

**ACTA DE EVALUACIÓN TÉCNICO-ECONÓMICA
CONCURSO PARA OPERADORES DE CENTROS DE DESARROLLO DE NEGOCIOS 2024
SERCOTEC – CENTRO PUENTE ALTO**

En Santiago, con fecha 11 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 Técnico-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:

Nombre	Cargo
Vicente Norambuena Vidal	Ejecutivo de Fomento Dirección Regional Sercotec Región de Tarapacá
Giorgio Lobiano Barría	Profesional de la Gerencia de Centros de Desarrollo de Negocios
Claudia Martinovic Titiro	Profesional de la Gerencia de Centros de Desarrollo de Negocios

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 de admisibilidad de las propuestas:

Región a la que postula	Metropolitana	
Centro al que postula	Puente Alto	
Institución oferente	Corporación Construyendo Mis Sueños	Corporación Santiago Innova
Cumplimiento de requisitos formales (5%)	7,00	7,00
Comportamiento contractual anterior (5%)	1,00	7,00
Evaluación de antecedentes financieros (10%)	3,00	1,00
Subcriterio 1: Indicador de liquidez (50%)	5,00	1,00
Subcriterio 2: Relación deuda patrimonio (50%)	1,00	1,00
Experiencia de la entidad oferente en servicios similares (10%)	7,00	7,00
Subcriterio 1: Experiencia en proyectos similares (40%)	7,00	7,00
Subcriterio 2: Experiencia a nivel regional (60%)	7,00	7,00
Propuesta Técnica (40%)	5,30	6,70
Subcriterio 1: Diagnóstico territorial y lineamientos estratégicos (20%)	0,70	1,40
Dimensión 1: Diagnóstico de brechas y oportunidades del territorio del Centro (5%)	3,00	7,00

Dimensión 2: Caracterización territorial (5%)	5,00	7,00
Dimensión 3: Mirada estratégica del Centro (10%)	3,00	7,00
Subcriterio 2: Servicios del Centro y metodología de trabajo (25%)	1,35	1,75
Dimensión 1: Metodología de trabajo en cada segmento de clientes (10%)	3,00	7,00
Dimensión 2: Coherencia de los servicios complementarios y adicionales del Centro (15%)	7,00	7,00
Subcriterio 3: Despliegue y estrategia de articulación territorial (30%)	1,50	2,10
Dimensión 1: Despliegue territorial (10%)	5,00	7,00
Dimensión 2: Estrategia de articulación territorial y desarrollo del ecosistema local de emprendimiento e innovación (20%)	5,00	7,00
Subcriterio 4: Elementos diferenciadores del operador (25%)	1,75	1,45
Dimensión 1: Estrategias para potenciar el trabajo en equipo y para el desarrollo profesional (10%)	7,00	7,00
Dimensión 2: Plan de monitoreo y gestión del Centro (15%)	7,00	5,00
Ubicación e Infraestructura (10%)	6,00	6,00
Presupuesto y aportes de cofinanciamiento (20%)	7,00	7,00
Subcriterio 1: Coherencia y pertinencia de la propuesta técnica y plan de gastos (50%)	7,00	7,00
Subcriterio 2: Aporte total de cofinanciamiento (25%)	7,00	7,00
Subcriterio 3: Aporte pecuniario (25%)	7,00	7,00
Nota Final	5,52	6,18

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 Santiago Innova	Metropolitana	Puente Alto	6,18	Recomendado	<p>Criterio 1: Cumplimiento de requisitos formales (5%) El oferente obtiene nota 7,00, porque presenta todos los antecedentes solicitados dentro del plazo establecido.</p> <p>Criterio 2: Comportamiento contractual anterior (5%) El oferente obtiene nota 7,00, porque no se han aplicado sanciones por faltas menos graves, graves o gravísimas durante los últimos cinco años, contados desde la fecha de cierre, conforme al registro de Gerencia de Centros.</p> <p>Criterio 3: Evaluación de antecedentes financieros del oferente (10%) La oferta obtuvo nota 1,00 como nota ponderada del criterio dado que:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nota del indicador de liquidez: 1,00 dado que la liquidez de la institución corresponde a 1,16, siendo menor a 1,5 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 12,60, siendo entonces superior a 1 en su relación Deuda Patrimonio. <p>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:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Subcriterio 1: Experiencia en proyectos similares (40%) La oferta obtuvo nota 7,00 dado que presenta 23 proyectos relevantes similares en los últimos 3 años, contados desde el cierre de recepción de propuestas, las cuales se resumen a continuación: <ol style="list-style-type: none"> 1. Operador Centro de Negocios La Florida, Sercotec (2020 - 2024) 2. Operador Centro de Negocios Santiago, Sercotec (2021 - 2024) 3. Operador Centro de Negocios Concepción, Sercotec (2020 - 2024) 4. Operador Centro de Negocios Ñuñoa, Sercotec (2020 - 2024) 5. Operador Centro de Negocios Las Condes, Sercotec (2020 - 2024) 6. Operador Centro de Negocios Puente Alto, Sercotec (2020 - 2024) 7. Operador Centro de Negocios Colina, Sercotec (2021 - 2024) 8. Operador Centro de Negocios Estación Central, Sercotec (2020 - 2024) 9. Agente Operador Corfo. Seguimiento Semilla Inicia (2021 - 2024)

						<ol style="list-style-type: none"> 10. Agente Operador Corfo. Seguimiento financiero Hotspot (2023) 11. Agente Operador Corfo. Seguimiento Financiero Viraliza Etapa Temprana (2022 - 2023) 12. Agente Operador Corfo. Seguimiento Financiero Viraliza Internacional (2022 - 2023) 13. Agente Operador Corfo. Seguimiento Financiero Viraliza TD (2021 - 2022) 14. Programa Potencia para incubadoras de negocios tecnológicos, CORFO (2019 - 2024) 15. Gestión y Administración Incubadora Negocios Santiago Innova, CORFO (2014 - 2022) 16. Apoyo Iniciativas Productivas Norte, FOSIS (2021-2022) 17. Apoyo Iniciativas Productiva Poniente, FOSIS (2021-2022) 18. Emprendamos Semilla, 12 proyectos similares de FOSIS (2023-2024) 19. Yo Emprendo Semilla, 10 proyectos similares de FOSIS (2022-2023) 20. Emprendamos, 3 proyectos similares de FOSIS (2022-2023) 21. Yo Emprendo Semilla SSYO, 9 proyectos similares de FOSIS (2021-2022) 22. FIC R BIP 40037333 1creative Box, GORE Metropolitano (2022-2023) 23. Folio 637103 Mercado Creativo SI Fondart, FONDART (2022-2023) <ul style="list-style-type: none"> ● Subcriterio 2 Experiencia en proyectos a nivel regional (60%) La oferta obtuvo nota 7,00, dado que presenta 22 proyectos similares, en la región donde postula, en últimos 3 años, contados desde cierre de recepción de ofertas, las cuales se resumen a continuación: <ol style="list-style-type: none"> 1. Operador Centro de Negocios La Florida, Sercotec Región Metropolitana (2020 - 2024) 2. Operador Centro de Negocios Santiago, Sercotec Región Metropolitana (2021 - 2024) 3. Operador Centro de Negocios Ñuñoa, Sercotec Región Metropolitana (2020 - 2024) 4. Operador Centro de Negocios Las Condes, Sercotec Región Metropolitana (2020 - 2024) 5. Operador Centro de Negocios Puente Alto, Sercotec Región Metropolitana (2020 - 2024) 6. Operador Centro de Negocios Colina, Sercotec Región Metropolitana (2021 - 2024) 7. Operador Centro de Negocios Estación Central, Sercotec, RM (2020 - 2024) 8. Agente Operador Corfo. Seguimiento Semilla Inicia, Región Metropolitana (2021 - 2024) 9. Agente Operador Corfo. Seguimiento financiero Hotspot Región Metropolitana (2023) 10. Agente Operador Corfo. Seguimiento Financiero Viraliza Etapa Temprana (2022 - 2023) 11. Agente Operador Corfo. Seguimiento Financiero Viraliza Internacional (2022 - 2023) 12. Agente Operador Corfo. Seguimiento Financiero Viraliza TD (2021 - 2022) 13. Programa Potencia para incubadoras de negocios tecnológicos, CORFO (2019 - 2024) 14. Gestión y Administración Incubadora Negocios Santiago Innova, CORFO (2014 - 2022) 15. Apoyo Iniciativas Productivas Norte, FOSIS, Región Metropolitana (2021-2022) 16. Apoyo Iniciativas Productiva Poniente, FOSIS, Región Metropolitana (2021-2022) 17. Emprendamos Semilla, 12 proyectos similares de FOSIS, RM (2023-2024) 18. Yo Emprendo Semilla, 10 proyectos similares de FOSIS, RM (2022-2023) 19. Emprendamos, 3 proyectos similares de FOSIS, Región Metropolitana (2022-2023) 20. Yo Emprendo Semilla SSYO, 9 proyectos similares de FOSIS, RM (2021-2022) 21. FIC R BIP 40037333 1creative Box, GORE Metropolitano, RM (2022-2023) 22. Folio 637103 Mercado Creativo SI Fondart, FONDART, RM (2022-2023)
--	--	--	--	--	--	---

					<p>Criterio 5: Propuesta Técnica (40%) La oferta obtuvo nota 6,70 como nota ponderada del criterio, dado por las siguientes dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Subcriterio 1: Diagnóstico territorial y lineamientos estratégicos (20%) La oferta obtuvo 1,40 puntos en este subcriterio, dado por las siguientes dimensiones: <p>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:</p> <p>La oferta CUMPLE con los 6 elementos que componen esta dimensión:</p> <p>→ Elemento 1: Analiza los elementos económicos, sociales y medioambientales del territorio cubierto por el CDN. La oferta cumple, porque desarrolla un análisis integral del territorio que deberá cubrir el centro, caracterizando sus segmentos económicos predominantes, la población de interés, donde se analiza el empleo creado y se relevan los niveles de pobreza presentes en el territorio. Se releva que el territorio presenta características urbano-rurales extensas, con conectividad regular. En los aspectos económicos el territorio presenta de acuerdo al Índice de Complejidad Económica (ECI) que Puente Alto cuenta con índice más positivo que las comunas rurales, todo lo cual provoca desafíos estructurales por la falta de diversificación económica; oportunidad para mejorar competitividad, acceso a mercados, diversificación y desarrollo de economías locales. En lo social, el territorio presenta significativas brechas sociales en ingresos, pobreza y desigualdad de género. En ámbito medioambiental existe baja adopción de prácticas sostenibles que impacta la competitividad de productos locales en mercados internacionales, a la vez de una profunda crisis hídrica de la cual las mipymes requieren hacerse cargo.</p> <p>→ Elemento 2: Identifica de forma clara brechas, fortalezas y/o oportunidades del territorio. El oferente cumple, porque plantea una estructura de brechas del territorio y sus potencialidades, con un claro análisis territorial, por comuna y por rubros, vocaciones y población. Además, se identifican de forma clara las brechas, fortalezas y/o oportunidades del territorio. Se realiza un diagnóstico donde se indica que el territorio presenta un alto potencial económico empresarial gracias a características urbano-rurales, riquezas naturales y la presencia de rubros económicos diversos y tradicionales (comercio, servicios, manufactura y agroturismo), con brechas que apuntan a un desarrollo poco consolidado e integrado a vocaciones productivas, un desarrollo empresarial que requiere desarrollar competencias de liderazgo sobre todo en mujeres, precario uso de tecnologías y vinculación con ecosistema de fomento, escaso ingreso a nuevos mercados y baja adopción de prácticas y modelos sostenibles. Las brechas y oportunidades priorizadas son en torno a competitividad, desarrollo de cadenas de valor, género, promoción de polos de desarrollo y vocaciones productivas. Luego se identifican 3 (tres) brechas y oportunidades del territorio: 1.- Empresas con baja competitividad e integración a cadenas de valor. 2.- Pobreza multidimensional y desigualdad de ingresos, genera brecha de género para emprender y 3.- Empresas con bajo desarrollo empresarial y débil asociatividad de vocaciones productivas.</p>
--	--	--	--	--	--

