

ACTA DE EVALUACIÓN TÉCNICA
CONCURSO PARA OPERADORES DE CENTROS DE DESARROLLO DE NEGOCIOS 2025
PUEBLOS ORIGINARIOS
SERCOTEC – CENTRO RAPA NUI

En Santiago, con fecha 27 de junio de 2025, y en el marco del *Concurso Público para Operadores de Centros de Desarrollo de Negocios 2025 especializado en Pueblos Originarios Rapa Nui*, realizado por el Servicio de Cooperación Técnica, Sercotec, se procede a cerrar la etapa de “Evaluación Técnica-Económica y recomendación de las propuestas”, según lo establecido en Bases de Concurso.

Para la presente etapa del concurso, Sercotec dispuso de los siguientes profesionales para el desarrollo del proceso, quienes conforman la Comisión Técnica:

Nombre	Cargo
Estrella Soto Toro	Ejecutiva de Fomento, Dirección Regional Sercotec Valparaíso
Giorgio Lobiano Barría	Profesional de apoyo, Gerencia de Centros de Desarrollo de Negocios Sercotec
Pablo Barahona Gaete	Profesional Gerencia de Centros de Desarrollo de Negocios Sercotec

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

Criterios de evaluación	Ponderación
1. Cumplimiento de requisitos formales	5%
2. Comportamiento contractual anterior	5%
3. Evaluación de antecedentes financieros	10%
4. Experiencia de la entidad oferente en servicios similares	10%
5. Propuesta Técnica	40%
6. Ubicación e Infraestructura	10%
7. Presupuesto y aportes de cofinanciamiento	20%
Total	100%

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

Región a la que postula	Valparaíso
Centro al que postula	Rapa Nui
Institución oferente	CORPORACIÓN DE DESARROLLO SOCIAL DEL SECTOR RURAL / CODESSER
Cumplimiento de requisitos formales (5%)	1,00
Comportamiento contractual anterior (5%)	1,00
Evaluación de antecedentes financieros (10%)	1,00

Subcriterio 1: Indicador de liquidez (50%)	1,00
Subcriterio 2: Relación deuda patrimonio (50%)	1,00
Experiencia de la entidad oferente en servicios similares (10%)	4,60
Subcriterio 1: Experiencia en proyectos similares (40%)	1,00
Subcriterio 2: Experiencia a nivel regional (60%)	7,00
Propuesta Técnica (40%)	5,80
Subcriterio 1: Diagnóstico territorial y lineamientos estratégicos (25%)	1,75
Dimensión 1: Diagnóstico de brechas y oportunidades del territorio del Centro (5%)	7,00
Dimensión 2: Caracterización territorial (10%)	7,00
Dimensión 3: Mirada estratégica del Centro (10%)	7,00
Subcriterio 2: Servicios del Centro y metodología de trabajo (20%)	1,40
Dimensión 1: Metodología de trabajo en cada segmento de clientes (20%)	7,00
Subcriterio 3: Despliegue y estrategia de articulación territorial (30%)	0,90
Dimensión 1: Despliegue territorial (10%)	7,00
Dimensión 2: Estrategia de articulación territorial y desarrollo del ecosistema local de emprendimiento e innovación (20%)	1,00
Subcriterio 4: Elementos diferenciadores del operador (25%)	1,75

Dimensión 1: Estrategias para potenciar el trabajo en equipo y para el desarrollo profesional (10%)	7,00
Dimensión 2: Plan de monitoreo y gestión del Centro (15%)	7,00
Ubicación e Infraestructura (10%)	5,00
Presupuesto y aportes de cofinanciamiento (20%)	3,50
Subcriterio 1: Coherencia y pertinencia de la propuesta técnica y plan de gastos (50%)	5,00
Subcriterio 2: Aporte total de cofinanciamiento (25%)	3,00
Subcriterio 3: Aporte pecuniario (25%)	1,00
Nota Final	4,18

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.

N°	Institución oferente	Región a la que postula	Centro al cual postula	Nota final	Estado	Fundamento
1	CORPORACIÓN DE DESARROLLO SOCIAL DEL SECTOR RURAL / CODESSER	Valparaíso	Rapa Nui	4,18	Inadmisible	Criterio 1: Cumplimiento de requisitos formales (5%) El oferente tiene nota 1,00 porque no presenta todos los antecedentes solicitados dentro del plazo establecido, sin embargo, en la etapa de admisibilidad, subsanó oportunamente las deficiencias observadas. Criterio 2: Comportamiento contractual anterior (5%) El oferente tiene nota 1,00 porque se le ha aplicado 2 (dos) sanciones calificadas como menos grave en los últimos 5 (cinco) años, contados desde la fecha de cierre de presentación de las ofertas, conforme al registro consolidado de la Gerencia de Centros de Desarrollo de Negocios de Sercotec. Criterio 3: Evaluación de antecedentes financieros del oferente (10%) La oferta obtuvo nota 1,00 como nota ponderada del criterio considerando lo siguiente: • Nota del indicador de liquidez: 1,00 porque la liquidez de la institución corresponde a 1,01, siendo esta menor a 1,5 veces, para hacer frente a sus Obligaciones Financieras en el corto plazo. • Nota relación Deuda Patrimonio: 1,00, porque el endeudamiento de la institución corresponde a 6,61, siendo entonces superior a 1 en su relación Deuda Patrimonio. Criterio 4: Experiencia entidad oferente en servicios similares (10%) La oferta obtuvo nota 4,60 como nota ponderada del criterio, de acuerdo con los siguientes subcriterios: • Subcriterio 1: Experiencia en proyectos similares (40%) La oferta obtuvo nota 1,00 dado que presenta sólo 5 proyectos similares en la región donde postula, en los últimos 3 años, contados desde el cierre de recepción de propuestas, las cuales se resumen a continuación: 1. Programa Transforma Valparaíso, Ciudad Creativa, Innovadora y sustentable, (año 2015 a la fecha, Región de Valparaíso) 2. Programa Transforma Fruticultura Sustentable en Valparaíso (año 2022 a la fecha, Región de Valparaíso). 3. Centro de Negocios Sercotec Especializado en Pueblo Rapa Nui (año 2019 a la fecha, Región de Valparaíso). 4. PDT Gastronómico Rapa Nui (2015 a la fecha), Región de Valparaíso. 5. Programas de Formación para la Competitividad PFC: 2 de inglés, 2 de francés, 1 de guías submarinos, cen Nch3092 y/o norma Wafa para Guías de Turismo de Rapa Nui (2015 a la fecha, Región de Valparaíso). • Subcriterio 2 Experiencia en proyectos a nivel regional (60%)

