5: Layout de las instalaciones del Centro que permita identificar al menos recepción, oficinas grupales o individuales para asesores, sala de reuniones, capacitación on line o presencial, espacios para asesorías individuales, kitchenette y comedor para el equipo, servicios higiénicos hombres y mujeres o mixtos, acceso universal y mudador. El Oferente no presenta un Layout de las instalaciones del Centro que permita identificar los espacios de recepción, oficinas grupales o individuales para asesores, sala de reuniones, capacitación on line o presencial, espacios para asesorías individuales, kitchenette y comedor para el equipo, servicios higiénicos hombres y mujeres o mixtos, acceso universal y mudador. → Subcriterio 6: Tiempo proyectado de puesta en marcha de la infraestructura de acuerdo con carta Gantt, considerando un plazo de 3 meses para el caso que la infraestructura no se encuentre en condiciones de habilitación del programa, y 1 mes para el caso de que la infraestructura se encuentre pre-habilitada. El oferente no presenta carta Gantt que dé cuenta del plazo de habilitación de la infraestructura. → Subcriterio 7: La infraestructura propuesta se encuentra con condiciones de habilitación (pre-habilitada), de acuerdo con el manual de Sercotec en periodo anterior. La infraestructura propuesta no se encuentra pre-habilitada ya que es un Centro nuevo, faltando realizar las divisiones necesarias para generar los espacios de trabajo, además de pintar y acondicionar los espacios según el manual de Sercotec. Criterio 7: Propuesta de presupuesto y aportes de cofinanciamiento (20%) La oferta obtuvo nota 6,00 como nota ponderada del criterio, dado por los siguientes subcriterios: • <u>Subcriterio 1: Coherencia y pertinencia presupuesto y plan de gastos (50%)</u> La oferta obtuvo una nota de 5,00 en este subcriterio, dado por los siguientes elementos: La oferta CUMPLE con 6 elementos de los 7 que componen este subcriterio: → Elemento 1: Contabilización de la cantidad de personas solicitadas en el equipo. El Oferente cumple porque en el presupuesto se consideran 5 personas en el equipo que constan en 1 jefe de Centro, 3 asesores generalistas y un asistente ejecutivo. → Elemento 3: Aportes de puntos de atención no pecuniarios valorados. El oferente cumple porque presenta aporte no pecuniario en el punto de atención propuesto en la oficina CFT Estatal Tarapacá, sector autoconstrucción de la comuna de Alto Hospicio.
--	--	--	--	--	--	---

						→ Elemento 4: Contabilización de capacitaciones. El presupuesto cumple ya que se contabilizan Capacitaciones para clientes tanto con aporte Sercotec, como con aportes valorados del operador por un valor de \$79.060.040 anuales. → Elemento 5: Elementos adicionales valorados. El presupuesto cumple porque considera los elementos adicionales valorados como Networking, seminarios, ferias, entre otros. → Elemento 6: Proyección de traslados de personal, de acuerdo con el despliegue territorial. El presupuesto cumple porque tiene considerado recursos en el ítem de traslados del personal por un valor de \$1.200.000 anuales. → Elemento 7: Cumple con el formato Excel exigido. El oferente cumple con el formato Excel exigido, en la presentación del presupuesto. La oferta NO CUMPLE con 1 elementos de los 7 que componen este subcriterio: → Elemento 2: Pertinencia gastos de operación. El oferente no incorpora en la memoria de cálculo de operación el presupuesto para capacitación de RRHH. • <u>Subcriterio 2: Aporte total de cofinanciamiento (25%)</u> La oferta obtuvo una nota 7,00 en este subcriterio, porque la propuesta económica presenta un aporte de cofinanciamiento de un 37,65% superior al 35,00% del costo total de ejecución del Centro. • <u>Subcriterio 3: Aporte pecuniario (25%)</u> La oferta obtuvo una nota de 7,00 en este subcriterio, porque la propuesta económica presenta un aporte pecuniario de un 14,58% superior al 10,00% del costo de cofinanciamiento del Centro.
2	Fundación para el Trabajo UNAP	Región Tarapacá	Alto Hospicio	4,88	Prelación	Criterio 1: Cumplimiento de requisitos formales (5%) El oferente tiene nota 7,00 porque presenta todos los antecedentes solicitados dentro del plazo establecido. Criterio 2 : Comportamiento contractual anterior (5%) El oferente tiene nota 7,00 porque no se le ha aplicado sanciones por faltas menos graves, graves o gravísimas durante los últimos cinco años, contados desde la fecha de cierre de presentación de ofertas, conforme al registro de la Gerencia de Centros de Desarrollo de Negocios de Sercotec. Criterio 3: Evaluación de antecedentes financieros del oferente (10%) La oferta obtuvo nota 4,00 como nota ponderada del criterio dado que: • Nota del indicador de liquidez: 7,00 dado que la liquidez de la institución corresponde a 14,29, siendo esta mayor a 2,0 veces, para hacer frente a sus Obligaciones Financieras en el corto plazo, y