						<ul style="list-style-type: none"> → Elemento 3: Vincula el diagnóstico con datos cuantitativos con fuentes. El oferente desarrolla análisis basado en distintas fuentes de información, tanto fuentes primarias como secundarias. Señala datos cuantitativos del INE 2024, Sernatur 2023, Índice de Complejidad Económica, Encuesta EME, Estrategia de Desarrollo Regional (EDR) 2025-2035, ODEPA 2023, entre otros. → Elemento 4: Vincula el diagnóstico con estrategias territoriales (ERD, Pladecos u otros) y/o estrategias/planes de sostenibilidad/acción climática. El oferente cumple, porque además de justificar con datos provenientes del INE y SERNATUR, vincula el diagnóstico territorial con la Estrategia Regional de Desarrollo del Gobierno Regional (ERD) 2025-2035 y Pladecos de las comunas a atender. → Elemento 5: Prioriza brechas y/o oportunidades, estas brechas son abordadas en la propuesta estratégica del CDN. La oferta prioriza 3 brechas: Brecha 1: Empresas con baja competitividad e integración a cadenas de valor, Brecha 2: Disminución de brecha de género para emprender, y Brecha 3: Empresas con bajo desarrollo empresarial y débil asociatividad de las vocaciones productivas, las que se abordan a través de actividades pertinentes al que hacer de los centros. → Elemento 6: Las dimensiones priorizadas son factibles de abordar y orientadas al quehacer del Centro. La oferta cumple porque para cada ámbito de brechas y oportunidades priorizados, señala cuál es la oportunidad para el territorio, indicando cómo a través de los servicios del centro se lograrán gestionar, además de contribuir a la mitigación. También indican la forma de cómo hacer factible su abordaje. Propone para brecha 3: Apertura de Nuevos Mercados (Espacio de comercialización) Articulación para creación de redes empresariales del territorio, creación de clúster sectoriales Encadenamiento rubro turismo -gastronomía y patrimonio, Generación de ecosistemas de fomento y clúster sectoriales, Asesoría Especializada, Encuentros empresariales para potenciar la asociatividad, Escuela con temática Género, Encadenamiento rubro Turismo y comercio, Espacios de comercialización local, Posicionamiento de rubros con vocaciones productivas, Apoyo a trabajo asociativo en turismo, Desarrollo turístico sostenible (Relatorías temática turismo), Desarrollo de Turismo consciente, Rediseño de Modelos de Negocios de cooperativas, Liderazgo y Gobernanza. Para brecha 2: Seminario y encuentro temático (Innovación en los negocios y marketing efectivo), Apertura de Nuevos Mercados (Espacio de comercialización) Escuela de Fortalecimiento femenino, Alumnos en práctica, clínicas empresariales y capacitaciones. Para Brecha 1: Innovación Rediseño de Modelos de Negocio del rubro agroturismo, Elaboración de rutas turísticas, Mentorías para desarrollar polos de desarrollo con identidad local, Asesorías especializadas Programa Marketing e Identidad visual, Transformación Digital Aplicaciones multiplataforma: Mobile, escritorio web, etc. (Página web) e Identidad Visual, Asesoría en elaboración de catálogos digitales a 10 clientes, Apertura de Nuevos Mercados (Espacio de comercialización) Seminario y encuentro temático (Innovación en los negocios y marketing efectivo), Relatoría para cooperativas, temática en Financiamiento, vinculación, Incorporación de procesos de transformación digital e innovación. Nuevos mercados digitales, Plataforma en expansión en la región. Capacitación en el uso de eficiencia energética; asesoría especializada en modelo de negocios sustentables, Asesoría especializada valorización de proyecto para acceder a capitales ángeles (modelo de
--	--	--	--	--	--	---

					<p>riego y valorización de empresas). Plataforma digital de inversiones (acceso a financiamiento - asesoría) Seminario: Asesoría especializada en finanzas y adopción de prácticas sostenibles. Docentes mentores -relatores (2), 40 horas cada uno Áreas Administración de empresas y Contabilidad. Asesorías Especializadas a 6 clientes. Metodología A+5 con estudiantes del último año de carrera Áreas Administración de empresas y Contabilidad Docente Relator Curso de capacitación de Marketing.</p> <p>Dimensión 2: Caracterización territorial (5%) La oferta obtuvo una nota de 7,00 en esta dimensión, dado por los siguientes elementos:</p> <p>La oferta CUMPLE con los 4 elementos que componen esta dimensión:</p> <p>→ Elemento 1: Analiza por cada comuna de atención, cuáles son los principales clientes potenciales del Centro. El oferente cumple, porque analiza por cada comuna de atención (Puente Alto, Pirque, Buin y Paine), los principales clientes potenciales del Centro (N3, N2, N1 y grupos pre cooperativos y cooperativas). Para la comuna de Puente Alto indica que las empresas principalmente del sector comercio, servicios (salud, educación, entretenimiento), tecnología y manufactura (orfebrería, joyería y artesanía de alta calidad representa 8% de la comuna). El 26% de los clientes de Puente Alto atendidos por el CDN (2024), son de manufactura (orfebrería, bisutería, papelería, panadería, pastelería y pequeña producción artesanal) y el 20 % de comercio (tiendas minoristas, minimarket, ferreterías, bazar, pastelerías y panaderías, centros de belleza, peluquerías, spa, tiendas de cosméticos, etc.). En Pirque se releva que las empresas son principalmente del sector comercio, servicios y manufactura, el turismo y agroturismo actividades en potencia, representa el 5% de la vocación productiva (oportunidad para el CDN), destacan sectores en consolidación de restaurantes, cafeterías, artesanía, guías turísticos y alojamientos. Los apicultores, productores de quesos y viveros han integrado el agroturismo, la ganadería, (bovina, caprina y ovina) con la producción de quesos y derivados tiene potencial de nicho. La mayoría de las empresas están formalizadas como personas naturales o EIRL, con pocos trabajadores contratados formalmente. Con Enfoque en la identidad rural, patrimonial y los recursos naturales, (Parque Río Clarillo y sectores patrimoniales). En Buin, el foco está en empresas agrícolas, con producción de alimentos, agro turismo y derivados, comercio y manufactura, (esta actividad representa el 30% de la actividad comunal). Alto potencial del rubro agro turístico y trabajo con grupos precooperativos, lo que permitiría la formación de cooperativas para fortalecer la comercialización y competitividad. La actividad silvoagropecuaria se complementa con el turismo, impulsado por las viñas del valle del Maipo, convierte a Buin en un territorio con vocación turística, especialmente por sus ofertas de cata y degustación de vinos y licores. Mientras que, en Paine, las empresas son principalmente del sector comercio, servicios, manufactura, turismo y agroturismo, rescate de tradiciones rurales, destaca por sus actividades agrícolas, con énfasis en la fruticultura uno de los principales abastecedores de la RM en frutas y verduras. El comercio sector más representativo, la viticultura y el turismo rural están con alto potencial por la laguna de Acúleo</p>
--	--	--	--	--	--

						<p>(Rangue, Pintúe), la reserva de Altos de Cantillana, y el sector Huequén, conocido por su producción de uvas y grandes viñedos. Oportunidades para desarrollar negocios sustentables con identidad local y presencia incipiente de cooperativas de turismo rural.</p> <p>→ Elemento 2: Presenta una caracterización completa de dichos segmentos, de acuerdo a variables demográficas, económicas y sociales. El oferente cumple, presenta caracterización detallada de los segmentos de clientes del programa, de acuerdo a variables demográficas, económicas y sociales con datos de las 2 MDS. Además, incorpora en su análisis territorial, por cada comuna y diagnóstico, la caracterización de la población objetivo. En particular analiza los N1 y grupos pre-cooperativos emprendedor/a de sector urbano rural, con idea de negocio, sin evaluación técnica y financiera. Con venta informal de rubros comercio, servicios y manufactura. Principalmente mujeres (30 a 54 años), sin capital inicial (por ej. los caracteriza en Puente Alto, como segmento no priorizado). Segmento N2 y Cooperativas Negocios formalizados, principalmente unipersonales, Manufactura, Comercio, Turismo y servicios. Liderado por hombres y mujeres de sectores urbano -rural, de tramo de edad (30 a 54 años) hombres y mujeres con habilidades digitales. (por ejemplo, los caracteriza en Puente Alto como, del rubro comercio, servicios, salud, educación, entretenimiento, tecnología, manufactura, orfebrería, joyería y artesanía y comercio minorista, empresas de servicios diseño y comercio y empresas lideradas por personas de pueblos: Manufactura y gastronomía, la comuna tiene 10% de personas de pueblos originarios de la RM, rubro con bajo nivel de desarrollo.) N3 y Cooperativas con alto potencial de crecimiento son profesionales hombres y mujeres con estudios profesionales o técnicos edad 35 a 55 años, que lideran Empresas conformada, buscan crecer. Independientes, con interés en expandir en nuevos mercados y ganar reconocimiento. Valoran la innovación, la flexibilidad y la adaptabilidad ante cambios del mercado. Sectores principalmente urbanos (por ejemplo, los caracteriza en Puente Alto como rubro comercio, manufactura ligera, y servicios; cooperativas formalizadas que operan en sectores de trabajo y servicios, con potencial para crecer y aumentar significativamente impactos económicos (ventas, empleo y sostenibilidad socioambiental). Identifican comercio establecido, restaurantes, cafeterías, farmacias, empresas no convencionales, servicios de diseño, tecnología, innovación ambiental y digitalizados y cooperativas con una vasta base societaria.</p> <p>→ Elemento 3: Describe las necesidades y brechas existentes de los segmentos identificados. El oferente cumple, porque indica las necesidades y brechas del público objetivo por cada comuna y cada segmento de clientes, pertinentes al trabajo y gestión del Programa y como pretenden abordarlas, desde los servicios del Centro. En términos generales, las necesidades y brechas identificadas por comuna son: para Puente Alto, se indica como necesidades el rediseño del modelo de negocio, mejorar competitividad, fortalecimiento de capacidades empresariales, acceso a recursos clave, innovación, comercialización, digitalización, cumplimiento normativo, acceso a financiamiento y sostenibilidad, entre otras. De segmentos N3, N2 y N1 se identifican subsegmentos. Para Pirque se identifica como brecha el acceso a la digitalización, mejorar estrategias de producción y canales de ventas para competir en mercados más amplios, acceso a financiamiento y bancarización, mejorar competitividad, adopción de Prácticas sostenibles y</p>
--	--	--	--	--	--	--

					<p>Modelo de negocios sustentables. Formalización (57 %, de ventas informales), potenciar trabajo asociativo en turismo y rubros complementarios. Existen barreras para obtención de permisos municipales (patentes comerciales), registros en Sernatur y resoluciones sanitarias, lo cual limita la formalización y expansión del turismo local. En Buín, las necesidades detectadas son desconocimiento y escasa vinculación con la red de fomento, acceso a financiamiento y bancarización, ingreso a nuevos mercados, mejora de la competitividad, imagen con identidad local y estrategias en sustentabilidad. Número significativo de emprendimientos iniciados por necesidad (con potencial y poco desarrollo), mercado limitado. Y en Paine, las necesidades detectadas son apoyo en sostenibilidad y gestión ambiental en grupos cooperativos, promoción del turismo rural, acceso a nuevos mercados, vinculación y financiamiento, mejora de competitividad e Imagen Corporativa. De segmentos N3, N2 y N1 se identifican subsegmentos; Negocios tradicionales, Negocios innovadores; según nivel de formalización, nivel de desarrollo, con potencial de transformación digital, por rubro y liderados por mujeres.</p> <p>→ 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 proponente cumple, porque plantea un programa llamado Ruta para emprender, que inicia con un diagnóstico y capacitación, además de canales de derivación a socios estratégicos. Por otro lado, se compromete que el 20% de mujeres genera impacto por primera emisión de boleta. Y consolida el diagnóstico relevando las características y necesidades de los principales segmentos a saber: para el segmento N1, en términos generales tienen como necesidad evaluación de MPV, creación de empresas, desarrollo de competencias empresariales. Conocer la red de fomento, acceso a financiamiento y bancarización, modelo de lean Canvas, propuesta de valor, canales comercialización, estrategias de marketing. Asesoría legal, contable y de negocios a fin de formalizar en el corto plazo previo diagnóstico inicial para dar cumplimiento a cobertura 80/20 clientes N3, N2 v/s N1. Aun así, por las características del territorio este segmento genera gran demanda, por lo cual se divide en dos subsegmentos: a. Idea de negocio con bajo desarrollo: Emprendedores con idea incipiente, requieren acompañamiento y programas de capacitación focalizados. Y emprendedores/as y grupos precooperativas con proyección: idea clara y con producto mínimo viable (PMV), interesados en desarrollar trabajo asociativo y colaborativo. Principalmente rubro alimentos, pastelería, artesanía y servicios. Con esta caracterización reviste valor y se justifica la intervención del centro, la cual aportará al desarrollo de empresas más competitivas, generación de ecosistemas, ampliación de nuevos mercados y disminución de brechas detectadas. Para el segmento N2, se relevan como necesidades detectadas, apoyo en sostenibilidad y gestión ambiental en grupos cooperativos, promoción del turismo rural, acceso a nuevos mercados, vinculación y financiamiento, mejora de competitividad e Imagen Corporativa. Mejorar Competitividad: Integración en cadenas de valor mediante alianzas estratégicas y expansión de mercado. Implementación de soluciones de Transformación Digital para optimizar operaciones y ampliar presencia. Acceso a mercados competitivos, cumplimiento de normativas legales y capacitación en marketing digital avanzado, tecnología de gestión empresarial y estrategias de ventas.</p>
--	--	--	--	--	--