						La oferta obtuvo nota 7,00, porque presenta 5 proyectos similares en la región donde postula, en los últimos 3 años, contados desde el cierre de recepción de propuestas, las cuales se resumen a continuación: 1. Programa Transforma Valparaíso, Ciudad Creativa, Innovadora y sustentable, (año 2015 a la fecha, Región de Valparaíso). 2. Programa Transforma Fruticultura Sustentable en Valparaíso (año 2022 a la fecha, Región de Valparaíso). 3. Centro de Negocios Sercotec Especializado en Pueblo Rapa Nui (año 2019 a la fecha, Región de Valparaíso). 4. PDT Gastronómico Rapa Nui (2015 a la fecha), Región de Valparaíso. 5. Programas de Formación para la Competitividad PFC: 2 de inglés, 2 de francés, 1 de Guías Submarinos, Certificación En Nch3092 y/o Norma Wafa para Guías de Turismo de Rapa Nui (2015 a la fecha, Región de Valparaíso). Criterio 5: Propuesta Técnica (40%) La oferta obtuvo una nota ponderada de 5,80 en este criterio, dado por los siguientes subcriterios y dimensiones: • <u>Subcriterio 1: Diagnóstico territorial y lineamientos estratégicos (25%)</u> La oferta obtuvo 1,75 puntos en este subcriterio, por las siguientes dimensiones: Dimensión 1: Diagnóstico de brechas y oportunidades del territorio (5%) La oferta obtuvo una nota de 7,00 en esta dimensión, por los siguientes elementos: La oferta CUMPLE con los 6 elementos de los 6 elementos que componen esta dimensión: → Elemento 1: El oferente presenta un diagnóstico, dónde realiza el análisis por elementos económicos, sociales y medioambientales del territorio cubierto por el CDN, desde un enfoque intersectorial e intercultural. El oferente cumple con lo solicitado, porque presenta un diagnóstico territorial detallado de la isla, indicando con ello aspectos como la Dimensión Económica, donde destaca que el turismo es la principal actividad, altamente vulnerable a crisis externas, la infraestructura es limitada, con dependencia del continente, se observa una gestión empresarial débil, sin planificación ni sostenibilidad, Ley Pascua exime de impuestos, lo que ha fomentado un crecimiento informal, ingresos por turismo superan los 39 millones de dólares anuales. Por otro lado, en la dimensión Social se destaca la diversidad poblacional con desafíos de cohesión e integración, acceso limitado a servicios especializados en salud y educación, fuerte identidad cultural, pero amenazada por la transculturización derivada del turismo. En la dimensión Medioambiental, destaca un ecosistema frágil, con problemas como erosión, escasez de agua y mala gestión de residuos, el turismo genera presión sobre los recursos naturales y sitios patrimoniales, amenazas del cambio climático: sequías, aumento del nivel del mar, eventos extremos, entre otros.
--	--	--	--	--	--	---

						→ Elemento 2: Identifica de forma clara brechas, fortalezas y/o oportunidades del territorio. El oferente cumple con lo solicitado, porque identifica diversas brechas territoriales, las cuales abarcan aspectos tales como: Turismo desregulado, sin planificación territorial ni control de flujos, débil formación empresarial y carencia de innovación y digitalización, falta de economía circular y de iniciativas de responsabilidad social empresarial, pobre monitoreo de impactos del turismo, carencia de mecanismos para potenciar soluciones locales sostenibles, escasa diversificación de experiencias turísticas basadas en regeneración y participación del visitante. → Elemento 3: Vincula el diagnóstico con datos cuantitativos con fuentes. El oferente cumple con lo solicitado, porque indica datos de fuentes como Biblioteca del Congreso Nacional, Sernatur, Bases de datos de tráfico aéreo JAC, 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 con lo solicitado, porque incorpora datos locales desde fuentes como Registro de Prestadores de Servicios Turísticos, SERNATUR, diagnóstico PTI Rapa Nui Desarrollo Sostenible de la Industria Turística, Datos INE, Reportes relacionados del Gobierno Regional de Valparaíso, Ministerio del Medio Ambiente, Municipio local, entre otros. → Elemento 5: Priorice brechas y/o Oportunidades del diagnóstico realizado que serán abordadas por la propuesta estratégica del Centro a partir de las brechas, fortalezas y/o oportunidades antes definidas. El oferente cumple con lo solicitado, porque indica las brechas que priorizará: Brechas digitales en Isla de Pascua, por un lado, debido a los problemas de conectividad que tiene el territorio como asimismo disposición a programas de formación que apunten a esto; Brechas existentes en la Isla en materia de sustentabilidad en la Cadena de Valor de la industria del turismo, brechas asociadas al registro de ventas (registros contables y extracontables), todas relacionadas al marco de necesidades descritas en este apartado, y gestionables por el programa. → Elemento 6: Las brechas y/o oportunidades priorizadas son factibles de abordar y orientadas al quehacer del Centro. El oferente cumple con lo solicitado, dado que las brechas y elementos de trabajo priorizados serán abordados con la oferta programática del quehacer del Centro. En este sentido, la propuesta incluye una diversidad de actividades que se harán cargo de esta priorización, a través de asesorías generalistas, asesorías especializadas, capacitaciones, articulación, derivación y elementos propios del modelo de Centros. Dimensión 2: Caracterización territorial (10%) La oferta obtuvo una nota de 7,00 en esta dimensión, de acuerdo a los siguientes elementos: La oferta CUMPLE con 5 de los 5 elementos que componen esta dimensión:
--	--	--	--	--	--	---

