

BASES TÉCNICAS

PROGRAMA TERRITORIAL INTEGRADO TURISMO RURAL DE LA PROVINCIA DE MELIPILLA, “24PTI-273122”

LEVANTAMIENTO, CARACTERIZACIÓN, VALIDACIÓN Y CO-CONSTRUCCIÓN DE UN MODELO DE GESTIÓN TERRITORIAL

El presente documento tiene por objetivo señalar los antecedentes y especificaciones técnicas de la contratación de la consultoría que desarrollará la etapa de Validación Estratégica del “PROGRAMA TERRITORIAL INTEGRADO TURISMO RURAL DE LA PROVINCIA DE MELIPILLA” de la Región Metropolitana. Para ello se señala como primer antecedente y a modo de contexto, las características generales de los Programas Territoriales Integrados impulsados por CORFO, sus objetivos y etapas. A continuación, se detalla en específico lo referido al PTI “Turismo rural de la Provincia de Melipilla”, detallando las características de la actividad productiva, territorio y masa crítica que espera impactar.

El último capítulo del documento señala el detalle de las actividades que espera realice el consultor para el desarrollo de la presente consultoría. Se incorporó el anexo n°6 correspondiente a Orientaciones para la incorporación de la temática de Enfoque de Género en la etapa de Validación Estratégica de los Programas Territoriales Integrados PTI.

Antecedentes:

1. **La resolución (A) N°85**, de 2022 de Corfo, que ejecuta acuerdo del Comité de Asignación de Fondos CAF, que aprueba las bases del instrumento denominado “Programas Territoriales Integrados-PTI”, y deja sin efecto Resolución (A) N°88 de 2017 y sus modificaciones.
2. **La Resolución exenta N°224, de 2024**, de la Dirección Regional, que seleccionó al Corporación de Desarrollo Social del Sector Rural - CODESSER como administrador del Proyecto denominado “PTI Turismo rural de la Provincia de Melipilla”, código 24PTI-273122.

1. ANTECEDENTES TÉCNICOS GENERALES

1.1. Programas Territoriales Integrados – PTI

Los Programas Territoriales Integrados son una propuesta de desarrollo económico territorial que se acerca a la región desde sus vocaciones productivas¹ y las cadenas de valor². Tiene por foco el escalamiento competitivo de éstas y el impacto en las economías locales.

- 1.1.1.** Su diseño se sustenta en la capacidad de gestionar el apalancamiento de recursos privados y públicos, con el fin de implementar una cartera de iniciativas de inversión en fomento productivo y condiciones habilitantes. Se parte de la premisa de que, si no existen inversiones, es poco probable que las cadenas de valor escalen en competitividad y, menos aún, se genere impacto en las economías locales.

¹ Una vocación productiva no es sólo un conjunto de actividades de producción de bienes y/o servicios asociados a uno o varios sectores económicos, que se encuentran localizadas territorialmente y que dan origen a un tejido productivo que se estructura en torno a éstos y sus ventajas comparativas, sino que, a su vez, es una historia productiva con fuerte raigambre cultural, que ha establecido un conjunto de conocimientos adquiridos y difundidos en el tiempo.

² Son cadenas de valor con fuerte presencia en un territorio determinado al interior de las regiones. En general, tiene encadenamientos con empresas de menor tamaño y, en algunos casos, con empresas grandes y medianas que interactúan como fuerza motora de impulso. Son casos de competitividad limitada, pero con oportunidades de escalar.

1.1.2. Objetivos de los PTI

Objetivo General

Apoyar la coordinación y articulación de acciones y proyectos destinados a mejorar la competitividad de un territorio, que fomenten el desarrollo productivo sustentable de cadenas de valor y/o sectores con potencial de escalamiento y de impacto estratégico en la economía regional y/o local.

Objetivos específicos

- ✓ Contribuir a la coordinación e implementación de iniciativas productivas estratégicas, derivadas de acciones públicas y privadas relevantes para el territorio.
- ✓ Apoyar el desarrollo sinérgico de acciones e iniciativas de interés público y/o privado que fomente el desarrollo productivo sustentable de cadenas de valor con potencial de escalamiento y de impacto estratégico en la economía del territorio.
- ✓ Facilitar el uso de mecanismos de cofinanciamiento de Corfo y el acceso a otras herramientas de apoyo y financiamiento.