					• Nota relación Deuda Patrimonio: 1,00 dado que el endeudamiento de la institución corresponde a 36,22, siendo entonces superior a 1 en su relación Deuda Patrimonio. Criterio 4: Experiencia entidad oferente en servicios similares (10%) La oferta obtuvo nota 5,40 como nota ponderada del criterio, dado por los siguientes subcriterios: • Subcriterio 1: Experiencia en proyectos similares (40%) La oferta obtuvo nota 3,00 dado que presenta 8 proyectos relevantes similares en los últimos 3 años, contados desde el cierre de recepción de propuestas, las cuales se resumen a continuación: 1) Centro de Desarrollo de Negocios Tamarugal, SERCOTEC, Desde 2024 Región de Tarapacá. 2) Emprende Vecino 2021, Ministerio de Desarrollo Social, Región de Tarapacá 3) Emprende Vecino 2022, Ministerio de Desarrollo Social, Región de Tarapacá 4) Programa de Autonomía Económica Femenina, Región de Tarapacá 5) Programa Tamarugal Emprende 2024 Pozo Almonte, Ilustre Municipalidad de Pozo Almonte. Región de Tarapacá 6) Programa Tamarugal Municipalidad de Pica, Ilustre Municipalidad de Pica. Región de Tarapacá 7) Programas Calle 2021-2022, SENDA, Región de Tarapacá 8) Programas Calle 2023, SENDA Región de Tarapacá • Subcriterio 2 Experiencia en proyectos a nivel regional (60%) La oferta obtuvo nota 7,00 dado que presenta 8 proyectos relevantes similares en los últimos 3 años, contados desde el cierre de recepción de propuestas, las cuales se resumen a continuación: 1) Centro de Desarrollo de Negocios Sercotec Tamarugal, SERCOTEC, Región Tarapacá 2) Emprende Vecino 2021, MIDESO, Región Tarapacá 3) Emprende Vecino 2022, MIDESO Región Tarapacá 4) Programa de Autonomía Económica Femenina, MIDESO, Región Tarapacá 5) Programa Tamarugal Emprende 2024 Pozo Almonte, Minera TECK QB, Región Tarapacá 6) Programa Tamarugal Municipalidad de Pica, Minera TECK QB, Región Tarapacá 7) Programas Calle 2021-2022, MIDESO, Región Tarapacá 8) Programas Calle 2023, MIDESO, Región Tarapacá Criterio 5: Propuesta Técnica (40%) La oferta obtuvo nota 3,60 como nota ponderada del criterio, dado por los siguientes subcriterios y dimensiones: • <u>Subcriterio 1: Diagnóstico territorial y lineamientos estratégicos (20%)</u> La oferta obtuvo 0,60 puntos en este subcriterio, dado por las siguientes dimensiones: Dimensión 1: Diagnóstico de brechas y oportunidades del territorio (5%) La oferta obtuvo una nota de 5,00 en esta dimensión, dado por los siguientes elementos: La oferta CUMPLE con 5 elementos de los 6 elementos que componen esta dimensión:
--	--	--	--	--	---

						→ Elemento 2: Identifica de forma clara brechas, fortalezas y/o oportunidades del territorio. La propuesta identifica las siguientes brechas :empleo, acceso a servicios y calidad de vida, en las fortalezas el crecimiento poblacional, recursos naturales e iniciativas comunitarias y como oportunidades el desarrollo de emprendedores, inversiones en infraestructura y sostenibilidad. → Elemento 3: Vincula el diagnóstico con datos cuantitativos con fuentes. La propuesta cumple porque vincula el diagnóstico con datos cuantitativos con fuentes, principalmente del ministerio de desarrollo social y del informe de desarrollo territorial del gobierno Regional de Tarapacá (2023). → Elemento 4: Vincula el diagnóstico con estrategias territoriales (ERD, Pladecos u otros) y/o estrategias/planes de sostenibilidad/acción climática. La propuesta cumple porque vincula el diagnóstico con las estrategias territoriales de PLADECO (plan de desarrollo comunal Alto Hospicio 2021-2024), Gore Tarapacá (2023-2033) y SUBDERE. → Elemento 5: Prioriza brechas y/o oportunidades que serán abordadas por la propuesta estratégica del CDN. Se priorizan las brechas digitales, enfoque de género y pueblos originarios, internacionalización de servicios asociados a la logística, profesionales u otros. → Elemento 6: Las dimensiones priorizadas son factibles de abordar y orientadas al quehacer del Centro. Las dimensiones o brechas priorizadas son factibles de abordar y están orientadas al quehacer del Centro, porque la oferta menciona que éstas se basan en los Ejes Estratégicos CDNs 2024, al menos en 4 de sus 5 ámbitos; Sostenibilidad, Internacionalización, Desarrollo de Ecosistemas y Encadenamientos Productivos y Enfoque Inclusivo de Género La oferta NO CUMPLE con 1 elementos de los 6 elementos que componen esta dimensión: → Elemento 1: Analiza los elementos económicos, sociales y medioambientales del territorio cubierto por el CDN. La propuesta no cumple ya que , no realiza un análisis territorial con el que se fundamente el diagnóstico territorial en términos económicos, sociales y medioambientales, solo menciona algunos aspectos de la caracterización pero no existe el análisis esperado. Dimensión 2: Caracterización territorial (5%) La oferta obtuvo una nota 5,00 en esta dimensión, dado por los siguientes elementos: La oferta CUMPLE con 3 elementos de los 4 elementos que componen esta dimensión: → Elemento 1: Analiza por cada comuna de atención, cuáles son los principales clientes potenciales del Centro. La propuesta cumple porque analiza la comuna de Alto Hospicio e identifica como potenciales clientes emprendedores jóvenes y adultos mayores, con crecimiento notable de la participación femenina y microempresas mayormente con un propietario o pequeñas unidades familiares.
--	--	--	--	--	--	--