						→ Elemento 1: Análisis por cada comuna de atención respecto de cuáles son los principales clientes potenciales del Centro. El oferente cumple con lo solicitado, porque incorpora un completo análisis del territorio cobertura, indicando con ello sectores dentro de Rapa Nui (una comuna de cobertura), tales como Zona Oeste - Hanga Roa, Zona Norte - Costa Norte (Poike-Hanga Oteo), Zona Este - Volcán Poike, Zona Sur - Volcán Rano Kau y Orongo, Zona Centro - Volcán Ma'unga Terevaka. Para cada zona, describe características, actividades, clientes potenciales, contexto ceremonial/cultural, entre otros. → Elemento 2: Caracterización completa de dichos segmentos, en cuanto a variables demográficas, económicas, socioculturales y medioambientales desde un enfoque intersectorial e intercultural. El oferente cumple con lo solicitado, indicando para ello características de los potenciales clientes, enfocados a la realidad de la isla: Nivel 1 (N1) - Emprendedores(as) en etapa inicial: Personas con ideas de negocio o cooperativas en formación, vinculados principalmente a la cadena de valor turística como servicios complementarios, rubros: artesanía, agricultura, comercio, alimentos (mermeladas, conservas), productos naturales (cosmética herbal), no forman parte de la planta básica del turismo, en el marco de la realidad de la isla. Nivel 2 (N2) - Negocios formalizados en desarrollo: Empresarios(as) o cooperativas con negocios establecidos, pero aún en consolidación, necesitan apoyo en gestión de ventas, control de costos, canales de comercialización y procesos productivos, rubros: comercio, gastronomía y alojamiento, incluye las cooperativas existentes. Nivel 3 (N3) - Negocios consolidados con potencial de crecimiento: Empresarios(as) formalizados hace más de 2 años y con financiamiento público, requieren incorporar valor agregado para escalar su oferta, rubros: tour operadores, arriendo de vehículos, empresas de buceo, hoteles, restaurantes y shows artísticos, enfocado en la realidad socio-cultural de la isla. → Elemento 3: Descripción de las necesidades existentes de los segmentos N3, N2 y N1 identificados considerando el diagnóstico territorial y por comunas realizado y en función de las brechas y/o oportunidades priorizadas. El oferente cumple con lo solicitado, incorpora necesidades relacionadas las brechas detectadas y priorizadas, para la realidad de la Isla. A saber, y por segmento: Nivel 1 (N1): Clientes emprendedores/as y cooperativas en formación con ideas de negocio, necesidades principales: Estructuración del modelo de negocio, definición de la propuesta de valor, formalización y validación inicial del emprendimiento. Nivel 2 (N2) clientes: Empresarios/as y cooperativas con negocio ya establecido, necesidades principales: control de ventas y finanzas básicas, fortalecimiento de canales de venta, mejora de procesos productivos y de gestión, uso eficaz de herramientas digitales para promoción y difusión. Nivel 3 (N3) clientes: empresarios/as y cooperativas con negocio establecido y alto potencial de crecimiento, necesidades principales: asesoría tributaria y laboral, acceso a financiamiento privado, escalamiento comercial y posicionamiento de mercado, proyección internacional y sostenibilidad. Para cooperativas: Formación y gobernanza cooperativa, asesoría legal y tributaria especializada, acceso a instrumentos de fomento específicos, entre otros.
--	--	--	--	--	--	--

						→ Elemento 4: Consolidación del análisis de cuáles serán los potenciales clientes del Centro por cada tipo de segmento N2 y N3 v/s N1. El oferente cumple con lo solicitado, porque presenta un cuadro con la consolidación de la información de los potenciales clientes del Centro por cada tipo de segmento, N1, N2 y N3 con un detalle de la caracterización y necesidades de cada uno. → Elemento 5: Presenta una propuesta de cómo el Centro abordará el territorio para tener una cobertura 80/20 clientes N2 y N3 v/s N1, haciendo alusión a la distribución del equipo, las articulaciones, cobertura territorial, entre otros aspectos que den cuenta de la focalización al público objetivo. El oferente cumple con lo solicitado. La formalización de empresarios en Rapa Nui representa un gran desafío para alcanzar la cobertura 80/20, debido a la alta presencia de emprendedores informales. Para abordar esto, se proponen tres estrategias. Alianzas y articulación: El Centro formará alianzas con actores clave del territorio, como la Municipalidad, Sernatur, Conadi, Banco Estado, Cámara de Turismo, entre otros. Despliegue territorial: Se implementará una estrategia de atención y disposición del equipo en terreno en zonas clave (como Hanga Roa Otai y Mataverí), coordinación con entidades locales para usar espacios comunitarios, participación en ferias y eventos culturales, y uso de canales digitales para difusión y seguimiento. Focalización: Los focos de trabajo estarán orientados hacia empresas que provienen de los sectores gastronómicos, turismo, servicios y agricultura. Al respecto, es importante recalcar, que en Rapa Nui, y en virtud de la Ley Pascua, N°16.441, todas las actividades empresariales como particulares están exentas de impuestos y contribuciones, como tal las empresas se constituyen de facto, sin requerir de ningún tipo de iniciación de actividades legales, por lo tanto, sin la obligación de llevar una contabilidad sistemática y ordenada. Dimensión 3: Mirada estratégica del Centro (10%) La oferta obtuvo una nota de 7,00 en esta dimensión, considerando los siguientes elementos: La oferta CUMPLE con los 6 elementos que componen esta dimensión: → Elemento 1: Vincula las brechas y oportunidades priorizadas en el diagnóstico con los objetivos de desarrollo sostenible y la agenda 2030 de Chile. El oferente cumple con lo solicitado, indicando las brechas y su conexión a los ODS. 1.-Actualmente existe una brecha digital en Isla de Pascua, por un lado, debido a los problemas de conectividad que tiene el territorio, pero también debido a la capacitación en el uso efectivo de herramientas digitales de promoción y difusión: ODS 8 Trabajo decente y crecimiento económico, ODS 10 Reducción de las desigualdades y ODS 11 Ciudades y comunidades sostenibles. 2.- Brechas existentes en la Isla en materia de sustentabilidad en la Cadena de Valor de la industria del turismo: ODS 11 Ciudades y comunidades sostenibles, ODS 12 Producción y consumo responsables, ODS 13 Acción por el clima. 3.- Brechas asociadas al registro de ventas (registros contables y extracontables): ODS 10 Reducción de las desigualdades. → Elemento 2: Vincula las brechas y/o oportunidades priorizadas en el diagnóstico, con los ejes
--	--	--	--	--	--	--