1.1.3. Instancias y etapas de los PTI

Previo a la ejecución de las etapas, el PTI considera la instancia de pertinencia de las iniciativas con potencial de ser abordadas a través de un proyecto PTI. Si las iniciativas son pertinentes, los proyectos se ejecutan en etapas sucesivas, siendo necesaria la ejecución, término, entrega de informes y rendición de cuentas de cada una de las etapas para pasar a la siguiente. La instancia y etapas de un PTI son: Pertinencia, Validación Estratégica y Ejecución.

- **Instancia de Pertinencia:** Corresponde a la etapa en que Corfo evalúa la “pertinencia” de realizar un PTI en un territorio y para una cadena de valor en particular. La Dirección Regional de Corfo o CDPR es la responsable de presentar una propuesta de PTI al nivel central de la Corporación, la que es evaluada en base a su relación con cadenas de valor con potencial de escalamiento y de impacto estratégico en la economía regional y/o local, en base a la existencia de iniciativas públicas o público-privadas complementarias al PTI en el territorio y en base a la existencia de masa crítica empresarial asociadas a cadenas de valor o sector que da lugar al PTI.
- **Etapas de Validación Estratégica:** Corresponde en esta etapa la “validación de la hipótesis de agregación de valor a las cadenas” identificadas en la Etapa de Pertinencia, a partir de un levantamiento de información sobre los actores territoriales, brechas y oportunidades.

En esta etapa se validarán y proyectarán las variables y acciones pertinentes al desarrollo territorial, la generación de capital social y/o las necesidades de coordinación, de acuerdo con las vocaciones productivas y cadenas de valor con potencial de escalamiento y de impacto estratégico en la economía del territorio.

Se asignarán recursos para financiar acciones destinadas a la validación de los objetivos del proyecto con actores relevantes del territorio, la definición del modelo organizacional del proyecto, la formulación de las líneas de acción y la construcción colaborativa del Modelo de Gestión Territorial.

La duración de esta etapa será de hasta cinco (5) meses, el que podrá ser prorrogado, previa solicitud presentada antes de su vencimiento. El plazo total de la Etapa no podrá superar los 6 meses.

- **Etapas de Ejecución:** En esta etapa se lleva a cabo un conjunto sistemático de acciones orientadas a implementar el Modelo de Gestión Territorial (Estrategia diseñada en la Etapa de Validación), para la coordinación y desarrollo sinérgico de acciones e iniciativas de interés público y/o privado que fomenten el desarrollo productivo sustentable de la cadena de valor con potencial de escalamiento y de impacto estratégico en la economía del territorio.

La duración de esta etapa no podrá ser superior a tres (3) períodos, renovables anualmente y ampliables hasta por dos (2) meses por cada año de ejecución, por el Director Regional de Corfo o el Director Ejecutivo del CDPR.

La consultoría a contratar en virtud del proceso regulado por estos Términos de Referencia es para ejecutar la Etapa de Validación Estratégica, en los términos establecidos en el Acuerdo adoptado Subcomité de Fomento Productivo del Comité de Desarrollo Productivo Metropolitano, adoptado en su Sesión N° 08-2024, celebrada el día 18 de octubre de 2024, que aprobó el Proyecto denominado “PTI Turismo rural de la Provincia de Melipilla”, el cual tiene por objetivo general diseñar y validar un modelo de gestión territorial para el ecosistema del turismo rural, enoturismo y actividades recreativas que fomente la articulación de los actores públicos y privados para la generación de nuevos productos turísticos, y promueva el desarrollo de capital humano, mejore el desempeño competitivo de las empresas participantes de modo sostenible y que generen impacto en la economía de la provincia de Melipilla.