						→ Elemento 2: Presenta una caracterización completa de dichos segmentos, de acuerdo a variables demográficas, económicas y sociales. La propuesta cumple porque presenta una caracterización de los segmentos de clientes de acuerdo con las variables demográficas, se observa una predominancia de jóvenes entre 18 y 35 años, junto con un número significativo de adultos mayores. En el ámbito económico, las actividades del segmento de emprendedores se concentran principalmente en el comercio de alimentos, ropa y servicios personales. En cuanto al segmento de MIPES, predominan los comercios y servicios orientados al sector logístico y los proveedores de la minería. Desde una perspectiva social, el segmento de emprendedores enfrenta un acceso limitado a redes de apoyo y colaboración, así como un desconocimiento generalizado de los beneficios y procesos de formalización. Por otro lado, en el segmento de PYMES, se identifican carencias en habilidades de gestión empresarial, marketing y finanzas, además de una falta de inclusión social y económica, especialmente en grupos vulnerables. → Elemento 3: Describe las necesidades y brechas existentes de los segmentos identificados. La propuesta describe necesidades y brechas existentes en los segmentos identificados. para el segmento N1 las necesidades son de gestión empresarial, desarrollo de habilidades técnicas, uso de tecnología, asesoría y mentorías, acceso a financiamiento, formalización y redes de apoyo, en el segmento N2 las necesidades son de gestión empresarial, nuevas tecnologías, asesoría y mentoría, acceso a financiamiento, formalización y legalización y redes de apoyo y colaboración y los N3 las necesidades identificadas son el desarrollo de habilidades avanzadas, capacitación en sostenibilidad, asesoría estratégica, mentoría especializada, acceso a financiamiento, networking y alianzas estratégicas e investigación y desarrollo (I+D). La oferta NO CUMPLE con 1 elementos de los 4 elementos que componen esta dimensión: → Elemento 4: Consolida el análisis de cuáles serán los potenciales clientes del Centro por cada tipo de segmento, haciendo alusión a cómo se deberá abordar el territorio para tener una cobertura 80/20 clientes N2 y N3 v/s N1. La propuesta no cumple porque si bien consolida el análisis de cuáles serán los potenciales clientes del Centro por cada tipo de segmento N1, N2, N3 y cooperativas, hace alusión a que segmentos debe abordar MIPES y pequeñas empresas y cooperativas, pero no cómo se deberá abordar el territorio para cumplir la proporción 80/20. Dimensión 3: Mirada estratégica del Centro (10%) La oferta obtuvo una nota de 1,00 en esta dimensión, dado por los siguientes elementos: La oferta CUMPLE con 2 elementos de los 6 elementos que componen esta dimensión: Elemento 2: Vincula las dimensiones priorizadas en el diagnóstico con los ejes estratégicos del Programa Centros y con los servicios/oferta programática de los CDNs. La propuesta cumple porque vincula las dimensiones priorizadas en el diagnóstico con los ejes del programa como son la internacionalización, género y pueblos originarios y la digitalización y los servicios/oferta programática de los Centros entre los que se destacan la capacitación digital y asesoría especializada en herramientas digitales, articulación con programas de gobierno, ruedas de negocios, escuelas de fortalecimiento empresarial femenino, conversatorios y
--	--	--	--	--	--	--

						capacitaciones que fomenten la asociatividad, pasantías entre clientes de Centros, programas de capacitación con instituciones que promuevan la internacionalización. Elemento 3: Propone variedad de servicios/oferta programática del CDN (asesoría generalista, asesoría especializada, programas de capacitación, seminarios, acciones asociativas, entre otros). La propuesta cumple porque se propone una variedad de Servicios/oferta programática del Centro como son asesorías generalistas y especializadas, capacitaciones, articulación con programas del gobierno, ruedas de negocios, escuelas de fortalecimiento empresarial femenino, ferias de comercialización, programas de capacitación con instituciones del Estado como Prochile y Corfo, Pasantías conversatorios que fomenten la asociatividad. La oferta NO CUMPLE con 4 elementos de los 6 elementos que componen esta dimensión: → Elemento 1: Vincula las brechas y oportunidades priorizadas en el diagnóstico con los objetivos de desarrollo sostenible y la agenda 2030 de Chile. La propuesta no vincula directamente las brechas y oportunidades priorizadas en el diagnóstico con algunos de los 17 objetivos de la Agenda 2030 Chile. → Elemento 4: Presenta cómo la propuesta de servicios se articulará con entidades públicas, privadas y académicas. Si bien se mencionan las entidades públicas, privadas y académicas, no se presenta cómo la propuesta de servicios del centro se articulará con ellas. → Elemento 5: Propone de forma coherente indicadores de cobertura, medición de impacto y variables extra de resultados y de impacto para cada una de las estrategias. No se propone la construcción de indicadores de cobertura, medición de impacto ni variables extras de resultados por cada una de las estrategias ya que lo indicado son aportes o servicios y no indicadores propios que medirán brechas. → Elemento 6: Explicita de forma coherente cómo dicho plan estratégico permitirá contribuir a la sostenibilidad económica de MIPES y Cooperativas, a través de la instalación de capacidades de gestión empresarial y articulación del ecosistema empresarial local. Si bien el oferente menciona opciones de contribución a la sostenibilidad económica, no explicita cómo el plan estratégico del Centro contribuirá a la sostenibilidad económica de las MYPEs y Cooperativas. • <u>Subcriterio 2: Servicios del Centro y metodología de trabajo (25%)</u> La oferta obtuvo 0,55 puntos en este subcriterio, dado por las siguientes dimensiones: Dimensión 1: Metodología de trabajo en cada segmento de clientes (10%) La oferta obtuvo una nota de 1,00 en esta dimensión, dado por los siguientes elementos: La oferta CUMPLE con 1 elementos de los 5 elementos que componen esta dimensión: → Elemento 3: Propone acciones grupales de trabajo o de desarrollo de ecosistema con cada segmento de clientes (encuentros empresariales, ruedas de negocios, asesorías grupales, actividades para compartir experiencias, entre otros). La propuesta cumple porque propone acciones grupales de trabajo o de
--	--	--	--	--	--	---