						<p>Acceso a financiamiento para expansión, generación de encadenamientos productivos y redes colaborativas con medianas y grandes empresas. Para los N3, se indica la necesidad de acceder a mercados competitivos, optimización de la gestión empresarial, innovación y diversificación, acceso a financiamiento, redes colaborativas, cumplimiento normativo, implementar políticas de Sostenibilidad y Responsabilidad social Empresarial. Generar Encadenamiento productivo, internacionalización, asociatividad. Dinamizar impactos económicos-sociales, capacitación y desarrollo. Para las cooperativas, educación en cooperativismo (Ley-reglamentación) Búsqueda de integración laboral/social. Generación de cadenas cortas de comercialización entre la zona rural y urbana. Organización asociativa. Gerenciamiento y gestión cooperativa. Modelos de negocios creativos, innovadores y de alto valor social/ambiental/económico. Creación de una propuesta laboral conjunta e inclusión sociolaboral. Fijación de costos y negociación socio proveedor de cooperativas agrícolas. Alianzas estratégicas con medianas y grandes empresas.</p> <p>Dimensión 3: Mirada estratégica del Centro (10%) La oferta obtuvo una nota de 7,00 en esta dimensión, dado por los siguientes elementos:</p> <p>La oferta CUMPLE con los 6 elementos que componen esta dimensión:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Elemento 1: Vincula las brechas y oportunidades priorizadas en el diagnóstico con los objetivos de desarrollo sostenible y la agenda 2030 de Chile. La oferta cumple, porque para cada brecha priorizada, identifica distintos Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) a los que tributa, como: ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico, ODS 5: Igualdad de género, ODS 12: Producción y consumo responsable, y ODS 17: Alianzas 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. La oferta cumple porque para cada brecha priorizada en diagnóstico territorial propone un conjunto de servicios referidos a asesoría integral con foco en impactos, capacitación focalizada, actividad asociativa, y espacios de comercialización, alineados con los ejes estratégicos del programa de Centros, desarrollo de ecosistemas de emprendimiento e innovación, encadenamientos productivos para ingreso a mercados competitivos, sostenibilidad, y asociatividad y cooperativismo. → Elemento 3: Propone variedad servicios/oferta programática del CDN (asesoría generalista, asesoría especializada, programas de capacitación, seminarios, acciones asociativas, entre otros). La oferta cumple, porque menciona un conjunto de servicios, como: asesoría integral con foco en impactos y competitividad, asesorías grupales y especializadas, mentorías (Red de Mentores CDN), pasantías empresariales, programas focalizados por rubros, encuentros para fortalecer asociatividad, espacios en nuevos mercados, eventos para potenciar cooperativismo, pasantías entre cooperativas del centro y casos de éxito (Capel, Coopeuch, Colun, etcétera), conversatorios sectoriales "MIPE inclusiva", entre otros. → Elemento 4: La propuesta de servicios presenta estrategia de cómo se articulará con entidades públicas, privadas y académicas. La propuesta cumple, porque para cada brecha priorizada identifica socios estratégicos de sector privado (Banco de Chile, BCI, Centro de Economía Social
--	--	--	--	--	--	---

					<p>y Cooperativa, CIESCOOP; Latinoamérica Verde; Comercio Digital Tienda Nube; BlackFriday; Marketplace; Falabella; Ripley; Mall Plaza, Mujeres del Pacifico, Emprendedoras de Chile, y Cámaras de Comercio Puente Alto y Paine), academia (U. Autónoma; UTEM; Duoc, Inacap, UGM, y U. Mayor), y sector público (Banco Estado; Municipios; SII; SERNATUR; INDAP-PRODESAL, CORFO, MARCA CHILE, PROCHILE, SII, Chile Compra, IDMA, DAES, SERNAMEG), con quienes se articulará en trabajo colaborativo con actores del ecosistema local de emprendimiento mediante la generación de redes asociativas, la creación de stakeholders empresariales para identificar nuevos mercados, desarrollo de encadenamientos productivos y espacios de colaboración entre MYPES y empresas mediana y grandes.</p> <p>→ 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. La oferta cumple, porque cuantifica y define cada indicador propuesto para cada brecha priorizada a abordar en el plan estratégico, como por ejemplo: 20% de empresas que adoptan prácticas sostenibles vinculado a capacitaciones en prácticas sustentables, 15% de Empresas que adoptan tecnologías en sus negocios, 20% de encadenamientos productivos, 15% Bancarización empresarial e inversión, 10% de incremento en el número de mujeres que formalizan sus negocios vinculados a capacitación en proceso de formalización, 5 de grupos pre cooperativos y 3 Cooperativas formalizadas, 10 actividades de encadenamiento productivo entre clientes, 8 Espacios de comercialización colaborativos, y 4 Stakeholders Territoriales.</p> <p>→ Elemento 6: Explicita de forma coherente cómo dicho plan estratégico permitirá contribuir a la sostenibilidad económica de MIPES y Cooperativas, a través de instalación de capacidades de gestión empresarial y articulación del ecosistema empresarial local. La propuesta cumple, porque menciona que la estrategia de trabajo se enfocará en creación de resultados sostenibles, potenciando emprendimientos femeninos y rurales, y fomentando la colaboración y redes para la comercialización. Además, considera abordar un desarrollo territorial y sostenible en base a la Agenda 2030, tanto a nivel de la gestión del Centro como de los/as clientes/as y el territorio.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Subcriterio 2: Servicios del Centro y metodología de trabajo (25%)</u> La oferta obtuvo 1,75 puntos en este subcriterio, según las siguientes dimensiones. <p>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:</p> <p>La oferta CUMPLE con los 5 elementos que componen esta dimensión:</p> <p>→ Elemento 1: Explicita una estrategia de captación/tracción por cada tipo de cliente de acuerdo con su realidad. El oferente cumple, porque indica cómo a través de los servicios irá cubriendo los diversos ámbitos de trabajo para cada tipo y segmento de cliente, según modelo de Centros. Para los N3, se proponen campañas informativas en redes sociales y medios locales, email marketing con información de actividades del Centro, posicionamiento con otras entidades del sector público, linkedin y presencia en eventos y webinars. Para los N2, se propone Marketing</p>
--	--	--	--	--	---

						<p>de contenido, videos casos de éxito-tutoriales.email marketing con información de actividades del Centro, actividades con redes empresariales y asociaciones de exportadores. Para los N1, Publicidad en redes sociales y plataformas de emprendimiento. Difusión de servicios del Centro con socios estratégicos. Charlas y talleres en universidades y espacios de Cowork. Recomendado por algunos clientes Marketing de contenido, videos. Se indicó que la estrategia de trabajo en este segmento es relevante en el sentido que se debe realizar un filtro eficiente desde que se inscribe al contacto hasta que se deriva a reunión inicial con asesor/a. Dado que los/as emprendedores/as se encuentran en etapas incipientes o que en su foco cercano no se encuentra formalizar negocio. Es un segmento de emprendedores/as con bajo nivel de desarrollo, se deben derivar al programa de capacitación del CDN, derivación responsable.</p> <p>→ 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. El oferente cumple, porque identifica por cada segmento de clientes un objetivo y distintos servicios, por ejemplo, en el caso de los clientes N3, menciona que la estrategia de intervención estará focalizada en captar la participación. En el caso de los N2, destaca el plan de capacitación, derivación de potenciales empresas establecidas, charlas informativas de servicios y oferta de Sercotec. En el caso de los N1, se puede mencionar una estrategia de trabajo de realizar un filtro eficiente desde que se inscribe al contacto hasta que se deriva a reunión inicial con asesor/a, dado que los/as emprendedores/as se encuentran en etapas incipientes o que en su foco cercano no se encuentra formalizar negocio, y es un segmento de emprendedores/as con bajo nivel de desarrollo, se deben derivar al programa de capacitación del CDN, derivación responsable academia de emprendedores/as con socios/as estratégicos. En caso de cooperativas, menciona actividades de vinculación entre cooperativas, y asesorías grupales y especializadas, entre las principales acciones.</p> <p>→ 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). El oferente cumple porque indica que, en el marco de la prestación de los servicios, se pueden resumir: encuentros empresariales, eventos de networking en ferias empresariales, actividades para formación de ecosistema empresarial y clúster, como los principales.</p> <p>→ 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 logra la coherencia mediante un trabajo diferenciado de atención para cada grupo de clientes, en base al diagnóstico presentado, con identificación de las brechas y las oportunidades de forma priorizada, como asimismo su conexión y pertinencia en la prestación de servicios y forma de cómo abordar los focos de trabajo indicados.</p> <p>→ 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</p>
--	--	--	--	--	--	--

					<p>ecosistemas. El oferente cumple, porque explícitamente desarrolla un marco diferenciado de atención y prestación de servicios para cada segmento de clientes definidos por el programa, en donde, por ejemplo: (1) Clientes N3 mencionan campañas informativas en redes sociales y medios locales. -Marketing de contenido para la atracción de clientes, Asesorías personalizadas y especializadas en crecimiento y expansión en cuanto a los servicios de asesoría, y Eventos de Networking en ferias empresariales, Actividades de capacitación sobre sostenibilidad y economía circular, y Academia de inteligencia artificial en negocios respecto a actividades grupales. (2) Clientes N2 proponen email marketing con información de actividades del CDN, eventos como webinars temas en tendencias IA, ciberseguridad, RSE, entre otros para la atracción de clientes, respecto a los servicios, mencionan plan de capacitación en digitalización, flujo financiero, gestión y contabilidad tributaria para MIPES, beneficios estatales empresas de menor tamaño, temas legales, entre otros, y respecto a actividades grupales proponen ruedas de negocios, Pasantías Empresariales, Mentorías, Planes de Activación de impactos entre los principales. (3) Clientes N1, en relación a atracción de clientes mencionan Difusión de servicios del Centro con socios estratégicos, Charlas y talleres en universidades y espacios de Cowork, en cuanto a los servicios destacan servicios asociados a la formalización, y en relación a las actividades grupales proponen Encuentros, Workshop empresarial para formalización, Programa Focalizado en desarrollo empresarial, Talleres Modelos de negocios y propuesta de valor, entre otros. (4) En Cooperativas mencionan participación en medios de comunicación locales y regionales, en cuanto a servicios para este segmento, ofrecen un plan de capacitación focalizado en temáticas de gestión y liderazgo para grupos precooperativas y cooperativas, y en relación a actividades grupales mencionan academias especializadas e innovadoras en sus procesos, entre otros.</p> <p>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:</p> <p>La oferta CUMPLE con los 3 elementos que componen esta dimensión:</p> <p>→ Elemento 1: Coherencia: específica y detalla set de servicios complementarios y adicionales que contribuyen a disminuir brechas identificadas y priorizadas por el Centro, en relación con el punto 3.2.2. del Anexo N°5 de Bases. El oferente cumple, porque describe para cada segmento de clientes un conjunto de servicios que buscan disminuir la brechas priorizadas, en caso de clientes N1 menciona: Seminarios con temáticas de financiamiento, Ruta de emprender, escuela fortalecimiento femenino, workshop, modelo de negocios, elevator pitch, networking local, para abordar necesidades de creación de empresa, desarrollo de competencias empresariales, conocer redes de fomento, acceso a financiamiento y bancarización, imagen corporativa, canales de comercialización, estrategias de marketing, entre otros. En el caso de clientes N2 mencionan Ruedas de negocios, Asesorías especializadas con socios estratégicos, red de mentores, encuentro empresarial sostenible, para abordar el acceso a financiamiento para expansión, generación de encadenamientos productivos y redes. Para N3 ofrecen Ruedas</p>
--	--	--	--	--	--