1.2. Programa Territorial Integrado – “PTI Turismo rural de la Provincia de Melipilla”

1.2.1. Antecedentes generales

| | |
|---|---|
| NOMBRE DEL PROYECTO | Turismo rural de la Provincia de Melipilla |
| CÓDIGO SGP | 24PTI-273122 |
| REGIÓN | Metropolitana |
| PROVINCIAS | Melipilla |
| COMUNAS DE INTERVENCIÓN | María Pinto, Alhué, San Pedro, Curacaví y Melipilla |
| SECTOR ECONÓMICO | Turismo |
| CADENA DE VALOR A INTERVENIR | Turismo Rural |
| Nº POTENCIAL DE POBLACIÓN BENEFICIARIA³ | 126 empresas |

La Provincia de Melipilla, ubicada en la Región Metropolitana, abarca diversas comunas con características que favorecen el desarrollo del turismo sostenible. Se encuentra la comuna de María Pinto, con sus paisajes rurales y biodiversidad, se destaca por su economía agrícola y su rica cultura gastronómica. También está la comuna de Alhué, que está situada en una zona montañosa, es conocida por sus leyendas y patrimonio cultural, con atractivos como la Iglesia San Jerónimo y las "Alamedas de Alhué". La comuna de San Pedro, por otra parte, con un clima templado, es famosa por sus viñedos y ambiente rural, brindando opciones para el agroturismo y actividades al aire libre. Curacaví, situada en un valle fértil, es célebre por sus productos típicos como la chicha y los dulces, ofrece oportunidades de ecoturismo en el Parque La Reserva. Finalmente se encuentra en la provincia Melipilla, la comuna más urbana, combina áreas rurales y servicios desarrollados, atrayendo visitantes con su oferta cultural y actividades tradicionales. En conjunto, estas comunas muestran una rica biodiversidad y paisajes variados, con un fuerte enfoque en la agricultura y las tradiciones rurales.

El potencial turístico de la provincia se ve fortalecido por su accesibilidad desde Santiago y la posibilidad de ofrecer experiencias auténticas y sostenibles. La variedad de recursos naturales y culturales permite fomentar un turismo rural y ecológico, involucrando a la comunidad local y promoviendo la conservación del entorno y la economía local.

El objetivo de implementar un Programa Territorial Integrado (PTI) en el sector turístico de la provincia de Melipilla para esta etapa de Validación es “Diseñar y validar un modelo de gestión territorial para el ecosistema del turismo rural y actividades recreativas que fomente la articulación de los actores públicos y privados para la generación de nuevos y sofisticados productos turísticos que mejoren el desempeño competitivo de las empresas participantes de modo sostenible y que generen impacto en la economía de la provincia de Melipilla.

Este PTI se enfocaría en fortalecer las capacidades empresariales, fomentar la innovación, promover la

³ Indicar el número potencial de empresas y/o personas naturales que se espera atender (directa o indirectamente) con las actividades del programa.

cooperación entre los diferentes actores del sector, y mejorar la infraestructura turística.

La vocación productiva y atractivos turísticos del territorio de la Provincia de Melipilla se basan principalmente en cuatro pilares:

1. Agricultura y Producción Local

La provincia cuenta con suelos fértiles y un clima templado que favorecen la agricultura, especialmente la producción de frutas, hortalizas y viticultura. Los principales cultivos incluyen uvas, cerezas, kiwis, además de una fuerte presencia de viñedos que producen vinos de alta calidad. La producción agrícola es un motor económico importante y está profundamente ligada a la identidad rural de la región. Además, existen queserías artesanales que son reconocidas por sus productos gourmet.

2. Turismo Rural

La provincia de Melipilla posee un alto potencial para el turismo rural debido a su entorno natural diverso, su riqueza en biodiversidad y su fuerte conexión con las tradiciones agrícolas. Las zonas rurales en esta provincia ofrecen una experiencia auténtica, donde los visitantes pueden participar en actividades como la recolección de productos locales, el trabajo en campos y la observación de la fauna autóctona. Los valles agrícolas y sus paisajes invitan a disfrutar del ecoturismo, a través de caminatas, cabalgatas y visitas a pequeñas granjas que producen productos frescos como frutas, quesos y miel.

3. Enoturismo

Es una actividad clave en la Provincia de Melipilla, impulsada por la presencia de viñedos y bodegas en los valles cercanos como el de Curacaví. La provincia forma parte de importantes rutas vinícolas que invitan a los visitantes a disfrutar de la producción de vinos locales, reconocidos por su calidad y carácter único. Los turistas pueden participar en visitas guiadas a viñas, realizar catas de vinos y aprender sobre los procesos tradicionales y modernos de vinificación, todo mientras se sumergen en el pintoresco entorno rural de la zona. Además, el enoturismo se complementa con experiencias gastronómicas locales, que incluyen maridajes de vinos con productos típicos de la región. Esto no solo atrae a los amantes del vino, sino también a aquellos interesados en la cultura y la naturaleza.