						estratégicos del Programa Centros (sostenibilidad, encadenamientos productivos y ecosistemas, internacionalización, asociatividad, género y pueblos originarios) según ANEXO N°1: Especificaciones Técnicas del Modelo. El oferente cumple con lo solicitado, vincula las brechas priorizadas, indicadas anteriormente, a los ejes estratégicos del programa: La focalización temática en Pueblos Originarios, Sustentabilidad / Sostenibilidad, Género, Encadenamientos productivos, Internacionalización, Transformación digital, Turismo sostenible; la focalización en los principales sectores productivos: sectores gastronómicos, turismo, servicios y agricultura; la generación de alianzas y articulación con actores claves del territorio y la Estrategia de Despliegue territorial integral, permitirán contribuir a generar impacto en las unidades productivas, mejorando su capacidad de gestión, entregando herramientas para el aumento de la competitividad, agregación de valor y diferenciación, que aseguren la sostenibilidad económica de las mismas y con ello fortalecer el ecosistema productivo territorial. → Elemento 3: Propuesta de variedad de servicios/oferta programática del CDN (asesoría generalista, asesoría especializada, programas de capacitación, seminarios, acciones asociativas, otros). El oferente cumple con lo solicitado, porque la propuesta presenta por cada brecha señalada asesorías individuales, grupales y especializadas, tales como alfabetización y marketing digital. Capacitaciones (Talleres, charlas y seminarios): Obtención de Resolución sanitaria y patente municipal, sustentabilidad ambiental, registro en Sernatur, eficiencia energética, uso eficiente recurso hídrico, tendencias habilitantes para el desarrollo del diseño e innovación tecnológica para una Economía Circular. Asesorías y capacitaciones en registro y control de ventas, declaración Mensual F29, gestión de personas y leyes laborales, entre otros. → Elemento 4: Indique con qué actores se articulará el ámbito público, privado y académico. El oferente cumple con lo solicitado, porque señala que se articulará con los siguientes actores: vinculación con otros centros, Sernatur, Seremi de Salud, Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático, Delegación Provincial, Municipalidad de Isla de Pascua, CONADI, SII, Delegación Provincial Banco Estado. → Elemento 5: Propone de forma coherente indicadores de impacto y variables para cada una de las estrategias. El oferente cumple con lo solicitado, porque señala diversos indicadores pertinentes al modelo de trabajo de los Centros: N° Clientes asesorados, N° de Cooperativas asesoradas, N° de Iniciativas de Desarrollo de Ecosistema y Encadenamiento Productivo, N° de Empresas reciben asesorías en temas de sustentabilidad, N° de iniciativas de Género, N° de Empresas con aumento de ventas en el periodo de medición, Monto de aumento en Ventas, Monto de financiamiento privado aprobado en el periodo de medición, N° de iniciativas de Pueblos Originarios. → Elemento 6: Explicita las estrategias de trabajo de cómo el Centro abordará las brechas y/o oportunidades priorizadas en el diagnóstico para contribuir a la sostenibilidad económica de
--	--	--	--	--	--	---

						MIPes y Cooperativas. Se espera que se indiquen acciones de acompañamiento, de instalación de capacidades, de gestión empresarial y articulación del ecosistema empresarial local, de tal forma de ver la coherencia del Cuadro Plan Estratégico. El oferente cumple con lo solicitado. La estrategia se enfoca en temas clave como pueblos originarios, sostenibilidad, género, encadenamientos productivos, internacionalización, transformación digital y turismo sostenible, así como en sectores productivos como gastronomía, turismo, servicios y agricultura, a través de alianzas territoriales y un despliegue integral, buscan mejorar la gestión de las unidades productivas, aumentar su competitividad, agregar valor y garantizar su sostenibilidad económica, fortaleciendo así el ecosistema productivo local de la Isla. Lo anterior, con un despliegue pertinente del equipo para cubrir el territorio, segmentado por sectores y zonas de intervención. • <u>Subcriterio 2: Servicios del Centro y metodología de trabajo (20%)</u> La oferta obtuvo un puntaje de 1,40 en este subcriterio, de acuerdo a las siguientes dimensiones: Dimensión 1: Metodología de trabajo en cada segmento de clientes (20%) La oferta obtuvo una nota de 7,00 en esta dimensión, considerando los siguientes elementos: La oferta CUMPLE con los 6 elementos que componen esta dimensión: → Elemento 1: Es coherente la propuesta de trabajo de cada segmento de clientes porque especifica acciones personalizadas para cada tipo de clientes del Centro (tracción, servicios y actividades de ecosistemas) de acuerdo con cada necesidad y las brechas y/o oportunidades priorizadas en el diagnóstico. El oferente cumple con lo solicitado, porque la propuesta es coherente con cada segmento N1, N2, N3 y Cooperativas, tanto en su estrategia de tracción, servicios que ofrece. Por ejemplo: Para N1 necesidades como estructuración del modelo de negocio, definición de propuesta de valor, formalización y validación inicial, con tracción a través de charlas abiertas en colegios, ferias comunales y radios locales; tracción de clientes vía trabajo conjunto con OMIL y Fundación Rapa Nui, activación digital en grupos de Facebook e Instagram, servicios que cubran diagnóstico inicial y plan de acción personalizado, asesorías para formalización y primera venta, talleres de ideación, Canvas y costos básicos, taller “Emprende desde tu identidad Rapa Nui”, entre otros. Para N2: necesidades relacionadas a Control de ventas y finanzas básicas, fortalecimiento de canales de venta, mejora en procesos productivos y gestión, entre otros. Tracción vía coordinación con la Municipalidad, SII y Seremi de Salud para derivaciones, campañas de difusión en redes sociales, talleres masivos y atención en terreno. Servicios que abarquen asesorías generalistas, capacitaciones en marketing digital, registro de ventas y formalización, acceso a programas de formación y mentoría, jornadas de capacitación territorial. Para N3: necesidades sobre temas tributarios y laborales, acceso a financiamiento privado, escalamiento comercial y posicionamiento, entre otros. Tracción vía contactos previos, Cámara de Turismo y redes gremiales, activaciones en ferias y encuentros empresariales, uso de redes sociales y WhatsApp corporativo. Servicios como asesorías técnicas especializadas, estudios de mercado, vinculación con ProChile y BancoEstado, talleres
--	--	--	--	--	--	---