						desarrollo de ecosistema con cada segmento de clientes como ruedas de negocio, pasantías, programa de desarrollo de proveedores, Clínicas empresariales, conversatorios y Ferias. Para clientes N3 y N2 , indica Clínicas Empresariales, Pasantías, Coaching de Empoderamiento, Empresarial, Conversatorios, Programa de Desarrollo de Proveedores. Para Clientes N1, Clínicas de Emprendimiento, Conversatorios, Participación en Ferias, Vinculación con programas que fomenten la formalización y la emisión de su 1era boleta y/o factura. La oferta NO CUMPLE con 4 elementos de los 5 elementos que componen esta dimensión → Elemento 1: Explicita una estrategia de captación/tracción por cada tipo de cliente de acuerdo con su realidad. La propuesta no cumple porque si bien la propuesta explícita estrategias de captación/tracción de clientes, esta no las diferencia por cada tipo de cliente de acuerdo a su realidad. → Elemento 2: Presenta estrategias de trabajo o trayectorias de maduración empresarial pertinentes y diferenciadas para cada segmento de clientes (N1, N2 y N3) según sus necesidades que vincula los servicios básicos de asesoría con otros servicios como capacitaciones, articulación con servicios financieros, estudios de mercado y otros servicios La propuesta no cumple porque si bien presenta estrategias de trabajo, los servicios a ofrecer son los mismos para el segmento N2 y N3, no atendiendo a las necesidades diferenciadas de cada uno de éstos. Además, presentan los mismos cuadros metodológicos para los tres segmentos, no precisando cómo se articularon los servicios entre ellos. → Elemento 4: Es coherente la propuesta de trabajo con cada segmento de clientes (captación, servicios y actividades de ecosistemas), de acuerdo con sus necesidades. La propuesta no cumple porque no hay coherencia en la propuesta de trabajo con cada segmento de clientes ya que plantean los mismos servicios y actividades para N2 y N3. → Elemento 5: Realiza una propuesta de trabajo diferenciada para empresas y cooperativas, tanto para la captación, la asesoría como para las actividades grupales o de desarrollo de ecosistemas. La propuesta de trabajo no cumple porque no hay una diferenciación para los distintos tipos de empresas en especial referente a la tracción. Por otro lado, si bien explícita que no existen cooperativas en el territorio, no desarrolla metodología de trabajo para este segmento. Dimensión 2: Coherencia de los servicios complementario y adicionales del Centro (15%) La oferta obtuvo una nota de 3,00 en esta dimensión, dado por los siguientes elementos: La oferta CUMPLE con 1 elementos de los 3 elementos que componen esta dimensión: → Elemento 3: Cartas de aportes: El oferente presenta cartas de compromiso de aportes propios o terceros para 10 o más servicios complementarios y adicionales propuestos. El Oferente cumple porque presenta al menos 10 servicios complementarios y adicionales en las cartas de compromiso de aportes. Por ejemplo, menciona lo siguiente: (1) Espacio Colaborativo, UNAP, Centro Tecnológico Minero S.A., Ilustre Municipalidad de Alto Hospicio.(2)Asesor/a especialista en G- suit, Microsoft, Outlook, UNAP, Centro
--	--	--	--	--	--	--