4. Actividades Recreativas y Ecoturismo

El entorno natural, que incluye montañas, ríos y el Embalse Rapel, permite el desarrollo de actividades recreativas al aire libre, como la pesca, senderismo, ciclismo y observación de aves. Esto fortalece la vocación productiva relacionada con el **ecoturismo**, atrayendo a turistas interesados en experiencias vinculadas a la naturaleza y la sostenibilidad.

En relación con los impactos que se busca desarrollar para el territorio, podemos describir los siguientes:

- **Crecimiento Económico Local:** La ejecución del PTI impulsará la formalización y el crecimiento de las empresas turísticas existentes y facilitará la creación de nuevas empresas, lo que contribuirá al aumento del porcentaje del sector turístico en la masa empresarial de la provincia.
- **Generación de Empleo con enfoque de género:** Se espera un incremento en el empleo dependiente en el sector turístico, especialmente en las comunas con menor participación actual. Esto ayudará a estabilizar y eventualmente aumentar la participación del turismo en el empleo total de la provincia, contribuyendo al desarrollo económico y social de la región. Se pondrá un especial énfasis en **potenciar el empleo de la mujer**, abordando tanto el desarrollo económico como la equidad de género en el territorio.
- **Implementación y Diversificación de la Oferta Turística:** Al fomentar la innovación y la creación de nuevos servicios turísticos, el PTI permitirá diversificar y sofisticar la oferta, atrayendo a un mayor número de turistas y prolongando su estancia en la provincia. Esto no solo beneficiará a las empresas directamente relacionadas con el turismo, sino también a otras industrias locales, apoyando el encadenamiento productivo del territorio.

- **Fortalecimiento de la Competitividad:** La mejora de la calidad de los servicios turísticos y el aumento de la cooperación entre las empresas del sector harán que Melipilla sea un destino más competitivo a nivel regional y nacional.
- **Desarrollo Sostenible:** El PTI podría incluir estrategias para garantizar que el crecimiento del turismo sea sostenible, preservando los recursos naturales y culturales de la provincia, y asegurando que los beneficios del turismo se distribuyan equitativamente entre la comunidad local.
- **Reequilibrio Territorial:** Al prestar especial atención a las comunas con menor desarrollo turístico (Alhué, María Pinto y San Pedro), el PTI contribuirá a un desarrollo más equilibrado en la provincia, reduciendo las disparidades territoriales en términos de participación empresarial y empleo en el sector turístico.

La cadena de valor del turismo rural en la Provincia de Melipilla involucra a actores locales como productores agrícolas, viñedos y artesanos que generan experiencias auténticas y sostenibles. Estos actores, además de ofrecer productos locales como vinos y quesos artesanales, contribuyen al desarrollo económico de la comunidad a través de actividades turísticas como visitas a campos y talleres de artesanía. La cadena de valor se complementa con servicios de alojamiento, gastronomía y transporte, que permiten a los visitantes disfrutar de la estancia en un entorno rural, mientras actividades recreativas al aire libre como senderismo y ciclismo enriquecen la oferta turística, alineándose con el objetivo de sostenibilidad.

Las instituciones públicas también desempeñan un rol clave, generando incentivos y promoviendo el desarrollo turístico mediante inversiones y campañas de promoción. Sin embargo, se observa una atomización en la estructura de gobernanza, que limita la competitividad del destino. Para mejorar esto, se propone una gobernanza más colaborativa, con una narrativa consensuada que permita una estrategia de promoción coherente. En este contexto, el Plan de Marketing Turístico de SERNATUR y la Estrategia Nacional de Turismo 2030 respaldan el fortalecimiento del turismo rural, vinculado a la sustentabilidad económica, social y ambiental.