						sobre financiamiento, sostenibilidad, economía circular e innovación, encuentros empresariales, ruedas de negocios, charlas de liderazgo y digitalización. Para cooperativas, existe una propuesta diferenciada, con foco en formación y gobernanza cooperativa, asesoría legal y tributaria, acceso a instrumentos de fomento específicos. Tracción vía vinculación con agrupaciones sociales, juntas vecinales y la Municipalidad, talleres en alianza con INDAP y División de Asociatividad. Servicios de asesoría y capacitación pertinente al tipo de cliente, y actividades grupales tales como charlas sobre modelos cooperativos, encuentros de redes productivas locales. → Elemento 2: Se propone diversidad de servicios, complementarios y adicionales: El oferente especifica y detalla set de servicios, complementarios y adicionales, que contribuyen a disminuir las brechas identificadas y priorizadas por el Centro, en relación con el punto 3.2.2 del Anexo N° 5 de las Bases; y son capaces de abordar las necesidades identificadas por cada segmento. El oferente cumple con lo solicitado, porque para cada segmento dispone de servicios basales y pertinentes, acoplados a cada tipo de cliente. Como ejemplo, Por ejemplo: Para N 1 servicios que cubran diagnóstico inicial y plan de acción personalizado, asesorías para formalización y primera venta, talleres de ideación, Canvas y costos básicos, talleres customizados, entre otros. Para N2: servicios que abarquen asesorías generalistas, capacitaciones en marketing digital, registro de ventas y formalización, acceso a programas de formación y mentoría, jornadas de capacitación territorial. Para N3, servicios como asesorías técnicas especializadas, estudios de mercado, vinculación con ProChile y BancoEstado, talleres sobre financiamiento, sostenibilidad, economía circular e innovación, encuentros empresariales, ruedas de negocios, charlas de liderazgo y digitalización. Para cooperativas, servicios de asesoría y capacitación pertinente al tipo de cliente, y actividades grupales tales como charlas sobre modelos cooperativos, encuentros de redes productivas locales, entre otros. → Elemento 3: Propone acciones grupales de trabajo o de articulación, desarrollo de ecosistemas o encadenamientos productivos con cada segmento de clientes (encuentros empresariales, ruedas de negocios, asesorías grupales, actividades para compartir experiencias, entre otros) de acuerdo con sus necesidades. El oferente cumple con lo solicitado, para cada segmento de cliente. Por ejemplo, N1: Taller de “Emprende desde tu identidad Rapa Nui”, asesorías, círculos de emprendedores en formación. Para N2: Jornadas de capacitación territorial, rondas de asesoría sectorial (gastronomía, turismo, comercio). Para N3: Encuentros empresariales, ruedas de negocios y charlas de liderazgo y digitalización. Para cooperativas, se esperan acciones grupales como asesorías, charlas sobre modelos cooperativos, encuentros de redes productivas locales. → Elemento 4: 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, considerando los grados de madurez de las cooperativas en el territorio. El oferente cumple con lo solicitado, porque indica coherentemente los servicios, necesidades, acciones de atracción y acciones grupales, y con ello una propuesta de trabajo diferenciada para los grupos de clientes,
--	--	--	--	--	--	--

						haciendo hincapié en la oferta diferenciada para cooperativas en creación y ya funcionando, de empresas establecidas (N2 y N3), como además para los emprendimientos N1. Adicionalmente se propone las siguientes acciones complementarias al servicio del Centro: Desarrollo de material corporativo para emprendimientos, a través de la práctica de alumnos de la carrera de Publicidad Digital, por alumnos y docentes pertenecientes a la academia. Determinación de información nutricional de alimentos: para clientes, que cuenten con productos que se comercializan envasados, a partir de Convenio de Alianza del Operador con CREAS en la región de Valparaíso. → Elemento 5: Presenta al menos una estrategia de trabajo o trayectoria de maduración de la gestión empresarial por cada segmento de clientes (N1, N2 y N3) junto con los resultados esperados. Cada una de las estrategias vincula las necesidades de cada segmento con la realización de servicios, adicionales y complementarios, y con resultados esperados en cada segmento de acuerdo a los servicios que implementará. El oferente cumple con lo solicitado, porque presenta estrategias y trayectorias de trabajo diferenciadas para cada tipo de cliente, considerando la realidad de la isla, y el foco específico de trabajo con negocios no formalizados, dada la situación de excepción del territorio, y la preparación para el crecimiento paulatino. Con todo, además presenta estrategias para empresas establecidas y cooperativas, diferenciándose la trayectoria de trabajo, según cada perfil. Para emprendimientos, se espera trabajar principalmente acciones tendientes a la formalización y al ordenamiento integral de la propuesta de negocio, considerando taller de inducción “Emprende desde tu identidad”, aplicación de Canvas o Lean Startup, asesoría en definición de propuesta de valor, apoyo en formalización (SII, patente, resolución sanitaria), capacitación en marketing digital básico, entre otros elementos. Para clientes N2, se espera trabajar en la consolidación de éstos, considerando además diagnóstico inicial y levantamiento de brechas, asesoría generalista en formalización, ventas, digitalización y costos, talleres mensuales de gestión y marketing, apoyo en registro contable y declaración F29, orientación para postular a fondos públicos o privados, derivación a asesoría especializada según necesidad, seguimiento bimensual. Para clientes N3, se espera trabajar una trayectoria que cubra diagnóstico estratégico individualizado, asesoría especializada en escalamiento, eficiencia operativa y sostenibilidad, formación en liderazgo, innovación y acceso a nuevos mercados, vinculación con instrumentos financieros (créditos, capital de riesgo), preparación para internacionalización o certificación (Sello Q, Marca Chile), seguimiento mensual y medición de impacto. Finalmente, para cooperativas, se espera trabajar una trayectoria que abarque diagnóstico organizacional y legal, taller sobre el modelo cooperativo y sus ventajas, acompañamiento en estatutos, gobernanza y formalización, formación en gestión interna, contabilidad básica y resolución de conflictos, vinculación con actores públicos como INDAP, SERCOTEC, División de Asociatividad, apoyo en visibilidad y generación de redes comerciales, seguimiento trimestral con sesiones grupales, entre otros. → Elemento 6: Propone indicadores que capturan los resultados y efectos en las empresas de los pueblos originarios. El oferente cumple con lo solicitado, presentando para ello indicadores pertinentes y diferenciados por segmento. Para clientes N1, se espera cubrir indicadores como: N°
--	--	--	--	--	--	---