						Tecnológico Minero S.A.(3) Asesor/a especialista en MK Digital, con enfoque en Redes Sociales y Brochure Digital. UNAP, Centro Tecnológico Minero S.A.(4) Asesor/a especialista en Plataforma de Proveedores Mineros, UNAP, Centro Tecnológico Minero S.A. (5) Asociación de Industriales de Iquique y El Tamarugal. (6) Plataforma Virtual de Aprendizaje (Sincrónica y Asincrónica) Plataforma Virtual de Aprendizaje (Sincrónica y Asincrónica), Centro Tecnológico Minero S.A. (7) Programa de Desarrollo de Proveedores, UNAP, Centro Tecnológico Minero S.A., Asociación de Industriales de Iquique y El Tamarugal. (8) Capacitación a clientes del centro en temas de inclusión, en género y/o pueblos originarios, que incluya normativa legal., UNAP, Centro Tecnológico Minero S.A. PRODEMU.(9) Espacios de Comercialización, Municipalidad de Alto Hospicio. (10) Estudio de Mercado y/o Tesis, UNAP. (11) Capacitación en temas de comercio internacional, UNAP. (12) Asesoría Especializada en temas de comercio internacional, (13) Asesoría Especializada en temas de comercio Internacional, UNAP, Centro Tecnológico Minero S.A. (14) Alumnos en Práctica, UNAP. La oferta NO CUMPLE con 2 elementos de los 3 elementos que componen esta dimensión: → Elemento 1: Coherencia: El oferente especifica y detalla set de servicios complementarios y adicionales que contribuyen a disminuir las brechas identificadas y priorizadas por el Centro, en relación con el punto 3.2.2. del Anexo N°5 de Bases. La propuesta no cumple porque si bien nombra servicios complementarios y adicionales para cada una de las brechas identificadas, solo las lista pero no especifica ni detalla los servicios en el cuadro 3.2.2. por lo que no se puede demostrar su coherencia. → Elemento 2: Factibilidad: El oferente presenta cartas de compromiso de aportes propios y/o de aliados estratégicos, en relación con el set de servicios complementarios y adicionales. La propuesta no cumple porque si bien el oferente presenta cartas de compromiso de aportes, estos aportes no incluye montos, según lo solicitado para que completen en la tabla del punto 3.2.2 de la propuesta técnica, por lo que no es posible verificar la coherencia y factibilidad de los servicios ofrecidos con los montos de los aportes presentados. • <u>Subcriterio 3: Despliegue y estrategia de articulación (30%)</u> La oferta obtuvo 1,10 puntos en este subcriterio, dado por las siguientes dimensiones: Dimensión 1: Despliegue territorial (10%) La oferta obtuvo una nota de 5,00 en esta dimensión, dado por los siguientes elementos: La oferta CUMPLE con 3 elementos de los 4 elementos que componen esta dimensión: → Elemento 1: Una oficina central y puntos de atención que abordan la totalidad de las comunas de cobertura del Centro indicadas en el anexo de localización de centros. El oferente cumple porque propone un centro principal y un punto de atención que dan cuenta de la cobertura del Centro de Alto Hospicio, indicadas en el anexo N°2 de localización de Centros.
--	--	--	--	--	--	---

						→ Elemento 2: Se presentan todas las cartas de apoyo y/o aportes de los municipios e instituciones en los cuales estarán ubicados los puntos de atención. El oferente cumple porque presenta carta de aporte de la Ilustre Municipalidad de Alto Hospicio para el punto de atención de la comuna de Alto Hospicio. → Elemento 3: Se presentan nuevos puntos de atención en otras comunas o en dependencias de socios estratégicos como valor agregado de la propuesta, los cuales, constan en cartas de apoyo. El oferente cumple con lo solicitado, porque presenta un punto de atención en dependencias de socios estratégicos como valor agregado de la propuesta, se propone un punto de atención en dependencia de la Municipalidad de Alto Hospicio. La oferta NO CUMPLE con 1 elementos de los 4 elementos que componen esta dimensión: → Elemento 4: Se indica de forma completa y coherente cómo funcionarán los puntos de atención, con su dirección, horarios, servicios a desarrollar y equipo para lograr despliegue territorial. La propuesta no cumple porque si bien la propuesta indica dirección, cantidad de días de funcionamiento y horarios en el punto de atención, no indica de forma completa, cómo se llevará a cabo la implementación de forma detallada con respecto al equipo y servicios. Dimensión 2: Estrategia de articulación territorial y desarrollo del ecosistema local de emprendimiento e innovación (20%) La oferta obtuvo una nota de 3,00 en esta dimensión, dado por los siguientes elementos: La oferta CUMPLE con 3 elementos de los 5 elementos que componen esta dimensión: → Elemento 3: Los actores propuestos están relacionados con todos los ejes estratégicos definidos para el CDN. La propuesta cumple porque los actores propuestos por el oferente y están todos relacionados con los ejes estratégicos definidos para el Centro como son el Centro Tecnológico Minero, Ilustre Municipalidad de Alto Hospicio, Prodemu, Asociación de Industriales de Iquique y el Tamarugal, Empresa Portuaria de Iquique. También destacan otras alianzas estratégicas como son: UNAP, Turismo y logística, Cámara Chilena Construcción, ZOFRI, Dirección de Trabajo, SII, Corfo, Fosis, Conadi, VPS SpA, Minera TECK QB, Minera Doña Inés de Collahuasi y Minera SQM. → Elemento 4: Existen cartas de apoyo para al menos el 50% de las vinculaciones propuestas. El Oferente cumple porque presenta cartas de apoyo para al menos el 50% de las vinculaciones propuestas. Estas son: Universidad Arturo Prat:, Desde la perspectiva de la academia, tiene un aporte valorizado de \$26.800.000, que complementan la operación del centro a través de, Apoyó en Gestión, alumnos en práctica, difusión radial, EFEF, Capacitación, asesores especialistas, estudios de mercado u otros. Centro Tecnológico Minero: Desde el ámbito privado, no aporta \$9.250.000, que complementan la operación del centro a través de: Capacitación para el RRHH y apoyo en Gestión. Ilustre Municipalidad de Alto Hospicio, Desde el ámbito público, la municipalidad es un actor muy relevante, nos acompañan en la presente postulación, con un aporte valorizado de \$24.720.000, que complementan el trabajo del centro a través de: Arriendo valorizado de punto de atención, espacios de capacitación, mobiliarios, ferias
--	--	--	--	--	--	--