						<p>de negocios, networking, Speed mentory, asesorías especializadas con socios estratégicos, red de mentores, pasantía empresarial, con el objetivo de abordar las necesidades de acceso a mercados competitivos, optimización de la gestión empresarial, innovación y diversificación, acceso a financiamiento, redes colaborativas, y cumplimiento normativo.</p> <p>→ 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 oferta cumple con lo solicitado, porque presenta cartas de aportes de los aliados estratégicos: Los Municipios de Puente Alto, Buin y Pirque contribuyen con espacios de comercialización, articulación para la creación de redes empresariales y encadenamientos en el rubro del turismo, UTEM, DUOC Alonso Ovalle, DUOC La Florida, contribuyen con mentorías para desarrollar polos de desarrollo con identidad local, asesoría en elaboración catálogos digitales, seminarios y encuentros temáticos en innovación en negocios y marketing efectivo, CIESCOOP aportará en realizar relatoría para cooperativas en temática de financiamiento, vinculación, Tienda NUBE aporta con incorporación de procesos de transformación digital y de innovación., IDMA contribuye con Capacitación en el uso de eficiencia energética; asesoría especializada en modelo de negocios sustentables y Adopción de prácticas sostenibles en eficiencia energética y energías renovables, mientras que Venture Capital Group en asesoría especializada en temas de valorización de proyecto para acceder a capitales, y la Univ. Autónoma y Univ. MAYOR contribuyen en Alumnos en práctica, clínicas empresariales y capacitaciones, entre otros .</p> <p>→ Elemento 3: Cartas de aportes: El oferente presenta cartas de compromiso de aportes propios o terceros para más de 10. La oferta cumple, propone más de 10 servicios complementarios con sus respectivas cartas de aportes de respaldo, tales como municipios de Puente Alto, Pirque, Buín y Paine (8 servicios), UTEM (3 servicios), DUOC (5 servicios), CIESCOOP (2 servicios), entre otros.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Subcriterio 3: Despliegue y estrategia de articulación (30%)</u> La oferta obtuvo 2,10 en este subcriterio, según las siguientes dimensiones: <p>Dimensión 1: Despliegue territorial (10%) La oferta obtuvo una nota de 7,00 en esta dimensión, dado por los siguientes elementos:</p> <p>La oferta CUMPLE con los 4 elementos que componen esta dimensión:</p> <ul style="list-style-type: none"> → 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 la oficina central (actuales dependencias) ubicada en Ernesto Alvear 177, comuna de Puente Alto y puntos de atención en Centro Cultural de Paine, Duoc Pirque, Municipalidad de Paine, Municipalidad de Puente Alto, y estos puntos de atención abordan la totalidad de las comunas de cobertura del Centro indicadas en anexo 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,
--	--	--	--	--	--	---

					<p>porque la propuesta para cada punto de atención incluye las cartas de apoyo y/o aportes de los municipios e instituciones en los cuales estarán ubicados.</p> <p>→ 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 presenta un punto de atención en la Municipalidad de Puente Alto, otro en Centro Cultural de Paine, Duoc Pirque y Municipalidad de Paine, todos en dependencias de socios estratégicos como valor agregado de la propuesta, los cuales constan en cartas de apoyo.</p> <p>→ 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 cumple porque menciona que, para asegurar la cobertura en las comunas del territorio atendido, Puente Alto, Pirque, Buin, Paine, identifican ejes de trabajo colaborativo con actores de los territorios, coordinación para la ejecución de actividades de impacto a Mypes y territorialidad, y mirada con énfasis en vocaciones productivas y desarrollo de ecosistemas. Considerando lo anterior, el despliegue territorial responde a características de cada comuna, indicando días y horarios de funcionamiento.</p> <p>Dimensión 2: Estrategia de articulación territorial y desarrollo del ecosistema local de emprendimiento e innovación (20%) La oferta obtuvo una nota de 7,00 en esta dimensión, dado por los siguientes elementos:</p> <p>La oferta CUMPLE con los 5 elementos que componen esta dimensión:</p> <p>→ Elemento 1: Se propone estrategia de desarrollo del ecosistema de emprendimiento e innovación del CDN coherente con las brechas identificadas en diagnóstico, incluye hitos y actividades, entre ellas, encuentros de trabajo para el Desarrollo Productivo Sostenible del territorio. El oferente cumple, porque menciona articulación con actores claves del ecosistema para realizar acciones de animación del ecosistema local, articulación con instituciones para servicios complementarios, espacios de articulación territorial-sectorial, en coherencia para abordar tres tipos de brechas priorizadas.</p> <p>→ 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 cumple, porque menciona vinculación con actores relevantes del territorio, provenientes del sector público, privado tales como gremios, cámara de comercio de Puente Alto, y de la academia incluye Duoc, UTEM, INACAP, UCSE.</p> <p>→ Elemento 3: Los actores propuestos están relacionados con todos los ejes estratégicos definidos para el CDN. El oferente cumple, porque los actores con los que se articulará entregarán aportes para el Centro, que buscan cubrir los ejes estratégicos del programa, tales como vinculación con el ecosistema, desarrollo económico local, mercado digital emergente con proyección internacional, asesorías en sostenibilidad empresarial que están alineadas con la Agenda 2030 y los ODS, entre las principales.</p>
--	--	--	--	--	--

						<p>→ Elemento 4: Existen cartas de apoyo para al menos el 50% de las vinculaciones propuestas. El oferente cumple, porque presenta cartas de apoyo para el 100% de aportes comprometidos de terceros, por lo que cumple con tener al menos el 50% de las vinculaciones propuestas.</p> <p>→ 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 cumple, porque el Comité Directivo propuesto está compuesto por actores privados, públicos y la academia. Además, los actores privados son el 71% y todos los actores propuestos son Venture Capital, Mall Plaza, UTEM, SERNATUR, Cámara Comercio Puente Alto, Centro internacional de economía social y cooperativa y Emprendedoras de Chile, que son importantes a nivel nacional y regional de acuerdo con brechas priorizadas por el Centro.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Subcriterio 4: Elementos diferenciadores del operador (25%) La oferta obtuvo 1,45 puntos en este subcriterio, según las siguientes dimensiones: <p>Dimensión 1: Estrategias para potenciar el trabajo en equipo y el desarrollo profesional (10%) La oferta obtuvo una nota de 7,00 en esta dimensión, dado por los siguientes elementos:</p> <p>La oferta CUMPLE con los 4 elementos que componen esta dimensión:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Elemento 1: Presenta plan de cómo impulsar el desarrollo profesional. El oferente cumple, porque presenta un plan de desarrollo profesional que abarca el diagnóstico de brechas del equipo, realización de capacitaciones internas y externas en temas variados. → Elemento 2: Identifica beneficios en temas de desarrollo profesional. El oferente cumple, porque presenta un plan profesional donde incluye un programa de salud ocupacional a través de la ACHS, celebraciones de logros y jornadas lúdicas. → Elemento 3: Presenta monitoreo del trabajo en equipo y clima laboral. El oferente cumple, porque menciona monitoreo a través de un diagnóstico, reconocimiento de brechas, academia Centros, encuestas clima laboral, reuniones bilaterales, sesiones de trabajo en equipo, otras. → Elemento 4: La propuesta presenta una propuesta anual de instancias de trabajo en equipo y planificación estratégica. El oferente cumple, porque presenta planificación de jornadas de trabajo en equipo y planificación participativa. <p>Dimensión 2: Plan de monitoreo y gestión del Centro (15%) La oferta obtuvo una nota 5,00 en esta dimensión, dado por los siguientes elementos:</p> <p>La oferta CUMPLE con 3 de los 4 elementos que componen esta dimensión:</p> <ul style="list-style-type: none"> → 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
--	--	--	--	--	--	--

					<p>cumple, en resumen menciona lo siguiente: estrategia del Centro, monitorearán Planificación estratégica (mapa estratégico) y realización de mesas técnicas, en cumplimiento de las metas monitorearán metas del tablero y metas del cuadro de mando, en articulación con el ecosistema monitorearán una estrategia de vinculación territorial, realización de asamblea de socios estratégicos, realización de los eventos claves de la estrategia de vinculación territorial. En gestión comunicacional y experiencia de usuarios de los clientes, monitorearán estrategia y plan de comunicaciones por cada realización de los eventos claves de la estrategia de vinculación territorial, comunicación efectiva de resultados del Centro a socios estratégicos. En Cientes identificarán composición de la cartera de clientes a nivel de Centro y asesores y la captura de impacto económico, monitorearán un plan de capacitación de clientes de acuerdo a los ejes estratégicas y metas, además de definir una estrategia de atención y derivación de clientes, medición de satisfacción de servicios del Centro, tales como capacitación y asesoría, oferta de servicios relacionados a sustentabilidad, generación de impacto económico, además de monitoreo financiero, e infraestructura, relación con el operador y con Sercotec.</p> <p>→ Elemento 2: Periodicidad de cada uno de los ámbitos de monitoreo antes indicados, según el caso. El oferente cumple, porque plantea acciones de seguimiento a nivel mensual, tales como las metas del Centro, como de forma trimestral, respecto a mapa estratégico, cuadro de mando y vinculación territorial.</p> <p>→ Elemento 4: Coherencia del plan de monitoreo con los objetivos del Programa de Centros. El oferente cumple porque en el plan propuesto indica explícitamente el foco del monitoreo de forma concreta, con indicadores relacionados para cada ámbito, basado en los ejes medulares del modelo y lineamientos de trabajo.</p> <p>La oferta NO CUMPLE con 1 de los 4 elementos que componen esta dimensión:</p> <p>→ Elemento 3: Metodología de seguimiento e identifica a los responsables. No cumple, porque si bien presenta frecuencia en la gestión relacionada, no presenta metodologías a utilizar en el seguimiento ni presenta responsable de cada etapa del monitoreo en el plan de monitoreo.</p> <p>Criterio 6: Ubicación e infraestructura (10%) La oferta obtuvo una nota de 6,00, dado por los siguientes subcriterios:</p> <p>La oferta CUMPLE con 7 de los 8 subcriterios que componen este criterio:</p> <p>→ Subcriterio 1: Visibilidad del Centro, tanto para los clientes como para potenciales clientes y usuarios que transitan en su entorno. El oferente cumple, porque presenta visibilidad del Centro desde la calle, la ubicación del centro en Avenida Ernesto Alvear 177, Puente Alto, es visible para los clientes como para potenciales clientes y usuarios que transitan en su entorno.</p> <p>→ 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, dado que el centro ubicado en Avenida Ernesto Alvear 177, Puente Alto, presenta fácil accesibilidad en cuanto a la posibilidad de acceder a través de</p>
--	--	--	--	--	--

					<p>locomoción colectiva con metro cercano al lugar, con paradero de movilización colectiva a una calle donde circula locomoción colectiva desde varios sectores.</p> <p>→ 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, dado que el centro ubicado en Avenida Ernesto Alvear 177, Puente Alto, presenta cercanía del Centro a 600 m del municipio y a unas cuadras de donde se encuentran actores claves y servicios del territorio, academia (Inacap Puente Alto, Duoc UC, CFT Santo Tomas, Universidad Mayor), entidades públicas (Ilustre Municipalidad de Puente Alto, Puente Impulsa Puente Alto, PDI Puente Alto, y Chile Atiende), entidades privadas (Cámara de Comercio y Turismo A.G Puente Alto, Pueblito de las Vizcachas, ACHS Puente Alto, CMPC Papeles Cordillera), comunidad empresarial, instituciones financieras (Banco Estado - Sucursal Puente Alto, Banco Falabella, Banco de Chile, Banco Scotiabank, entre otros).</p> <p>→ 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, dado que el precio del arriendo es de \$1.700.000 mensual, valor dentro de valores de mercado para arriendo de la infraestructura, de acuerdo con valores referenciales presentados en el ANEXO N°3. El arriendo se indica en \$1.700.000.- y el compromiso de arriendo a 3 años con incremento anual de \$100.000, lo que está dentro de los precios de mercado indicados.</p> <p>→ Subcriterio 5 cumple presentan Layout de las instalaciones del Centro en el que identifican recepción, oficinas 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, acceso universal y mudador. El centro está actualmente en funcionamiento en esas dependencias se encuentra habilitado y validado en cuanto a espacios y cumple con los espacios identificados como prioritarios, ya que en el layout presentado se puede distinguir la distribución del espacio físico.</p> <p>→ Subcriterio 7: La infraestructura propuesta se encuentra con condiciones de habilitación (pre-habilitada), de acuerdo con el manual de Sercotec en periodo anterior. El oferente cumple, dado que la infraestructura propuesta se encuentra pre-habilitada de acuerdo con el manual de Sercotec en periodo anterior. Es la casa donde actualmente opera el centro.</p> <p>→ Subcriterio 8: Presupuesto de habilitación se ajusta al monto proyectado de aporte Sercotec, y si supera el monto, incorpora aportes. El oferente cumple, dado que el presupuesto de habilitación es de \$6.680.000, lo que se ajusta al monto proyectado de aporte Sercotec, no supera el monto, y no incorpora aportes en este ítem.</p> <p>La oferta NO CUMPLE con 1 de los 8 subcriterios que componen este criterio:</p> <p>→ 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 cumple, porque si bien la propuesta</p>
--	--	--	--	--	--