						de empresas formalizadas, N° de empresas que incorporan herramientas digitales en sus procesos de comercialización, N° de empresas que incorpora como herramienta de gestión el registro y control de ventas. Para clientes N2: N° de empresas que realizan declaración mensual a través de F29, N° de empresas con registro de costos, N° de empresas que postulan a fondos concursables. Para clientes N3: N° de empresas que accede a financiamiento privado, N° de empresas que comercializa fuera de la isla, N° de empresas que logra obtener alguna certificación. Para cooperativas: % de aumento en el nivel de ventas de la cooperativa, N° de nuevos clientes. • <u>Subcriterio 3: Despliegue y estrategia de articulación (30%)</u> La oferta obtuvo un puntaje 0,90 en este subcriterio, de acuerdo a las siguientes dimensiones: Dimensión 1: Despliegue territorial (10%) La oferta obtuvo una nota de 7,00 en esta dimensión, por los siguientes elementos: La oferta CUMPLE con 5 elementos de los 5 elementos que componen esta dimensión: → Elemento 1: Una oficina central y puntos de atención que abordan la totalidad de las comunas de cobertura del Centro indicadas en el anexo de localización de centros. El oferente cumple con lo solicitado, porque presenta infraestructura del centro actual, ubicado en Av. Pont s/n Isla de Pascua. Si bien el anexo N2 no indica que deba presentar puntos de atención, el oferente incorpora aportes de infraestructura para el despliegue de los servicios, como complemento, para toda la isla/comuna. → 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 con lo solicitado, porque presenta las cartas de arriendo, como además carta de la infraestructura que dispondrá de forma complementaria, para la atención y cobertura de la isla. → Elemento 3: Se presentan puntos de atención en todas las comunas del territorio indicado en el Anexo N°2, en dependencias de socios estratégicos como valor agregado de la propuesta, los cuales, constan en cartas de apoyo. El oferente cumple con lo solicitado, toda vez que el anexo N°2 de las bases no indica la necesidad de presentar puntos de atención, al ser una comuna/isla. No obstante, de forma complementaria el oferente dispondrá, con aliados estratégicos, de espacios para despliegue de los servicios, infraestructura distinta al centro principal, disponiendo así de más puntos de prestación de servicios. → Elemento 4: Al menos el 30% de los puntos de atención están ubicados en socios estratégicos privados o academia. El oferente cumple con lo solicitado, según anexo N°2 de las bases no existe necesidad de presentar puntos de atención en Rapa Nui, con todo, la disposición de infraestructura complementaria, distinta al centro principal, se presenta debidamente, con aportes de colaboradores.
--	--	--	--	--	--	--

						→ Elemento 5: 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 con lo solicitado, dado que señala dirección, horarios, servicios y despliegue, de forma pertinente. Además, el oferente indica cómo abordará el trabajo territorial integral, que contempla: Atención en terreno en sectores clave de la isla, como Hanga Roa Otai, Hanga Piko y Mataveri, con jornadas de atención directa y charlas técnicas; coordinación con la Municipalidad de Rapa Nui y la Delegación Provincial para utilizar espacios comunitarios en actividades de extensión y capacitación, participación activa en ferias, ferias rurales y eventos culturales, para acercar los servicios del Centro a los emprendedores que no pueden asistir presencialmente, agenda coordinada con SERNATUR y Cámara de Turismo de Rapa Nui, para articular actividades conjuntas con operadores turísticos, guías locales, alojamientos y artesanos/as, uso intensivo de canales digitales (redes sociales y WhatsApp) como herramienta de difusión de actividades, seguimiento de asesorías y convocatorias abiertas. Dimensión 2: Estrategia de articulación territorial y desarrollo del ecosistema local de emprendimiento e innovación (20%) La oferta obtuvo una nota de 1,00 en esta dimensión, por los siguientes elementos: La oferta CUMPLE con 3 elementos de los 7 elementos que componen esta dimensión: → Elemento 1: Se propone estrategia de desarrollo del ecosistema de emprendimiento e innovación del CDN coherente con las brechas identificadas en el diagnóstico, incluyendo hitos y actividades, para el Desarrollo Productivo Sostenible del territorio. El oferente cumple con lo solicitado, porque propone estrategia de desarrollo del Ecosistema de emprendimiento e Innovación, generando acciones con diversas Instituciones públicas, privadas y academia en coherencia con las brechas identificadas en el diagnóstico. Por ejemplo: La articulación institucional del Centro se basa en su red de contactos en el territorio para beneficiar a sus clientes mediante oportunidades de desarrollo junto a entidades del ecosistema productivo local. Se identifican tres tipos de instituciones: Instituciones de postulación conjunta, Instituciones con acuerdos de colaboración, Instituciones sin vínculo formal. Con ello, identifica actores y focos de trabajo y colaboración pertinente con ellos, para beneficio del centro y sus clientes, según las brechas detectadas y priorizadas de digitalización, gestión de ventas y sustentabilidad. → 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 con lo solicitado, presenta articulación con diversos actores con presencia o trabajo en el territorio, público, privados y academia, tales como Delegación Presidencial Provincial, Sernatur, Instituto Profesional AIEP SpA, Prodemu, Fundación Mujer Activa, Centro Lector Katipare, Revista Super Mamá, Radio Katipare, Banco Estado; Cámara de Turismo Isla de Pascua, vinculación parcial con Conadi, I. Municipalidad de I. de Pascua, Seremi de salud, SII, Indap.
--	--	--	--	--	--	---