						u otros. PRODEMU: Institución pública, cuyo propósito es promover los derechos y fortalecer las autonomías a la diversidad de mujeres que habitan en Chile, incidiendo localmente con enfoques de derechos humanos, de género, interseccional y territorial, que nos permite complementar los servicios del centro a través de: Capacitación para clientas del centro, con enfoque de Género, con un aporte valorizado de \$600.000. Asociación de Industriales de Iquique y el Tamarugal, Principal asociación gremial en la región con más de 200 empresas asociadas cuenta con programas financiados por las principales mineras que intervienen en el territorio, complementa el quehacer del centro con: Vinculación de clientes del centro con perfil proveedor de la minería a través de la realización de una Rueda de Negocios u otro. Con un aporte valorizado en \$1.440.000. → Elemento 5: El Comité Directivo propuesto está compuesto por actores privados, públicos y la academia. Además, los actores privados son igual o superiores al 60%, y todos los actores propuestos son importantes a nivel nacional y regional de acuerdo con brechas priorizadas por el Centro (diagnóstico territorial mencionados en ANEXO N°5). El oferente podrá ser incluido dentro del Comité Directivo, siendo considerado en la integración mínima para cumplir este punto. El Comité propuesto está compuesto por 7 actores, 5 son del sector privado (Asociación de Industriales de Iquique, Centro Tecnológico Minero S.A., Empresa Portuaria Iquique, Empresa Turismo y Logística, y Cámara Chilena de la Construcción), 1 Academia (UNAP) y 1 actor del sector público (Municipalidad de Alto Hospicio), por lo que cumple el porcentaje 71,44% privado, 14,28% público y 14,28% Academia. La oferta NO CUMPLE con 2 elementos de los 5 elementos que componen esta dimensión: → Elemento 1: Se propone estrategia de desarrollo del ecosistema de emprendimiento e innovación del CDN coherente con las brechas identificadas en diagnóstico, incluyendo hitos y actividades, entre ellas, encuentros de trabajo para el Desarrollo Productivo Sostenible del territorio. El oferente no cumple porque propone estrategia de desarrollo del ecosistema de emprendimiento e innovación del Centro, pero no es coherente con las brechas identificadas y priorizadas, brecha digital, enfoque de género y pueblo originario e internacionalización. → Elemento 2: Vinculación con actores relevantes en el territorio provenientes del sector público, privado (incluye gremios) y de la academia. Para todos los casos el oferente queda excluido. El oferente no cumple porque si bien describe las instituciones públicas, privadas. Pero en el ámbito de la academia, se presentan ellos como opción contraviniendo lo indicado en la pauta de evaluación (el oferente deberá quedar excluido). • <u>Subcriterio 4: Elementos diferenciadores del operador (25%)</u> La oferta obtuvo 1,35 puntos en este subcriterio, dado por las siguientes dimensiones: Dimensión 1: Estrategias para potenciar el trabajo en equipo y para el desarrollo profesional (10%) La oferta obtuvo una nota de 3,00 en esta dimensión, dado por los siguientes elementos:
--	--	--	--	--	--	---

						La oferta CUMPLE con 2 elementos de los 4 elementos que componen esta dimensión: → Elemento 3: Presenta monitoreo del trabajo en equipo y clima laboral. El Oferente cumple porque presenta monitoreo semestral del clima laboral y plan de monitoreo trimestral del trabajo para cada integrante del equipo. → Elemento 4: Propuesta anual de instancias de trabajo en equipo y planificación estratégica. El oferente cumple porque propone una jornada para trabajo en equipo y planificación estratégica, la cual se divide en un programa trimestral de análisis individual y grupal, del estado de avance de indicadores, impactos, resultados y gestión con enfoque en las 4 perspectivas del plan estratégico. La oferta NO CUMPLE con 2 elementos de los 4 elementos que componen esta dimensión: → Elemento 1: Presenta plan de cómo impulsar el desarrollo profesional. El operador no cumple porque no presenta un plan de trabajo que permita desarrollar los aspectos formativos de los profesionales del Centro de Desarrollo de Negocios. → Elemento 2: Identifica beneficios en temas de desarrollo profesional. El Oferente no cumple porque no identifica beneficios en temas de desarrollo profesional sólo incorpora en este punto un incentivo no monetario que no hace referencia a lo solicitado. Dimensión 2: Plan de monitoreo y gestión del Centro (15%) La oferta obtuvo una nota de 7,00 en esta dimensión, dado por los siguientes elementos: La oferta CUMPLE con 4 elementos de los 4 elementos que componen esta dimensión: → Elemento 1: Detalle de elementos a monitorear en todos los siguientes ámbitos: Estrategia del Centro, cumplimiento de metas, articulación con el ecosistema, gestión comunicacional, experiencia de usuarios de los clientes, gestión del equipo, gestión financiera. La propuesta cumple porque detalla los elementos a monitorear en los ámbitos solicitados, estrategia del Centro, cumplimiento de metas de impacto económico, articulación con el ecosistema, gestión comunicacional, experiencia de usuarios de los clientes, gestión de equipo y gestión financiera. Dentro de elementos a monitorear incluyen, Estrategia del Centro, detallando el monitoreo Supervisión y monitoreo del mapa estratégico de acuerdo con las perspectivas de clientes, Procesos Internos, perspectiva de Impacto Social, económico y Creación de valor para los Grupos de Interés y perspectivas. Otro elemento para monitorear son los números de clientes y para ello, supervisión y monitoreo del avance del cumplimiento del indicador de acuerdo con lo comprometido en el año operacional. También propone monitorear el Indicador de Aumento de Ventas, a través de supervisión y monitoreo del avance del cumplimiento del indicador de acuerdo con lo comprometido en el año operacional. Indicador de nuevos Contratos Laborales, Indicador de Empresas con Acceso a Financiamiento, ambos con Supervisión y monitoreo del avance del cumplimiento del indicador de acuerdo a lo comprometido en el año operacional. Articulación con el ecosistema, supervisión y monitoreo del avance del cumplimiento de acciones de articulación en el territorio y apoyar con iniciativas para poder concretar reuniones con los actores relevantes del ecosistema en beneficio de
--	--	--	--	--	--	--