					<p>menciona que la infraestructura es la actual dependencia del Centro, y que, por tanto, su habilitación se ajusta a 1 mes para el caso de que la infraestructura se encuentre pre-habilitada, no presenta carta gantt con el detalle de las actividades a realizar que justifiquen el presupuesto de habilitación estimado.</p> <p>Criterio 7: Propuesta de presupuesto y aportes de cofinanciamiento (20%) La oferta obtuvo nota 7,00 como nota ponderada del criterio, dado por los siguientes subcriterios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <p><u>Subcriterio 1: Coherencia y pertinencia presupuesto y plan de gastos (50%)</u> La oferta CUMPLE con los 7 elementos que componen este subcriterio:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Elemento 1: Contabilización de cantidad de personas solicitadas en el equipo. La propuesta cumple porque contempla la cantidad de personas solicitadas en el equipo. Un jefe de centro, 2 asesores seniors, 4 asesores generalistas y 2 asistentes uno ejecutivo y el otro contable. → Elemento 2: Pertinencia de gastos de operación. La propuesta cumple en pertinencia porque presenta gastos de operación contemplando todos los ítems requeridos acorde a los valores de mercado, recursos suficientes para garantizar la correcta operación del centro. → Elemento 3: Aportes de puntos de atención no pecuniarios valorados. La propuesta cumple porque presenta Aportes de puntos de atención con aportes no pecuniarios en Puente Alto, Buin, Paine y Pirque. → Elemento 4: Contabilización de capacitaciones. La propuesta presenta actividades de capacitaciones de acuerdo a lo solicitado para los clientes y el equipo del centro, por un monto total anual de \$47.585.695 con aportes propios. → Elemento 5: Elementos adicionales valorados. La oferta cumple porque presenta elementos adicionales valorados, tales como los puntos de atención, capacitación al equipo del centro, y capacitación de clientes con aportes propios y de terceros. → Elemento 6: Proyección de traslados de personal, de acuerdo con el despliegue territorial. La propuesta presenta una Proyección de traslados de personal, de acuerdo con el despliegue territorial para Puente Alto, Buin, Pirque y Paine valorada en \$200.000 mensuales acorde a frecuencia de atención del territorio. → Elemento 7: Cumple con el formato Excel exigido. La propuesta cumple porque el presupuesto se presenta en el formato Excel exigido, de acuerdo con el Anexo N° 3. <p><u>Subcriterio 2: Aporte total de cofinanciamiento (25%)</u> La oferta obtuvo nota 7,00, porque la propuesta económica presenta un aporte de cofinanciamiento de un 36,09% superior al 35,00% del costo total de ejecución del Centro. Se presenta cofinanciamiento en 5 partidas de gasto y no presenta aportes en recursos humanos.</p> <p><u>Subcriterio 3: Aporte pecuniario (25%)</u> La oferta obtuvo una nota de 7,00, porque la propuesta económica presenta un aporte pecuniario de un 10,10%, superior al 10,00% del costo de cofinanciamiento del Centro.</p>
--	--	--	--	--	--

2	Corporación Construyendo mis Sueños	Metropolitana	Puente Alto	5,52	Prelación	<p>Criterio 1: Cumplimiento de requisitos formales (5%) El oferente obtiene nota 7,00, porque presenta todos los antecedentes solicitados dentro del plazo establecido.</p> <p>Criterio 2: Comportamiento contractual anterior (5%) El oferente obtiene nota 1,00, porque se le han aplicado sanciones calificadas como 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 (2022).</p> <p>Criterio 3: Evaluación de antecedentes financieros del oferente (10%) La oferta obtuvo nota 3,00 como nota ponderada del criterio dado que:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nota del indicador de liquidez: 5,00 dado que la liquidez de la institución corresponde a 1,52 siendo mayor a 1,5 veces y menor a 2,0 veces, para hacer frente a Obligaciones Financieras en el corto plazo, • Nota relación Deuda Patrimonio: 1,00, dado que el endeudamiento de la institución corresponde a 15,06, siendo entonces superior a 1 en su relación Deuda Patrimonio. <p>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:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Subcriterio 1: Experiencia en proyectos similares (40%) La oferta obtuvo nota 7,00 dado que presentó 15 proyectos relevantes similares en los últimos 3 años, contados desde el cierre de recepción de propuestas, las cuales se resumen a continuación: <ol style="list-style-type: none"> 1. Centros de Desarrollo de Negocios Sercotec Maipú (2016-2024). 2. Centros de Desarrollo de Negocios Sercotec San Bernardo (2015-2024). 3. Centros de Desarrollo de Negocios Sercotec Aconcagua, (2022-2024). 4. Centros de Desarrollo de Negocios Sercotec Marga Marga (2021-2024). 5. Programa Mejoramiento de Proveedores: Centro Digital Mipyme, Abastible, (2023 a la fecha). 6. Emporio Emprendedor, Mall Plaza Sur, (2018- a la fecha). 7. Academia Emprende Banco Estado (2021-2023). 8. Despega Mujer, Fundación Luksic, (2020 a la fecha). 9. Comercializa FOSIS Creciendo Juntos (2023-2024). 10. Energía de Mujer, Generadora Metropolitana, (2021 a la fecha). 11. Emprende Bien, CORFO (2021-2024). 12. Fénix Digital, CORFO (enero a diciembre 2021). 13. Potencia Mujer Emprendedora, Ministerio de Desarrollo Social (2023). 14. Programa Pasos, Universidad Católica, (2021-2022). 15. Reinventate en Digital, CORFO (marzo a diciembre 2021). • Subcriterio 2: Experiencia en proyectos a nivel regional (60%) La oferta obtuvo nota 7,00, dado que presenta 12 proyectos similares en la región donde postula, en últimos 3 años contados desde cierre de recepción de ofertas, las cuales se resumen a continuación:
---	---	---------------	-------------	------	-----------	--

					<ol style="list-style-type: none"> 1. Academia Emprende Banco Estado (2021-2023). 2. Centros de Desarrollo de Negocios Sercotec Maipú (2016-2024). 3. Centros de Desarrollo de Negocios Sercotec San Bernardo, (2015-2024). 4. Comercializa FOSIS Creciendo Juntos, (2023-2024). 5. Despega Mujer, Fundación Luksic, (2020 a la fecha). 6. Emporio Emprendedor, Mall Plaza Sur, (2018 a la fecha). 7. Emprende Bien, CORFO, (2021-2024). 8. Energía de Mujer, Generadora Metropolitana (2021 a la fecha). 9. Fénix Digital Digital, CORFO (enero a diciembre 2021). 10. Programa Mejoramiento de Proveedores: Centro Digital Mipyme, Abastible (2023 a la fecha). 11. Programa Pasos, Universidad Católica (2021-2022). 12. Reinventate en Digital, CORFO (marzo a diciembre 2021). <p>Criterio 5: Propuesta Técnica (40%) La oferta obtuvo 5,30 como nota ponderada del criterio, dado por los siguientes subcriterios y dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Subcriterio 1: Diagnóstico territorial y lineamientos estratégicos (20%)</u> La oferta obtuvo 0,70 puntos en este subcriterio, dado por las siguientes dimensiones: <p>Dimensión 1: Diagnóstico de brechas y oportunidades del territorio (5%) La oferta obtuvo una nota de 3,00 en esta dimensión, dado por los siguientes elementos:</p> <p>La oferta CUMPLE con 4 elementos de los 6 elementos que componen esta dimensión:</p> <p>→ Elemento 1: Analiza los elementos económicos, sociales y medioambientales del territorio cubierto por el CDN. El oferente cumple, porque analiza los elementos económicos, sociales y medioambientales del territorio cubierto por el CDN. Considera las comunas de Puente Alto, Pirque, Buin, Paine, levanta diagnóstico basado en Sistema Nacional de Información Municipal, SUBDERE, Ministerio del Interior y Seguridad Pública (2024), Proyecciones de población al año 2023, INE y Elaboración propia en base a datos Casen 2022, Estadísticas SII 2022 (Actualización octubre 2023), encuesta EME 2022. Para Puente Alto identifican una base empresarial de 19.172 empresas micro y 3.488 pequeñas, que emplean a 9.563 y 24.168 trabajadores respectivamente, principalmente Comercio y Servicios. En Pirque identifican a 1.611 MIPES formalizadas, de las cuales 1.226 son micro y 385 son pequeñas, emplean a 1.447 y 2.434 trabajadores principalmente el 46% son mujeres y el 56% es informal y tiene escaso nivel educacional. En Buin: el 4.46% son microempresas y 14.81% pequeñas empresas, que enfrentan escasez hídrica y contaminación del suelo agrícola por agroquímicos. Agricultores necesitan apoyo en prácticas de agricultura sostenible, acceso a tecnologías de riego más eficientes y capacitación en técnicas para reducir el impacto ambiental. En Paine identifican 5.522 empresas formalizadas, de las cuales 3.152 son micro y 1.035 son pequeñas, perfil predominantemente agrícola, problemas de contaminación</p>
--	--	--	--	--	--

					<p>del suelo, que afectan la productividad y sostenibilidad de sus tierras. Apoyar a las empresas agrícolas en la adopción de prácticas sostenibles es clave para su crecimiento a largo plazo.</p> <p>→ Elemento 2: Identifica de forma clara brechas, fortalezas y/o oportunidades del territorio. El oferente cumple, porque identifica de forma clara brechas, fortalezas y/o oportunidades del territorio, destacando principalmente Encadenamiento productivo: La informalidad y falta de conectividad limitan la integración de sectores productivos en áreas semi-rurales. Aprovechar la cercanía al territorio del sector industrial fortalecerá la cooperación empresarial, mejorando la conectividad se potencia la competitividad y crecimiento de MIPES formalizadas. Género: La desigualdad de género restringe el acceso de las mujeres a oportunidades económicas, afectando su competitividad. Implementar políticas de equidad mejorará su participación empresarial y acceso a redes y financiamiento. Brecha en sostenibilidad: porque las comunas semi-rurales y emprendimientos agrícolas enfrentan escasez hídrica y contaminación de áreas vecinas. Esta situación limita la adopción de tecnologías sostenibles y de prácticas responsables, afectando la competitividad de MIPES y su capacidad de crecimiento en un entorno desafiante.</p> <p>→ Elemento 3: Vincula el diagnóstico con datos cuantitativos con fuentes. El oferente cumple, porque vincula el diagnóstico con datos cuantitativos con fuentes tales como Sistema Nacional de Información Municipal (SINIM), SUBDERE, Ministerio del Interior y Seguridad Pública (2024), Proyecciones de población al año 2023, INE y Elaboración propia en base a datos de la Casen 2022, Estadísticas SII 2022 (Actualización octubre 2023), encuesta EME 2022, entre otras.</p> <p>→ Elemento 5: Prioriza brechas y/o oportunidades que serán abordadas por la propuesta estratégica del CDN. El oferente cumple, porque prioriza brechas y/o oportunidades que serán abordadas por la propuesta estratégica. Priorizan brechas en Encadenamiento productivo: La informalidad y falta de conectividad limitan la integración de sectores productivos en áreas semi-rurales. Aprovechar la cercanía al territorio del sector industrial fortalecerá la cooperación empresarial, mejorando la conectividad se potencia la competitividad y crecimiento de MIPES formalizadas. Género: La desigualdad de género restringe acceso de mujeres a oportunidades económicas, afectando su competitividad. Implementar las políticas de equidad mejorará su participación empresarial y acceso a redes y financiamiento. Brecha en sostenibilidad e innovación: dada porque las comunas semi-rurales y los emprendimientos agrícolas enfrentan escasez hídrica y contaminación de áreas vecinas. Esta situación limita la adopción de tecnologías sostenibles y prácticas responsables, afectando la competitividad de MIPES y su capacidad de crecimiento en un entorno desafiante.</p> <p>La oferta NO CUMPLE con 2 elementos de los 6 elementos que componen esta dimensión:</p> <p>→ Elemento 4: Vincula el diagnóstico con estrategias territoriales (ERD, Pladecos u otros) y/o estrategias/planes de sostenibilidad/acción climática. El oferente no cumple, porque, no se menciona en el diagnóstico información de la Estrategia de desarrollo regional o Pladeco de las comunas de intervención que fundamenten la estrategia acorde al territorio, por tanto, la propuesta no cumple con Vincular el diagnóstico con estrategias territoriales (ERD, Pladecos u otros) y/o estrategias/planes de sostenibilidad/acción climática.</p>
--	--	--	--	--	--