De acuerdo con las estrategias nacionales y regionales, se considera esencial enfocar esfuerzos en el turismo rural para aprovechar la oferta agrícola y cultural del territorio. La participación de instituciones públicas y privadas, junto con el sector académico, facilitaría el desarrollo de una oferta turística innovadora y sofisticada que dinamice la economía local. Esto se lograría mediante la creación de productos turísticos articulados, mejorando la visibilidad del destino y asegurando la conservación del patrimonio cultural y natural de Melipilla.

En resumen, el PTI tiene el potencial de transformar el sector turístico de Melipilla en un motor clave de desarrollo económico, social y cultural para la provincia, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de sus habitantes y a posicionar la región como un destino turístico destacado.

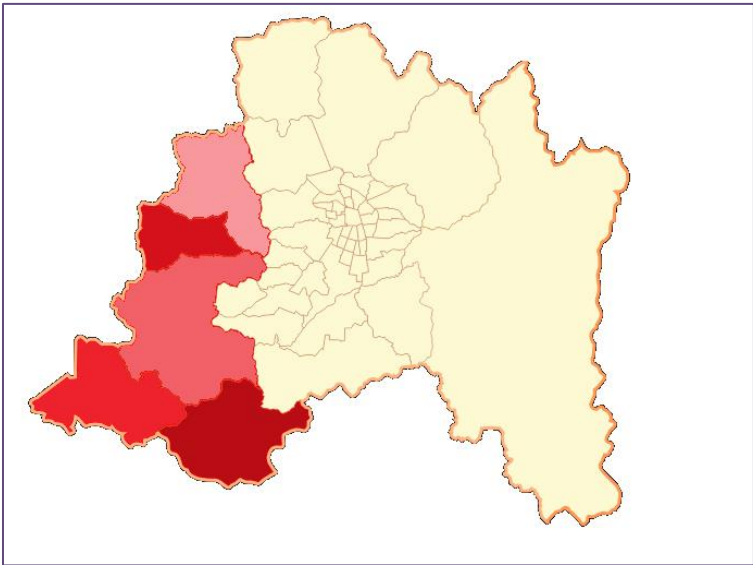
1.2.2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

- **ESTRATEGIA TERRITORIAL**

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo rural es un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados, por lo general, con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca deportiva y la visita a lugares de interés, entre otros.

Las actividades de turismo rural se desarrollan en entornos no urbanos (rurales), donde se identifican las siguientes características: baja densidad demográfica, paisajes y ordenación territorial donde prevalecen la agricultura y la silvicultura, y estructuras sociales y formas de vida tradicionales; de las que se caracteriza el destino Provincia Melipilla, el que comprende las comunas de Melipilla, Alhué, Curacaví, María Pinto y San Pedro, como se puede observar en el mapa a continuación.

Mapa del Territorio de intervención del PTI



Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se indican las referencias en las estrategias tanto a nivel nacional de turismo, como a nivel regional:

Estrategia Nacional de Turismo ENT 2030 - Subsecretaría de Turismo

La ENT 2030, está estructurada bajo cuatro pilares estratégicos, que se encuentran articulados entre sí, permitiendo el alineamiento y focalización de los actores relevantes de la industria del turismo en Chile e instrumentalizando los desafíos. Al centro se encuentra el pilar Experiencia del Turista, el cual se encuentra complementado por los otros 3 pilares: Sustentabilidad Económica, Social y Ambiental; Desarrollo Regional; e Innovación y Transformación Digital.

Respecto del **Pilar de Desarrollo Regional** se reconoce el rol protagónico de cada región, buscando facilitar la planificación y desarrollo de actividades que potencien la industria en cada uno de los territorios del país. *“Para ello, resulta indispensable fortalecer la gestión turística de los territorios mediante la articulación y establecimiento de mecanismos de cooperación entre el sector público, privado, las comunidades locales y los prestadores de servicios turísticos, así como potenciar la inversión en infraestructura habilitante necesaria para el mejoramiento y desarrollo de la actividad turística en los diferentes territorios y promover el crecimiento y diversificación de los destinos turísticos, focalizando el apoyo a empresas de menor tamaño y fomentando el emprendimiento y la inversión orientada a mejorar la experiencia de los visitantes y la calidad de vida de residentes, en armonía con el territorio y sus comunidades” (ENT, 2023).* En esta línea el, Turismo Rural es parte de la vocación turística de la Región Metropolitana, y el poder realizar una iniciativa de estas características se ajusta al desarrollo regional y a la diversificación de los destinos turísticos del país relacionados con la naturaleza y cultura de la región Metropolitana.