						los y los clientes del centro. Gestión Comunicacional, Supervisión y monitoreo del avance y cumplimiento del plan de medios. Experiencia de usuarios de los clientes, como de las Supervisión y monitoreo de la aplicación de encuestas de satisfacción capacitaciones realizadas. En Gestión del equipo, Supervisión y monitoreo de la aplicación de encuestas de ambiente laboral y avance del plan de desarrollo profesional. En Gestión Financiera, Supervisión y monitoreo del avance de rendiciones y el uso correcto de los recursos, de acuerdo con el presupuesto del año operacional en curso. → Elemento 2: Periodicidad de cada uno de los ámbitos de monitoreo antes indicados, según el caso. El oferente cumple porque propone una periodicidad de cada ámbito de monitoreo antes indicados en el elemento 1, Estrategia del Centro es trimestral y semanal, Indicadores de metas es mensual, articulación con el ecosistema es trimestral, gestión comunicacional es mensual, experiencia de usuarios de los clientes es trimestral, gestión de equipo es semestral, gestión financiera es mensual. → Elemento 3: Metodología de seguimiento e identificación de responsables. La propuesta cumple → porque en el plan de monitoreo identifica los roles que deben cumplir los responsables que están a cargo del monitoreo de cada ámbito señalado, como, asimismo, la frecuencia de gestión relacionada. → Elemento 4: Coherencia del plan de monitoreo con los objetivos del Programa de Centros. La propuesta cumple con el plan de monitoreo y es coherente con los objetivos del programa de Centros, ya que plantea monitorear aquellos focos de interés del programa, como Estrategia del Centro, Articulación con el ecosistema, Gestión Comunicacional, Gestión del equipo, Gestión Financiera, además indica periodicidad y responsables. Criterio 6: Ubicación e infraestructura (10%) La oferta obtuvo una nota de 6,00, dado por los siguientes subcriterios: La oferta CUMPLE con 7 subcriterios de los 8 que componen este criterio: → Subcriterio 1: Visibilidad del Centro, tanto para los clientes como para potenciales clientes y usuarios que transitan en su entorno. El oferente cumple porque la propiedad está ubicada en una de las principales avenidas de la comuna, Avenida los Cóndores 3722 por lo tanto tiene visibilidad por ser una de las principales avenidas de la comuna de Alto Hospicio, donde el tránsito es frecuente, tanto para clientes como para potenciales clientes y usuarios que transitan en su entorno. → Subcriterio 2: Accesibilidad del Centro en cuanto a la posibilidad de acceder a través de locomoción colectiva cercana al lugar, con paradero o calle donde circule locomoción colectiva. El oferente cumple porque la propiedad se encuentra ubicada en una avenida de gran concurrencia, por lo que tiene acceso a locomoción colectiva a una cuadra del Centro, donde transitan microbuses que conectan directamente con todos los sectores de la comuna inclusive con la comuna de Iquique.
--	--	--	--	--	--	--

						→ Subcriterio 3: Cercanía del Centro a actores claves y servicios del territorio (academia, entidades públicas, entidades privadas, comunidad empresarial, instituciones financieras, entre otros). El proponente podrá identificarse como uno de los actores claves del territorio. El oferente cumple porque la propiedad se encuentra a una cuadra de colegios y juzgado de familia, 4 cuadras de la municipalidad, plaza bancaria, SII, Tesorería, chileatiende, 7 cuadras del registro civil, comercio, etc., debido a que se encuentra en la parte central de la ciudad. → Subcriterio 4: Pertinencia del precio de mercado del canon de arriendo de la infraestructura, de acuerdo con valores referenciales presentados en el ANEXO N°3. El oferente cumple porque el valor del arriendo es de 26,34 UF, mensuales y se encuentra de acuerdo a los valores presentados en el ANEXO N°3, la propiedad posee 219.29 mts2 y 214.87 mts2 habilitados para uso. → Subcriterio 5: Layout de las instalaciones del Centro que permita identificar al menos recepción, oficinas grupales o individuales para asesores, sala de reuniones, capacitación on line o presencial, espacios para asesorías individuales, kitchenette y comedor para el equipo, servicios higiénicos hombres y mujeres o mixtos, acceso universal y mudador. El Oferente cumple porque presenta un Layout de las instalaciones del Centro que permite identificar los espacios de recepción, oficinas grupales o individuales para asesores, sala de reuniones, capacitación on line o presencial, espacios para asesorías individuales, kitchenette y comedor para el equipo, servicios higiénicos hombres y mujeres o mixtos, acceso universal y mudador. → Subcriterio 6: Tiempo proyectado de puesta en marcha de la infraestructura de acuerdo con carta Gantt, considerando un plazo de 3 meses para el caso que la infraestructura no se encuentre en condiciones de habilitación del programa, y 1 mes para el caso de que la infraestructura se encuentre pre-habilitada. La propuesta cumple porque considera carta Gantt con plazo de 3 meses para la habilitación de infraestructura, ya que es un Centro nuevo. → Subcriterio 8: Presupuesto de habilitación se ajusta al monto proyectado de aporte Sercotec, y si supera el monto, incorpora aportes. El oferente cumple porque el presupuesto de habilitación se ajusta al monto proyectado de aporte Sercotec de \$8.000.000, según los valores referenciales de 6.65 UF por m2, por lo que no incorpora aportes propios La oferta NO CUMPLE con 1 subcriterios de los 8 que componen este criterio: → Subcriterio 7: La infraestructura propuesta se encuentra con condiciones de habilitación (pre-habilitada), de acuerdo con el manual de Sercotec en periodo anterior. La infraestructura propuesta no cumple porque no se encuentra habilitada de acuerdo al manual de Sercotec, es decir, no cuenta con divisiones para oficinas separadas o distribución de los espacios, no tiene entrada universal, los baños deben implementarse para que sean de acceso universal..
--	--	--	--	--	--	--