						<p>→ Elemento 6: Las dimensiones priorizadas son factibles de abordar y orientadas al quehacer del Centro. No todas las dimensiones priorizadas están orientadas al quehacer del centro, ya que no es objeto del centro hacerse cargo de la informalidad del sector. Asimismo, no es factible abordar esta temática, ya que, de acuerdo a lo presentado en la propuesta, no se indican estrategias de cómo disminuir el tiempo del equipo del Centro para el trabajo con el segmento N1 ya que los esfuerzos están enfocados en la difusión de las acciones del Centro en esta línea, más que en derivar este segmento a otros actores territoriales.</p> <p>Dimensión 2: Caracterización territorial (5%) La oferta obtuvo una nota de 5,00 en esta dimensión, dado por los siguientes elementos:</p> <p>La oferta CUMPLE con 3 elementos de los 4 elementos que componen esta dimensión:</p> <p>→ Elemento 1: Analiza por cada comuna de atención, cuáles son los principales clientes potenciales del Centro. La propuesta cumple porque analiza por cada comuna de atención (Puente Alto, Buin, Pirque y Paine), cuáles son los principales clientes potenciales del Centro. Reconoce N1 emprendedores, N2 empresa establecida, N3 empresas con alto nivel de crecimiento y potencial de escalamiento y Cooperativas grupos asociativos.</p> <p>→ 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 dichos segmentos (N1 emprendedores N2 empresa establecida N3 empresas con proyección de alto crecimiento y Cooperativas), según variables demográficas, económicas y sociales del territorio de intervención. Entre principales características: N1 emprendedores: Son empresas nuevas y/o en funcionamiento que aún no se han registrado ante el SII. Según la EME (2022); un 87,7% trabaja solo, dedicando aproximadamente 32 horas semanales. Un 30,5% opera desde casa y 29,5% en espacios públicos. Un 43,6% tiene entre 0 y 3 años de antigüedad y 22,1% más de 10 años, indicando bajo incentivo para formalizarse. El 65,3% percibe utilidades menores o iguales a un sueldo mínimo, con un promedio de \$335.094. Las razones para no formalizar incluyen: 36,8% por considerar su empresa pequeña, 20,5% por no ver necesidad de registro, y 13,8% por no haber empresas similares registradas. Además, solo 15,7% vende fuera de la región y 61,1% utiliza internet, principalmente para promover (65,4%) y vender (50,8%). Finalmente, lo que consideran sus principales obstáculos para crecer son: la falta de clientes (30,5%) y financiamiento (23,8%) y la incertidumbre sobre el estado de la economía (9%). N2 Empresa establecida: Micro y pequeñas empresas que han logrado formalizarse, con ventas estables pero limitadas. Según EME 7 (2022); el 64,9% trabaja solo, dedicando aprox. 43,7 horas semanales. Un 25,1% opera desde su vivienda y 25% en oficinas. Un 22,6% tiene entre 0 y 3 años de antigüedad y 62,4% más de 4 años. El promedio de utilidades es de \$1.103.203, aunque 26,8% percibe menos que un sueldo mínimo. Solo 36,4% vende fuera de la región y 87,3% utiliza internet para sus negocios, principalmente para para pagos financieros (76,4%), trámites de estado (68,6%) y para promocionar (53,1%). Por último, lo que consideran sus principales obstáculos para crecer son; la falta de clientes (22%), incertidumbre económica (16,8%) y falta</p>
--	--	--	--	--	--	---

					<p>de financiamiento (15,1%). N3 Empresa con alta proyección de crecimiento: Este segmento está compuesto por negocios formalizados que cuentan con una sólida experiencia en su rubro, han alcanzado un nivel significativo de ventas y operatividad. Estos negocios tienen un historial en el mercado, lo que les otorga una ventaja competitiva y permite identificar oportunidades de crecimiento. Buscan escalar su operación, ya sea a través de la diversificación de productos y servicios, la expansión geográfica o la mejora de su capacidad productiva, tienen un enfoque en la adopción de tecnologías avanzadas y prácticas sostenibles que les permitan mantenerse competitivos y adaptarse a las exigencias del mercado actual. Cooperativas: Organizaciones que agrupan a personas con intereses comunes, enfocadas en la colaboración y sostenibilidad. Pueden ser formalizadas o en proceso de formalización. Se encuentran principalmente en los sectores de servicios, consumos y agropecuarias. En cuanto a la participación por género, a nivel nacional la proporción de hombres y mujeres como socios rodea la paridad con un 50,6% de mujeres, pero en cuanto a la ocupación de cargos de toma de decisiones ejecutivas, un 63,5% son hombres. En promedio, las cooperativas tienen entre 5 y 20 miembros y enfrentan desafíos similares a las micro y pequeñas empresas.</p> <p>→ Elemento 3: Describe las necesidades y brechas existentes de los segmentos identificados. La propuesta cumple porque describe las necesidades y brechas existentes de los segmentos identificados. N1 emprendedores: empresas nuevas y/o en funcionamiento que aún no se han registrado ante el SII trabajan solos generalmente, operan desde casa o en espacios públicos, perciben utilidades menores o iguales a un sueldo mínimo, con un promedio de \$335.094. Las razones para no formalizar incluyen, consideran entre sus principales obstáculos para crecer (la falta de clientes y financiamiento) e incertidumbre sobre el estado de la economía. N2 Empresa establecida: Micro y pequeñas empresas que han logrado formalizarse, con ventas estables pero limitadas, operan desde su vivienda y en oficinas. Promedio de utilidades es de \$1.103.203, lo que consideran sus principales obstáculos para crecer son; la falta de clientes, incertidumbre económica y falta de financiamiento. N3 Empresa con alta proyección de crecimiento: Este segmento está compuesto por negocios formalizados que cuentan con una sólida experiencia en su rubro, han alcanzado un nivel significativo de ventas y operatividad. Buscan escalar su operación, ya sea a través de la diversificación de productos y servicios, la expansión geográfica o la mejora de su capacidad productiva, tienen enfoque en adopción de tecnologías avanzadas y prácticas sostenibles que les permitan mantenerse competitivos y adaptarse a las exigencias del mercado actual. Cooperativas: Organizaciones que agrupan a personas con intereses comunes, principalmente en los sectores de servicios, consumos y agropecuarias, enfrentan desafíos similares a las micro y pequeñas empresas.</p> <p>La oferta NO CUMPLE con 1 elemento de los 4 elementos que componen esta dimensión:</p> <p>→ 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 no hace alusión a cómo se debe abordar el territorio para tener cobertura 80/20 clientes, es decir, 80% empresas</p>
--	--	--	--	--	--

						<p>20% emprendimiento N2 empresa establecida y N3 empresas con alto nivel de crecimiento v/s N1 emprendimientos. No se menciona un enfoque a empresarios en mayor proporción que a emprendedores informales.</p> <p>Dimensión 3: Mirada estratégica del Centro (10%) La oferta obtuvo una nota de 3,00 en esta dimensión, dado por los siguientes elementos:</p> <p>La oferta CUMPLE con 4 elementos de los 6 elementos que componen esta dimensión:</p> <ul style="list-style-type: none"> → 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 cumple dado que vincula las brechas y oportunidades priorizadas en el diagnóstico con objetivos de desarrollo sostenible y la agenda 2030 de Chile. En caso Encadenamiento productivo los asocia a ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico y ODS 9: Industria, innovación e infraestructura. En caso de Brecha de género los asocia a ODS 5: Igualdad de género y ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico. En el caso Brecha en sostenibilidad lo asocia a ODS 12: Producción y consumo responsables y ODS 13: Acción por el clima. → Elemento 3: Propone variedad de servicios/oferta programática del CDN. La oferta cumple, porque propone variedad de servicios/oferta programática del CDN por cada dimensión priorizada en el diagnóstico, proponiendo asesorías generalistas, asesoría especializada, programas de capacitación y formación, seminarios y charlas, actividades de networking, ruedas de negocios, acciones asociativas, entre otras actividades diferenciadas. Para la brecha de encadenamientos productivos, se destaca las reuniones sectoriales y servicios itinerantes como parte de los servicios. Para la brecha de género, se releva el club de mujeres emprendedoras y consultorías especializadas para mujeres líderes empresarias. Mientras que para la brecha de sostenibilidad e innovación se menciona la capacitación para la implementación de tecnologías limpias, así como capacitaciones en prácticas sostenibles. → Elemento 4: Presenta cómo la propuesta de servicios se articulará con entidades públicas, privadas y académicas. La propuesta cumple porque presenta una propuesta de servicios articulada con entidades públicas, privadas y académicas (FEN CHILE, DII U CHILE, UTEM, CIEN CONSEJEROS, ASECH, NETMENTORA BY RÉSEAU, ADIXON, IP CHILE). → 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. La propuesta cumple porque propone de forma coherente indicadores de cobertura, medición de impacto y variables extra de resultados y de impacto para cada una de las estrategias. Para el caso de la brecha de encadenamientos productivos, se propone número de capacitaciones de temas de encadenamiento productivo, cantidad de clientes que establecen colaboraciones o alianzas comerciales. Para la dimensión de género se indica cantidad de mujeres que acceden a financiamiento. % de empresas lideradas por mujeres que incrementan sus ventas, número de capacitaciones y asesorías con enfoque de género. En tanto para dimensión de sustentabilidad e innovación se propone % de clientes que participan en capacitaciones sobre prácticas
--	--	--	--	--	--	--

						<p>sostenibles, número de talleres sobre adopción de tecnologías sostenibles, cantidad de clientes que implementan medidas sostenibles luego de las capacitaciones.</p> <p>La oferta NO CUMPLE con 2 elementos de los 6 elementos que componen esta dimensión:</p> <ul style="list-style-type: none"> → 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 no cumple dado que si bien vinculada las dimensiones priorizadas con los servicios de los Centros, no se hace alusión a todos los ejes estratégicos de los Centros, faltando internacionalización como herramientas y estrategia de trabajo. → Elemento 6: Explicita de forma coherente cómo dicho plan estratégico permitirá contribuir a la sostenibilidad económica de MIPes y Cooperativas, a través de instalación de capacidades de gestión empresarial y articulación del ecosistema empresarial local. La oferta no cumple, dado que por cada dimensión se indica lo que se quiere lograr, pero no cuál es la estrategia para lograrlo. En particular, en encadenamiento productivo se centra estrategia para mipymes informales, que no son el principal foco del centro, mientras que, para la dimensión de sostenibilidad e innovación, menciona el propósito de promover la adopción de tecnologías limpias y prácticas sostenibles, pero no se hace referencia a cómo se logrará en función de los servicios antes propuestos. Así, no se logra explicitar cómo el plan estratégico permitirá contribuir a la sostenibilidad económica de las MIPes y Cooperativas, a través de la instalación de capacidades de gestión empresarial y articulación del ecosistema empresarial local. <ul style="list-style-type: none"> ● <u>Subcriterio 2: Servicios del Centro y metodología de trabajo (25%)</u> La oferta obtuvo 1,35 puntos en este subcriterio, dado por las siguientes dimensiones: <p>Dimensión 1: Metodología de trabajo en cada segmento de clientes (10%) La oferta obtuvo una nota de 3,00 en esta dimensión, dado por los siguientes elementos:</p> <p>La oferta CUMPLE con 3 elementos de los 5 elementos que componen esta dimensión:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Elemento 1: Explicita una estrategia de captación/tracción por cada tipo de cliente de acuerdo con su realidad. La propuesta cumple dado que explicita una estrategia de captación/tracción por cada tipo de cliente, de acuerdo con su realidad. Para el caso de los N3 se indica Networking selectivo, eventos exclusivos, acciones de estrategia de Difusión/Comunicación de Marketing Directo y publicación de contenidos de valor para el segmento. Para N2, se propone talleres de mejora continua, visitas a empresas, Redes Sociales y Grupos Comunitarios, así como boletines informativos, mientras que para N1, se indica charlas en Instituciones de Educación Superior y Comunidades, colaboración con organizaciones locales que trabajen con segmento, campañas en redes sociales e infografías; así como para cooperativas indica reuniones de sensibilización, publicaciones en medios locales y campañas de sensibilización en redes sociales. → Elemento 3: Propone acciones grupales de trabajo o de desarrollo de ecosistema con cada segmento de clientes (encuentros empresariales, ruedas de negocios, asesorías grupales,
--	--	--	--	--	--	--