						→ Elemento 4: Los actores propuestos están relacionados con las brechas y/u oportunidades priorizadas, el quehacer del Centro y con los ejes estratégicos del Programa de Centros Sercotec, de acuerdo a lo propuesto en la Tabla Planificación de alianzas. El oferente cumple con lo solicitado, porque los actores son pertinentes para contribuir al trabajo que apunte a las brechas priorizadas de digitalización, sustentabilidad y gestión de ventas. Actores presentes en la Isla, o bien con proyectos dirigidos, que pueden robustecer, vía colaboración, los servicios y articulaciones necesarias para el Programa de Centros en Rapa Nui. La oferta NO CUMPLE con 4 elementos de los 7 elementos que componen esta dimensión: → Elemento 3: Propone actividades y vinculación con otros Centros de la Red de Centros de Desarrollo de Negocios, en temática de pueblos originarios. El oferente no cumple con lo solicitado, porque no indica explícitamente ni detalla pertinentemente actividades con otros centros, en temáticas de pueblos originarios. → Elemento 5: Existen cartas de apoyo y/o financiamiento para al menos el 70% de las vinculaciones propuestas. El oferente no cumple con lo solicitado, dado que presenta 10 organizaciones en la tabla de alianzas, pero solo 3 organizaciones del listado (30%), presentan aportes concretos al Centro, como aliados del oferente, y con cartas que respalden los compromisos. → Elemento 6: Se proponen al menos 2 encuentros con todos los socios estratégicos del Centro. El oferente no cumple con lo solicitado, porque no indica el compromiso de realización de al menos dos encuentros de trabajo con todos los socios estratégicos del Centro. → Elemento 7: El Comité Directivo propuesto está compuesto por 4 actores privados (incluyendo gremios), 1 academia y 2 actores públicos. Además, todos los actores propuestos son importantes a nivel nacional y regional de acuerdo con brechas priorizadas por el Centro (diagnóstico territorial mencionados en ANEXO N°5). El oferente podrá ser incluido dentro del Comité Directivo, siendo considerado en la integración mínima para cumplir este punto. El oferente no cumple con lo solicitado, porque no incluye en el comité propuesto la academia. El Comité propuesto está conformado de la siguiente manera: Delegación Provincial, Sernatur, Conadi, Banco Estado Rapa Nui (públicos), Cámara de Turismo de Isla de Pascua y Codesser (privados). • <u>Subcriterio 4: Elementos diferenciadores del operador (25%)</u> La oferta obtuvo un puntaje 1,75 en este subcriterio, por las siguientes dimensiones: Dimensión 1: Estrategias para potenciar el trabajo en equipo y para el desarrollo profesional (10%) La oferta obtuvo una nota de 7,00 en esta dimensión, por los siguientes elementos: La oferta CUMPLE con los 4 elementos que componen esta dimensión:
--	--	--	--	--	--	--

						→ Elemento 1: Presenta plan de cómo impulsar el desarrollo profesional. El oferente cumple porque desarrolla una plan para fortalecer el trabajo en equipo y el desarrollo profesional. Incluye una evaluación de desempeño trimestral adaptada a cada cargo del Centro, con el fin de detectar necesidades de capacitación. A partir de estas, se planificarán talleres en alianza con instituciones especializadas en áreas claves (legal, comercial, medioambiental, etc.). Además, se realizarán reuniones semanales para coordinar actividades, monitorear avances y ajustar estrategias. La planificación estratégica será revisada semestralmente mediante talleres virtuales en diciembre de 2025 y junio de 2026. → Elemento 2: Identifica beneficios en temas de desarrollo profesional. El oferente cumple con lo solicitado, porque incorpora acciones de formación y capacitaciones para el equipo, con el afán de reforzar sus conocimientos y habilidades, para mejor pertinencia y calidad de los servicios. → Elemento 3: Presenta un mecanismo de medición y monitoreo del trabajo en equipo y clima laboral. La propuesta cumple en este ámbito, porque el oferente presenta un mecanismo de evaluación de desempeño trimestral, que se aplicará al equipo de trabajo, con herramientas desarrolladas por el propio oferente, adaptada para cada uno de los cargos que se desempeña dentro de un Centro. → Elemento 4: Propuesta de plan anual de instancias de trabajo en equipo para la elaboración de la planificación estratégica. El oferente cumple con lo solicitado, porque respecto a la planificación estratégica se revisará cada 6 meses el avance y se corregirá cualquier desviación al respecto, esto a través de un taller virtual a ejecutar en los meses de diciembre 2025 y junio 2026. Dimensión 2: Plan de monitoreo y gestión del Centro (15%) La oferta obtuvo una nota de 7,00 en esta dimensión, considerando los siguientes elementos: La oferta CUMPLE con los 4 elementos que componen esta dimensión: → Elemento 1: Detalle de elementos a monitorear en todos los siguientes ámbitos: Estrategia del Centro, cumplimiento de metas, articulación con el ecosistema, gestión comunicacional, experiencia de usuarios de los clientes, gestión del equipo, gestión financiera. La propuesta cumple con lo solicitado, porque incorpora acciones para revisión de estrategia del centro: Planificación anual del Centro para la validación de Sercotec indicando las estrategias a seguir para el cumplimiento de las metas y los desafíos comprometidos para el acuerdo. Cumplimiento de metas: Revisión de los avances y el cumplimiento de los indicadores del Centro y de las metas individuales por asesor/a, realizando acciones preventivas de ser necesario. Ecosistema: Monitorear y ejecutar las actividades de vinculación del Centro. Gestión comunicacional, seguimiento a las actividades y difusión, disposición de los servicios, procesos internos, del centro y de clientes, seguimiento a los procesos administrativos de continuidad operativa, desempeño y gestión del equipo, y gestión financiera, presupuestaria y rendiciones, según los manuales respectivos, entre
--	--	--	--	--	--	--

						otros. → Elemento 2: Periodicidad de cada uno de los ámbitos de monitoreo antes indicados, según el caso. El oferente cumple con lo solicitado, porque indica la periodicidad del monitoreo respectivo (trimestral, mensual o según corresponda) para cada ámbito de monitoreo. → Elemento 3: Metodología de seguimiento e identificación de responsables. El oferente cumple con lo solicitado, porque indica metodología para el seguimiento, y las acciones que la configuran, ya sean actividades de reunión, monitoreo por sistemas según lineamientos, acciones de mejora cuando sean pertinentes, identificando los responsables de materializar las acciones de seguimiento. → Elemento 4: Coherencia del plan de monitoreo con los objetivos del Programa de Centros. La propuesta cumple con lo solicitado, porque cuenta con un plan de monitoreo que es coherente con la finalidad y objetivos del programa de Centros, lo que queda explícito en cada una de las descripciones de las acciones y formas de abordar este ámbito. Criterio 6: Ubicación e infraestructura (10%) La oferta obtuvo una nota de 5,00, de acuerdo a los siguientes subcriterios: La oferta CUMPLE con 6 subcriterios de los 8 que componen este criterio: → Subcriterio 1: Visibilidad del Centro, tanto para los clientes como para potenciales clientes y usuarios que transitan en su entorno según lo indicado en ANEXO N°11. La propuesta cumple, porque se ubica en Av. Pont s/n, Isla de Pascua, en lugar accesible y visible dentro del territorio, actual infraestructura del centro. → Subcriterio 3: Cercanía del Centro, según lo indicado en ANEXO N°11, 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 con lo solicitado, porque la infraestructura se encuentra ubicada de forma estratégica en Isla de Pascua y cercano a entidades relevantes. → Subcriterio 4: Pertinencia del valor del canon de arriendo de la infraestructura, de acuerdo con valores referenciales presentados en el ANEXO N°3 de las Bases. La propuesta cumple, presenta una infraestructura cuyo canon de arriendo es acorde al precio de mercado por la ubicación y dimensiones del espacio (\$2.500.000, 70 mts³ para 3 oficinas con baño, cuenta con estacionamientos y áreas de esparcimiento). → Subcriterio 6: Tiempo proyectado de puesta en marcha de la infraestructura de acuerdo con carta
--	--	--	--	--	--	--