						Criterio 7: Propuesta de presupuesto y aportes de cofinanciamiento (20%) La oferta obtuvo nota 6,00 como nota ponderada del criterio, dado por los siguientes subcriterios: • <u>Subcriterio 1: Coherencia y pertinencia presupuesto y plan de gastos (50%)</u> La oferta obtuvo una nota de 5,00 en este subcriterio, dado por los siguientes elementos: La oferta CUMPLE con 6 elementos de los 7 que componen este subcriterio: → Elemento 1: Contabilización de la cantidad de personas solicitadas en el equipo. El oferente cumple porque en el presupuesto se consideran 5 personas en el equipo que constan en 1 jefe de Centro, 3 asesores generalistas y un asistente ejecutivo. → Elemento 3: Aportes de puntos de atención no pecuniarios valorados. El oferente cumple porque presenta aporte no pecuniario para el punto de atención de Alto Hospicio, ubicada en Avenida Ramón Pérez Opazo 3125. → Elemento 4: Contabilización de capacitaciones. El oferente cumple porque incluye recursos en el ítem de capacitaciones, por un total de \$10.540.000 con aportes propios y de terceros, y \$1.500.000 con aporte de Sercotec. Elemento 5: Elementos adicionales valorados. El oferente cumple porque el presupuesto incluye los elementos adicionales valorados. Los cuales son: (1) Espacio Colaborativo, UNAP, Centro Tecnológico Minero S.A., Ilustre Municipalidad de Alto Hospicio. (2) Asesor/a especialista en G- suit, Microsoft, Outlook, UNAP, Centro Tecnológico Minero S.A. (3) Asesor/a especialista en MK Digital, con enfoque en Redes Sociales y Brochure Digital. UNAP, Centro Tecnológico Minero S.A. (4) Asesor/a especialista en Plataforma de Proveedores Mineros, UNAP, Centro Tecnológico Minero S.A. (5) Asociación de Industriales de Iquique y El Tamarugal. (6) Plataforma Virtual de Aprendizaje (Sincrónica y Asincrónica) Plataforma Virtual de Aprendizaje (Sincrónica y Asincrónica), Centro Tecnológico Minero S.A. (7) Programa de Desarrollo de Proveedores, UNAP, Centro Tecnológico Minero S.A., Asociación de Industriales de Iquique y El Tamarugal. (8) Capacitación a clientes del centro en temas de inclusión, en género y/o pueblos originarios, que incluya normativa legal., UNAP, Centro Tecnológico Minero S.A. PRODEMU. (9) Espacios de Comercialización, Municipalidad de Alto Hospicio. (10) Estudio de Mercado y/o Tesis, UNAP. (11) Capacitación en temas de comercio internacional, UNAP. (12) Asesoría Especializada en temas de comercio internacional, (13) Asesoría Especializada en temas de comercio Internacional, UNAP, Centro Tecnológico Minero S.A. (14) Alumnos en Práctica, UNAP. → Elemento 6: Proyección de traslados de personal, de acuerdo con el despliegue territorial. El presupuesto tiene considerado recursos en el ítem de traslados del personal por un monto de \$3.388.515 anuales.
--	--	--	--	--	--	--

						→ Elemento 7: Cumple con el formato Excel exigido. El oferente cumple con el formato Excel ANEXO N° 3 exigido. La oferta NO CUMPLE con 1 elementos de los 7 que componen este subcriterio: → Elemento 2: Pertinencia gastos de operación. El Operador no cumple porque presenta gastos sobredimensionados con aportes en gastos administrativos del operador con relación a los montos referenciales históricos de los Centros, porque los incorpora en el presupuesto en el ítem Honorarios y SS Profesionales por un total de \$53.352.00, equivalente al 33,5% del aporte para la operación, dedicados a prestaciones administrativas del operador respecto del Centro, monto que se condice con los montos referenciales históricos de Centros para estas labores. • <u>Subcriterio 2: Aporte total de cofinanciamiento (25%)</u> La oferta obtuvo una nota 7,00 en este subcriterio, porque la propuesta económica presenta un aporte de cofinanciamiento de un 35,10% superior al 35,00% del costo total de ejecución del Centro. • <u>Subcriterio 3: Aporte pecuniario (25%)</u> La oferta obtuvo una nota de 7,00 en este subcriterio, porque la propuesta económica presenta un aporte pecuniario de un 10,10% superior al 10,00% del costo de cofinanciamiento del Centro.
--	--	--	--	--	--	--

Para constancia, firman:

NOMBRE	CARGO	FIRMA
Felipe Moreno Medina	Profesional de Gerencia de Centros de Desarrollo de Negocio	
Olivia Empraran Ramírez	Profesional de Gerencia de Centros de Desarrollo de Negocio	
Pablo Barahona Gaete	Profesional de Gerencia de Centros de Desarrollo de Negocio	