						<p>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. Para el caso de los N3 se indican encuentros empresariales, ruedas de negocios y seminarios sobre finanzas y sostenibilidad. Para los N2, se relevan foros de discusión, asesorías grupales en sostenibilidad y redes de encadenamientos productivos. Para los N1, se mencionan talleres de desarrollo de ideas, eventos de networking y encuentros de experiencias y para Cooperativas se propone talleres de formación en gestión cooperativa, redes de cooperativas y foros sobre sostenibilidad.</p> <p>→ 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 oferta cumple porque presenta una propuesta detallada, que, para el caso de las cooperativas, contempla trayectoria de Aprendizaje, Acompañamiento y Articulación de Servicios: 1. Asesorías Técnicas y Especializadas con Servicios Principales como Proporcionar asesorías personalizadas en gestión cooperativa, abarcando temas como la administración, contabilidad y gestión de recursos humanos, para fortalecer operación diaria de cooperativas. 2. Programas de Capacitación: Desarrollar programas de capacitación en áreas clave como liderazgo, trabajo en equipo, y gestión financiera, adaptados a las necesidades específicas de las cooperativas. 3. Acceso a Servicios Financieros: Talleres sobre identificación de fuentes de financiamiento específicas para cooperativas, incluyendo fondos gubernamentales y privados. 4. Estudios de Mercado y Posicionamiento: Realizar estudios de mercado para identificar las oportunidades y amenazas en entorno comercial de cooperativas, apoyando posicionamiento y competitividad. 5. Encadenamiento Productivo; y 6. Servicios Adicionales: Como facilitar la creación de redes de colaboración y encadenamiento productivo entre cooperativas y empresas de mayor tamaño, favoreciendo el acceso a mercados más amplios.</p> <p>La oferta NO CUMPLE con 2 elementos de los 5 elementos que componen esta dimensión:</p> <p>→ 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 de acuerdo a lo indicado, se presentan diferentes acciones de acompañamiento a los clientes del Centro, pero no existe una articulación entre ellos que permitan visualizar la propuesta de maduración por cada tipo de clientes. Además, estas acciones no se vinculan de forma explícita con los servicios de asesoría generalista que entregan los Centros. Se hubiera esperado que se entregaran propuestas de etapas de maduración por cada tipo de cliente, en donde se articulan distintas acciones de asesoría, formación, articulación y derivación a otros actores. La propuesta tiene actividades y logros esperados, sin presentar el método de trabajo para cada segmento relacionado con brechas priorizadas en el diagnóstico.</p> <p>→ Elemento 4: Es coherente la propuesta de trabajo con cada segmento de clientes (captación, servicios y actividades de ecosistemas), de acuerdo con sus necesidades. De acuerdo a lo</p>
--	--	--	--	--	--	--

					<p>presentado, la propuesta presenta acciones de trabajo con cada segmento para la captación, servicios a entregar y sus acciones de ecosistemas. No obstante, no se evidencia una relación explícita con las brechas priorizadas, siendo una propuesta más general de trabajo con cada segmento, ya que, por ejemplo, la dimensión género se vincula con el segmento N1, pero no reconocen de acuerdo a lo presentado acciones con los segmentos N2 y N3. No obstante al revisar el cuadro de servicios complementarios y adicionales, sí se mencionan, pero acciones de género con este segmento, sin embargo, al ir a ver el detalle al cuadro de trayectorias y acompañamiento, éstas no se indican. Por otro lado, no se evidencia coherencia en particular para el segmento N3, en tanto si bien se releva la necesidad de internacionalización, no se presentan servicios y actividades grupales que aborden expansión a mercados internacionales. Así la propuesta de trabajo no es coherente de acuerdo con todas las necesidades identificadas y las brechas priorizadas en el diagnóstico.</p> <p>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:</p> <p>La oferta CUMPLE con los 3 elementos que componen esta dimensión:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Elemento 1: Coherencia: El oferente especifica y detalla set de servicios complementarios y adicionales que contribuyen a disminuir brechas identificadas y priorizadas por el Centro, en relación con el punto 3.2.2. del Anexo N°5 de Bases. La propuesta cumple porque especifica y detalla el set de los 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. Para brecha de encadenamientos productivos, se proponen asesorías especializadas, seminarios, ruedas de negocios y programas de encadenamientos productivos para todos los segmentos de clientes. Para el caso de la brecha de género se indican asesorías especializadas, escuelas de fortalecimiento de emprendimiento femenino y seminarios y Charlas, mientras que, para la brecha de innovación y sostenibilidad, se mencionan asesorías especializadas, programas de formación en sostenibilidad y seminarios sobre finanzas y sostenibilidad. → 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 cumple porque para cada brecha priorizada en el diagnóstico presenta propuesta de servicios complementarios y adicionales, así como los aliados estratégicos que desarrollan dichos aportes, lo cuales quedan consignados en cartas de compromiso de aportes propios y/o de aliados estratégicos. Para el caso de la brecha de encadenamientos productivos se indican aportes de Cien Consejeros y Municipalidades. Para la brecha de género, se cuenta con aportes de IP Chile y la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile, mientras que para brecha de innovación y sostenibilidad se trabajará con aportes de UTEM y 100 Consejeros, de acuerdo a las cartas presentadas. → 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. La propuesta
--	--	--	--	--	--

						<p>cumple porque presenta más de 10 servicios complementarios y adicionales con sus respectivas cartas de aportes de respaldo, tales como aportes propios (2 servicios), municipios de Puente Alto, Pirque, Buín y Paine (6 servicios), Univ. de Chile (2 servicios), UTEM (1 servicio), 100 Consejeros (1 servicio), entre otros.</p> <ul style="list-style-type: none"> Subcriterio 3: Despliegue y estrategia de articulación (30%) La oferta obtuvo 1,50 puntos en este subcriterio, dado por las siguientes dimensiones: <p>Dimensión 1: Despliegue territorial (10%) La oferta obtuvo una nota de 5,00 en esta dimensión, dado por los siguientes elementos:</p> <p>La oferta CUMPLE con 3 elementos de los 4 elementos que componen esta dimensión:</p> <ul style="list-style-type: none"> → 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. La propuesta cumple dado que presenta una oficina central en Puente Alto y puntos de atención en Pirque, Buin y Paine, que abordan la totalidad de las comunas de cobertura del Centro indicadas en el anexo 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. La propuesta cumple dado que presenta todas las cartas de apoyo y/o aportes de los municipios e instituciones en los cuales estarán ubicados los puntos de atención. Pirque con carta del municipio, Buin con carta del municipio y Paine con carta del Municipio. → 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. La propuesta cumple dado que presenta nuevos puntos de atención en Paine, Buin y Pique, en otras comunas o en dependencias de socios estratégicos (como valor agregado de la propuesta, los cuales, constan en cartas de apoyo). <p>La oferta NO CUMPLE con 1 elemento de los 4 elementos que componen esta dimensión:</p> <ul style="list-style-type: none"> → 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 dado que no indica de forma completa y coherente cómo funcionarán los centros. Si bien se indican puntos de atención, con su dirección y horarios, no se presentan los servicios a desarrollar y no se indica en detalle qué personas del equipo los atenderá. Así, no se logra advertir cómo lograrán despliegue territorial. <p>Dimensión 2: Estrategia de articulación territorial y desarrollo del ecosistema local de emprendimiento e innovación (20%) La oferta obtuvo una nota de 5,00 en esta dimensión, dado por los siguientes elementos:</p>
--	--	--	--	--	--	---

					<p>La oferta CUMPLE con 4 de los 5 elementos que componen esta dimensión:</p> <ul style="list-style-type: none"> → 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. La propuesta cumple vinculación con actores relevantes en el territorio provenientes del sector público Municipios de Puente Alto, Buin, Paine y Pirque, privado (Cien Consejeros, ASECH, NETMENTORA, ADXION) y academia (FEN CHILE, DII CHILE, UTEM, IP CHILE). → Elemento 3: Los actores propuestos están relacionados con todos los ejes estratégicos definidos para el CDN. A pesar de que, en el cuadro de aportes, no se indican con qué ejes se relacionan los aportes, es posible inferir de otros cuadros, cómo los aportes se relacionan con ejes estratégicos definidos para el CDN. Para la brecha de encadenamientos productivos, se proponen aportes de Cien Consejeros, 4 Municipalidades y la Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas de la Universidad de Chile. Para el caso de la brecha de género se indican aportes de IPChile y Fen de la U. de Chile, mientras que, para la brecha de innovación y sostenibilidad, se mencionan aportes de Cien Consejeros y de la UTEM. Así, la propuesta cumple porque los actores propuestos están relacionados con todos los ejes estratégicos definidos para el CDN. → Elemento 4: Existen cartas de apoyo para al menos el 50% de las vinculaciones propuestas. La propuesta cumple porque presenta cartas de apoyo para el total (100%) de las vinculaciones propuestas. Número superior al 50% solicitado en este criterio. → 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). La propuesta cumple porque el Comité Directivo propuesto está compuesto por actores privados, con un 71,4% de participación (Cámara de comercio y turismo de Puente Alto, cámara de comercio, turismo y servicios de Pirque, Mall Plaza, ASECH, Netmentora), públicos con un 14,3% de participación (Municipalidad de Puente Alto) y la academia con 14,3% de participación (INACAP). Además, los actores privados son 71,4%, superior al 60% solicitado, y todos los actores propuestos son importantes a nivel nacional y regional de acuerdo con brechas priorizadas por el Centro. <p>La oferta NO CUMPLE con 1 elemento de los 5 elementos que componen esta dimensión:</p> <ul style="list-style-type: none"> → 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 Desarrollo Productivo Sostenible del territorio. La oferta no cumple dado que, si bien propone acciones de alianzas y articulación territorial, iniciativas de innovación y emprendimiento, desarrollo académico, encuentros de trabajo y acciones de animación del ecosistema, éstas acciones entre si no se articulan entre ellas para evidenciar una estrategia de ecosistema que se haga cargo de las brechas priorizadas. Así, la propuesta es más bien de acciones aisladas, que de estrategia de desarrollo del ecosistema de emprendimiento e innovación del CDN. Asimismo, a pesar de haber sido priorizada la brecha
--	--	--	--	--	--

					<p>de sostenibilidad e innovación, no se recogen hitos, actividades y/o encuentros de trabajo que contribuyan al Desarrollo Productivo Sostenible del territorio.</p> <ul style="list-style-type: none"> Subcriterio 4: Elementos diferenciadores del operador (25%) La oferta obtuvo 1,75 puntos en este subcriterio, dado por las siguientes dimensiones: <p>Dimensión 1: Estrategias para potenciar el trabajo en equipo y el desarrollo profesional (10%) La oferta obtuvo una nota de 7,00 en esta dimensión, dado por los siguientes elementos:</p> <p>La oferta CUMPLE con los 4 elementos que componen esta dimensión:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Elemento 1: Presenta plan de cómo impulsar el desarrollo profesional. La propuesta cumple porque propone co-construir con Sercotec un plan de desarrollo profesional basado en las brechas detectadas en el equipo y fortalecer ámbitos relevantes de la gestión en ámbitos tales como Sostenibilidad, Internacionalización, Equidad de Género, Pueblos Originarios, Desarrollo Ecosistemas y encadenamientos productivos, trabajo en equipo, liderazgo, entre otros aspectos, comprometen acciones de socios estratégicos y del operador. → Elemento 2: Identifica beneficios en temas de desarrollo profesional. La propuesta cumple porque identifica beneficios en temas de desarrollo profesional, por cada eje estructural: Eje Sostenibilidad: Curso de formación en temáticas de Sostenibilidad y Sustentabilidad aportado por la entidad de educación superior UTEM. Eje Internacionalización: Programa de Desarrollo de Habilidades Exportadoras aportado por Construyendo Mis Sueños/ Programa de formación sincrónico y asincrónico. Eje Equidad de Género y Pueblos Originarios: Taller de Enfoque Inclusivo aportado y gestionado por Construyendo Mis Sueños, de 8 horas de capacitación. Eje Desarrollo de Ecosistemas y encadenamientos productivos: Encuentro de transferencia de resultados en investigación y estudio del Desarrollo Ecosistema de Emprendimiento en Chile, realizado por Incubadora Innovo. Trabajo en Equipo: Taller de equipos de alto desempeño desarrollado en alianza con CIS Consultores, centrados en mejorar la comunicación interna, la resolución de conflictos y liderazgo colaborativo. Liderazgo: Taller en la temática desarrollado por el operador en alianza con la Universidad de Chile. Transferencia metodológica de instrumentos de diagnósticos y seguimiento empresarial: Workshop realizado por Incubadora Innovo. Talleres de buenas prácticas: impulsados por el Operador, se generarán encuentros virtuales y presenciales para el intercambio de buenas prácticas en temáticas de interés de los colaboradores de los centros. Se espera realizar al menos 1 taller trimestral, de 3 horas cada uno. Charlas de expertos: impulsados por el Operador, se generarán encuentros virtuales y presenciales para transferir conocimiento a los colaboradores respecto de temáticas específicas, vinculadas con profesionales expertos de SII, Dirección del trabajo, Seremi de Salud, Seremi del Trabajo, Mutualidad, entre otros según sea requerido en el plan de capacitación del personal. → Elemento 3: Presenta monitoreo del trabajo en equipo y clima laboral. La propuesta cumple porque presenta acciones concretas para el monitoreo del trabajo en equipo y clima laboral:
--	--	--	--	--	--