Así mismo, la Estrategia Nacional de Turismo 2030 busca acoplarse a los Objetivos de Desarrollo Sustentable (ODS), y en este sentido, el desarrollo y fortalecimiento del turismo Rural buscará promover una experiencia del turista segura, siendo el principal promotor de las economías locales, del medio ambiente, del patrimonio y la identidad cultural, de la adaptación y mitigación al cambio climático, a través del desarrollo de productos y destinos turísticos sustentables, inclusivos y accesibles⁴. *“Para ello resulta primordial una adecuada gestión medioambiental, territorial y patrimonial del turismo, que incorpore la dimensión económica de la actividad a través de la implementación de acciones tendientes a la formalización y crecimiento del sector, con especial atención en empresas de menor tamaño, resguardando la creación de más y mejores empleos, potenciando además la inversión en infraestructura habilitante.”*

Política Nacional de Desarrollo Rural

La política de desarrollo rural en Chile tiene como objetivo principal promover el bienestar y la calidad de vida de las comunidades rurales, fomentando un desarrollo económico sostenible y equitativo. Busca fortalecer la producción agrícola y diversificar la economía mediante el impulso de actividades como el turismo rural, la artesanía y la agroindustria. Además, se centra en mejorar la infraestructura, garantizar el acceso a servicios básicos, y empoderar a las comunidades locales, promoviendo su participación en la toma de decisiones. En conjunto, estas acciones buscan reducir las brechas entre áreas urbanas y rurales, promoviendo un desarrollo

⁴ <https://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2022/03/Estrategia-Nacional-de-Turismo-2030.pdf>

armónico que respete el medio ambiente y potencie el patrimonio cultural de cada región.⁵.

Plan de Marketing Turístico de SERNATUR 2023 - 2027

El Plan de Marketing Turístico Internacional de SERNATUR, establece mercados prioritarios para la promoción de Chile, tales como Europa, Norteamérica y países de la región. Además, de definir productos y sus respectivas estrategias de posicionamiento en cada acción⁶.

Estrategia INDAP 2023 - 2030

La estrategia está centrada en reducir el riesgo de abandono de la actividad silvoagropecuaria de la Agricultura Familiar Campesina e Indígena, por ello, desde la institución buscan asumir un rol protagónico en la articulación intersectorial e interinstitucional, que posibilite impulsar en conjunto políticas de Estado que aborden las brechas estructurales del mundo rural y campesino⁷.

Así mismo tiene como horizonte de transformación la co-construcción de la Agricultura Familiar Campesina e Indígena más inclusiva, sostenible y resiliente, siendo la transición hacia una producción más sustentable. Se busca producir más y mejor, con menor impacto ambiental, ante la amenaza del alza del costo de los insumos, la crisis hídrica y la mayor frecuencia de los fenómenos climáticos extremos. Para ello, también se están incorporando soluciones basadas en la naturaleza, fortaleciendo la innovación y el uso de tecnología de la agricultura, entre otras.

Estrategia Regional de Desarrollo - Gobierno Regional Metropolitano de Santiago

Uno de los lineamientos de trabajo definidos del Gobierno Metropolitano de Santiago es el Nº6: Nuevas economías para el desarrollo sostenible, innovación y turismo. Considerando el retroceso de la RM en su desarrollo económico, lo que se tributó a una menor competitividad a nivel latinoamericano y a la disminución de su participación en el PIB nacional, ha resultado en una mayor inestabilidad laboral y un aumento del comercio informal, agravado por la pandemia del COVID-19, el incremento de la migración y una creciente tendencia hacia la tercerización de la economía.