						Gantt, considerando un plazo de 3 meses para el caso que la infraestructura no se encuentre en condiciones de habilitación del programa, y 1 mes para el caso de que la infraestructura se encuentre pre-habilitada. La propuesta cumple con lo solicitado, porque presenta la infraestructura actual donde opera el centro, con disposición para cuando se determine. → Subcriterio 7: La infraestructura propuesta se encuentra con condiciones de habilitación (pre-habilitada), de acuerdo con el manual de Sercotec en periodo anterior. La propuesta cumple con lo solicitado, porque presenta la infraestructura actual donde opera el centro, la que está acorde al manual de Sercotec encontrándose en condiciones de habilitación, considerando además que presenta fotografías de los espacios con sus equipamientos y espacios respectivos. → Subcriterio 8: Presupuesto de habilitación se ajusta al monto proyectado de aporte Sercotec, y si supera el monto, incorpora aportes. La propuesta cumple con lo solicitado, es la actual infraestructura del centro, por ello solo se proyecta para habilitación. aporte Sercotec de 1.200.000, y 500.000 de aporte operador. La oferta NO CUMPLE con 2 subcriterios de los 8 que componen este criterio: → Subcriterio 2: Incorporación de elementos de identidad de los Pueblos Originarios, que considere la visualización de la lengua originaria, tales como letreros y señaléticas. El oferente no cumple con lo solicitado, porque no presenta elementos de identidad de Pueblo Rapa Nui ni una descripción explícita de elementos dispuestos en la infraestructura, o una proyección de su disposición o visualización en graficas o relacionados. → Subcriterio 5: Layout de las instalaciones del Centro que permita identificar al menos recepción, oficinas grupales o individuales para asesores, sala de reuniones, capacitación on line o presencial, espacios para asesorías individuales, kitchenette y comedor para el equipo, servicios higiénicos hombres y mujeres o mixtos, acceso universal y mudador. El oferente no cumple con lo solicitado, porque la propuesta no incluye layout de las instalaciones solicitado Criterio 7: Propuesta de presupuesto y aportes de cofinanciamiento (20%) La oferta obtuvo nota 3,50 como nota ponderada del criterio, por los siguientes subcriterios: • <u>Subcriterio 1: Coherencia y pertinencia presupuesto y plan de gastos (50%)</u> La oferta obtuvo una nota de 5,00 en este subcriterio, por los siguientes elementos: La oferta CUMPLE con 6 elementos de los 7 que componen este subcriterio: → Subcriterio 2: Pertinencia gastos de operación. El oferente cumple con lo solicitado, los gastos
--	--	--	--	--	--	--

						indicados en general son pertinentes a la operación regular del Centro, indicando montos para diversos ítems pertinentes a la operación y gestión del centro. Con ello, disponen recursos para honorarios y servicios profesionales publicidad, arriendos, capacitaciones y habilitación. → Subcriterio 3: Aportes de puntos de atención no pecuniarios valorados. El oferente cumple con lo solicitado. Si bien las bases no indican la obligación de proponer puntos de atención, según anexo N°2, el oferente presenta aportes de infraestructura, para salas de capacitaciones y punto de prestación de servicios. → Subcriterio 4: Contabilización de capacitaciones. El oferente cumple con lo solicitado, porque contabiliza capacitaciones para clientes y para el equipo del Centro, considerando tanto aporte de Sercotec como del Operador en ambos casos. → Subcriterio 5: Aportes comprometidos en la propuesta están valorizados y respaldados en cartas de compromisos. El oferente cumple con lo solicitado porque los aportes comprometidos en la propuesta están valorizados e incorporados en el presupuesto y respaldados con cartas de aportes. → Subcriterio 6: Proyección de traslados de personal, de acuerdo con el despliegue territorial. El oferente cumple con lo solicitado, porque la propuesta incluye la proyección de traslados para el equipo del Centro para todo el territorio que abarca el Centro, acorde al desplazamiento territorial. → Subcriterio 7: Cumple con el formato excel exigido. La propuesta cumple con lo solicitado, ya que el presupuesto presentado corresponde al formato indicado en el ANEXO N°3. La oferta NO CUMPLE con 1 de los 7 elementos de este subcriterio: → Subcriterio 1: Contabilización cantidad de personas solicitadas en el equipo. La propuesta no cumple lo requerido, porque no se presenta la estructura del equipo conforme a lo solicitado en ANEXO N°2, donde se detalla la siguiente estructura: Un Jefe/a de Centro, dos Asesor/a Generalista y un Asistente Ejecutivo. Pero el oferente propone Un Jefe/a de Centro, un Asesor/a Senior, un Asesor/a Generalista y un Asistente Ejecutivo. • <u>Subcriterio 2: Aporte total de cofinanciamiento (25%)</u> La oferta obtuvo una nota 3,00 en este subcriterio, porque la propuesta económica presenta un aporte de cofinanciamiento de un 25,10 % superior al 25,00% e igual o inferior al 30,00% del costo total del Centro. • <u>Subcriterio 3: Aporte pecuniario (25%)</u> La oferta obtuvo una nota de 1,00 en este subcriterio, porque la propuesta económica presenta un aporte pecuniario de un 0,84% inferior al 1% del cofinanciamiento del Centro.
--	--	--	--	--	--	---

Para constancia, firman:

NOMBRE	CARGO	FIRMA
Estrella Soto Toro	Ejecutiva de Fomento, Dirección Regional Sercotec Valparaíso	
Giorgio Lobiano Barría	Profesional de apoyo, Gerencia de Centros de Desarrollo de Negocios Sercotec	
Pablo Barahona Gaete	Profesional Gerencia de Centros de Desarrollo de Negocios Sercotec	