					<p>Evaluación anual de Clima Laboral, Evaluación semestrales de desempeño en 360°, Evaluación de desempeño trimestral y feedback continuo.</p> <p>→ Elemento 4: Propuesta anual de instancias de trabajo en equipo y planificación estratégica. La propuesta cumple porque propone instancias anuales de trabajo en equipo y planificación estratégica. Se propone realizar Jornada estratégica anual: Al inicio de cada año, se realizará una jornada estratégica para revisar los resultados alcanzados, evaluar el cumplimiento de los objetivos y definir la planificación estratégica para el siguiente año. Asimismo, se proponen instancias de colaboración y trabajo en equipo: es así como el Operador motivará a los colaboradores y participará en instancias de trabajo de equipo en cada Centro y entre centros, a través instancias de formación, de jornadas de integración semestrales orientadas a fortalecer el trabajo colaborativo mediante dinámicas de construcción en equipo, encuentros nacionales convocados por el Operador.</p> <p>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:</p> <p>La oferta CUMPLE con los 4 elementos que componen esta dimensión:</p> <p>→ 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 presenta un detalle de elementos a monitorear en los siguientes ámbitos: Estrategia del Centro (Diseño de plan estratégico anual del Centro, Monitoreo de los hitos estratégicos, Actualización de la estrategia, y Monitoreo de las Sesiones Comité Directivo), cumplimiento de metas (Definición y distribución de metas e indicadores de desempeño clave, Monitoreo de metas anuales y trimestrales, Monitoreo de las acciones vinculadas a los ejes estratégicos), articulación con el ecosistema (Monitoreo de participación en reuniones de vinculación, Monitoreo colaboración concreta con actores claves del Ecosistema emprendedor segmentados según la interacción de la Quintuple Hélice, Monitoreo de los proyectos y actividades conjuntas ejecutadas, Monitoreo del nivel de cobertura alcanzada de los ejes estratégicos, Monitoreo de la satisfacción de los actores del ecosistema), gestión comunicacional (Diseño del plan comunicacional anual del Centro, Monitoreo del contenido, Monitoreo del alcance y efectividad de las campañas de difusión en redes sociales y otros canales de comunicación, Monitoreo de la Interacción con los usuarios, Monitorea de la alineación del equipo con el plan comunicacional), experiencia de usuarios de los clientes (Monitoreo del nivel de satisfacción de los clientes, Monitoreo de los tiempos de espera y atención de los cliente, Monitoreo de las recomendaciones, reclamos y felicitaciones de las clientes recibidas, Monitoreo de la tasa de retención de cartera y de la tasa de fuga), gestión del equipo (Monitorear la realización de la Evaluación del Desempeño individual u grupal, Monitorear el cumplimiento de las instancias que promueven el trabajo en equipo, Monitorear la ejecución del plan de desarrollo profesional), y gestión financiera (Seguimiento a la ejecución de la</p>
--	--	--	--	--	--

						<p>operación presupuestaria anual, control de reitemizaciones requeridas y aprobadas, control de ingreso de remesas de Sercotec, control de aportes pecuniarios y no pecuniarios, entre otros).</p> <p>→ Elemento 2: Periodicidad de cada uno de los ámbitos de monitoreo antes indicados, según el caso. La propuesta cumple porque plantea la periodicidad de cada uno de los ámbitos de monitoreo antes indicados, según el caso, anual, trimestral, semestral, mensual, y semanal.</p> <p>→ Elemento 3: Metodología de seguimiento e identificación de responsables. La propuesta cumple porque presenta una metodología de seguimiento asociado a mejora continua para cada actividad propuesta, y, además, identifica como responsables al jefe de Centro y al gestor de proyecto para cada caso.</p> <p>→ Elemento 4: Coherencia del plan de monitoreo con los objetivos del Programa de Centros. La propuesta cumple dado que presenta coherencia del plan de monitoreo con los objetivos del Programa de Centros, ya que mencionan objetivos por cada ámbito: (1) Estrategia del Centro: Monitorear la implementación y alineación de las acciones con la estrategia general del Centro, (2) Cumplimiento de Metas: Monitorear el progreso hacia el logro de las metas cuantitativas y cualitativas del Centro, (3) Articulación con Ecosistema: Medir efectividad en la dinamización de los ecosistemas emprendedores locales, fomentado la creación de redes y alianzas con actores clave del territorio, (4) Gestión Comunicacional: Monitorear la efectividad de la estrategia de comunicación Centro, para asegurar la difusión de actividades y servicios del Centro, (5) Experiencia de Usuarios (Clientes): Evaluar la satisfacción y experiencia de los clientes atendidos por el CDN, (6) Gestión del Equipo: Monitorear la efectividad del equipo del CDN y su alineación con los objetivos del centro, (7) Gestión Financiera: Monitorear la ejecución financiera del Centro y la administración de los recursos disponibles .</p> <p>Criterio 6: Ubicación e infraestructura (10%) La oferta obtuvo una nota de 6,00, dado por los siguientes subcriterios:</p> <p>La oferta CUMPLE con 7 de los 8 subcriterios que componen este criterio:</p> <p>→ Subcriterio 1: Visibilidad del Centro, tanto para los clientes como para potenciales clientes y usuarios que transitan en su entorno. La oferta cumple dado que presenta visibilidad del Centro, desde la calle, la ubicación del centro en Avenida Ernesto Alvear 177, Puente Alto, es visible para los clientes como para potenciales clientes y usuarios que transitan en su entorno.</p> <p>→ 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. La oferta cumple dado que el centro ubicado en Avenida Ernesto Alvear 177, Puente Alto, presenta fácil accesibilidad en cuanto a la posibilidad de acceder a través de locomoción colectiva con metro cercano al lugar, con paradero de movilización colectiva a una calle donde circula locomoción colectiva desde varios sectores.</p> <p>→ Subcriterio 3: Cercanía del Centro a actores claves y servicios del territorio (academia, entidades públicas, entidades privadas, comunidad empresarial, instituciones financieras, entre otros). La oferta cumple dado que el centro ubicado en Avenida Ernesto Alvear 177,</p>
--	--	--	--	--	--	---

					<p>Puente Alto, presenta cercanía del Centro a 600 m del municipio y a unas tres a cuatro cuadras de donde se encuentran actores claves y servicios del territorio, por ejemplo: academia (DUOC y Universidad Iberoamericana), entidades públicas (DIDECO y Corporación Municipal de Puente Alto), entidades privadas (estacionamientos privados y centros médicos), comunidad empresarial, instituciones financieras (Banco Santander, Banco de Chile, BCI, entre otros).</p> <p>→ 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 oferta cumple dado que el precio del arriendo es de \$1.700.000 mensual, cuyo valor del canon de arriendo de la infraestructura, es coherente con valores referenciales en Anexo N°3, siendo pertinente.</p> <p>→ 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. La oferta cumple, presenta Layout con el detalle de las instalaciones del Centro en el que identifican recepción, oficinas para asesores, sala de reuniones, sala de capacitación on line y presencial, espacios para asesorías individuales, kitchenette y comedor para el equipo, servicios higiénicos hombres y mujeres, acceso universal para personas con movilidad reducida, y 3 baños (uno de los cuales cuenta con mudador, y otro acondicionado para personas con movilidad reducida).</p> <p>→ Subcriterio 7: La infraestructura propuesta se encuentra con condiciones de habilitación (pre-habilitada), de acuerdo con el manual de Sercotec en período anterior. La oferta cumple, dado que infraestructura propuesta corresponde a la casa donde actualmente opera el Centro, por lo que se encuentra en condiciones de habilitada de acuerdo con el manual de Sercotec.</p> <p>→ Subcriterio 8: Presupuesto de habilitación se ajusta al monto proyectado de aporte Sercotec, y si supera el monto, incorpora aportes. La propuesta cumple, dado que el presupuesto de habilitación es de \$6.680.000, lo que se ajusta al monto proyectado de aporte Sercotec, no supera el monto, y no incorpora aportes en este ítem.</p> <p>La oferta NO CUMPLE con 1 de los 8 subcriterios que componen este criterio:</p> <p>→ 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 oferta no cumple, porque si bien la propuesta menciona que la infraestructura ya se encuentra habilitada, y es donde funciona actualmente el centro, consideran que se estima que no será requerido pasar por un proceso de habilitación de infraestructura, más que ciertas reparaciones de mantención a la propiedad y ajustes en las piezas gráficas, sin embargo, no presentan carta gantt con el detalle de las actividades a realizar.</p> <p>Criterio 7: Propuesta de presupuesto y aportes de cofinanciamiento (20%) La oferta obtuvo nota 7,00 como nota ponderada del criterio, dado por los siguientes subcriterios:</p>
--	--	--	--	--	--

						<ul style="list-style-type: none"> <u>Subcriterio 1: Coherencia y pertinencia presupuesto y plan de gastos (50%)</u> La oferta obtuvo una nota de 7,00 en este subcriterio, dado por los siguientes elementos: La oferta CUMPLE con los 7 elementos que componen este subcriterio: <ul style="list-style-type: none"> → Elemento 1: Contabilización cantidad de personas solicitadas en el equipo. La oferta cumple porque contabiliza la cantidad de personas solicitadas en el equipo. Un jefe de centro, 2 asesores seniors, 4 asesores generalistas, 1 asistente ejecutivo y 1 asistente contable. → Elemento 2: Pertinencia gastos de operación. El presupuesto de operación es pertinente en cuanto a los gastos de operación, presenta recursos acordes a precios de mercado en la mayoría de las partidas del presupuesto con aporte Sercotec y/o cofinanciamiento. → Elemento 3: Aportes de puntos de atención no pecuniarios valorados. La propuesta cumple, dado que presenta aportes de puntos de atención en Pirque, Buin y Paine, no pecuniarios, valorados en \$1.140.000 cada uno. → Elemento 4: Contabilización de capacitaciones. La propuesta cumple, porque contabiliza capacitaciones por un monto de \$680.400 aporte Sercotec y aporte de terceros por \$149.849.651, contemplando capacitación y entrenamiento para clientes de centro, seminarios, ruedas de negocio, charlas, asesoría especializada. → Elemento 5: Elementos adicionales valorados. La oferta cumple porque presenta elementos adicionales valorados como espacios de comercialización en Puente Alto y Paine, Capacitación, asesorías especializadas, seminarios, rueda de negocios y Charlas, Puntos de atención móvil en Pirque, Buin y Paine, elementos de difusión. → Elemento 6: Proyección de traslados de personal, de acuerdo con el despliegue territorial. La propuesta cumple, plantea un gasto de \$280.000.- mensuales con aporte Sercotec acorde a la proyección de traslados de personal, de acuerdo con el despliegue territorial. → Elemento 7: Cumple con formato Excel exigido. El presupuesto cumple porque es presentado en el formato Excel exigido, de acuerdo con el Anexo N° 3. <u>Subcriterio 2: Aporte total de cofinanciamiento (25%)</u> La oferta obtuvo nota 7,00, porque la propuesta económica presenta un aporte de cofinanciamiento de un 35,15%, superior al 35,00% del costo total de ejecución del Centro. Presenta cofinanciamiento en 5 partidas de gasto y no presenta aportes en recursos humanos. <u>Subcriterio 3: Aporte pecuniario (25%)</u> La oferta obtuvo nota 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
Vicente Norambuena Vidal	Ejecutivo de Fomento Dirección Regional Sercotec Región de Tarapacá	
Giorgio Lobiano Barría	Profesional de la Gerencia de Centros de Desarrollo de Negocios	
Claudia Martinovic Titiro	Profesional de la Gerencia de Centros de Desarrollo de Negocios	