En el caso del turismo y relacionado con el destino Provincia de Melipilla, el GORE RM señala que: *“La Región Metropolitana debe enfocarse en el desarrollo de un sólido ecosistema emprendedor, brindando a los emprendedores acceso a recursos, programas de formación y espacios de coworking que fomenten la colaboración y la generación de ideas innovadoras. En ese sentido, la creación de incubadoras y aceleradoras de empresas que faciliten el desarrollo y escalabilidad de proyectos, resulta ser una opción efectiva para aumentar la competitividad, especialmente en la industria cultural y del turismo y aquellas asociadas a la producción agrícola. Esto implica aprovechar las ventajas comparativas que tiene la Región y el país, apostando a desestacionalizar la demanda y distribuir los beneficios, sobre todo del turismo en todo el territorio regional, especialmente en zonas rurales donde la combinación de paisaje, tradiciones e industrias atractivas vinculadas a la producción agrícola, como es el caso del vino, ofrecen una conjunción virtuosa a explotar⁸”*.

Asimismo, relevar que parte de lo que impulsa el Gobierno Regional, es el enoturismo en el Valle del Maipo, pilar estratégico de la Corporación de Santiago y que se enfoca en desarrollar este destino turístico, creando un relato común que potencie la identidad y que permita mejorar la comercialización de sus productos, servicios y experiencias turísticas que se encuentren ubicadas en el Valle.

En detalle, el Gobierno Regional definió tres pilares de acción regional, en el que se encuentra: 1) Turismo, 2) Nuevas economías para el desarrollo sostenible y 3) Innovación en MIPYME. Cabe señalar que el primero tiene como objetivo estratégico: Posicionar a Santiago como un destino global, que ponga en valor su riqueza natural y patrimonial, fortaleciendo el desarrollo económico local y las cadenas de valor con base en las vocaciones productivas y capacidades territoriales, considerando tres acciones:

- i. Política Regional de Turismo: que transforme a Santiago en la Capital del enoturismo, turismo de montaña y turismo de grandes convenciones, la que comprenderá estrategias para promover el turismo sostenible y protección del patrimonio cultural (tangible e intangible) y natural de la región.
- ii. Plan de Desarrollo Turístico Regional.
- iii. Programa para posicionar Santiago como ciudad global con oferta cultural, turística y de negocios.

De acuerdo con la mirada y a la estrategia de trabajo regional, sería de gran utilidad enfocar los esfuerzos en

⁵ <https://bibliotecadigital.odepa.gob.cl/bitstream/handle/20.500.12650/72826/Pol%c3%adtica-Nacional-de-Desarrollo-Rural.pdf>

⁶ <https://www.sernatur.cl/plan-de-marketing/>

⁷ <https://www.indap.gob.cl/sites/default/files/2023-08/libro-estrategia-2023-2030vff.pdf>

⁸ https://www.gobiernosantiago.cl/wp-content/uploads/2024/07/ERD-RM_2035.pdf

el Turismo Rural, considerando que existen brechas importantes para ser abordadas en materia de colaboración y desarrollo de la industria Turismo, donde aspectos como la oferta turística, gestión empresarial, modelos de gobernanza con actores locales, en base a las experiencias de otros destinos consolidados en esta materia sería relevante conocer y/o replicar. Sumado a ello, los intentos de promoción constante que este segmento requiere aún más urgente priorizar los esfuerzos en esa línea, considerando la gran cadena de proveedores vinculados a este segmento (alojamiento, transporte, alimentación, recreación, etc.), se propone una iniciativa de Programa Territorial Integrado (PTI) que buscará recuperar y potenciar el destino turístico de la Provincia de Melipilla.

La iniciativa contribuiría a la **agregación de valor** en la Provincia de Melipilla a través de varios enfoques clave:

- a) **Diversificación y Mejora de la Oferta Turística:** Al integrar actividades de Turismo Rural y Recreativas, la iniciativa ampliará la gama de experiencias disponibles, ofreciendo productos turísticos diferenciados y auténticos que destacan la cultura, el patrimonio y la naturaleza locales. Esta diversificación no solo atrae a un público más amplio, sino que también incrementa el valor percibido de la región como destino, posicionándola como una opción atractiva y sostenible para el turismo.
- b) **Fortalecimiento de la Competitividad Local:** Al fomentar la colaboración entre empresas locales y el sector público, se mejoran los procesos y se desarrollan productos turísticos integrados, lo que permite una mayor eficiencia y profesionalización. Este trabajo conjunto posibilita la creación de una oferta turística coherente y atractiva, lo cual incrementa el valor agregado al turismo en la región y mejora su competitividad en comparación con otros destinos.
- c) **Impulso a la Economía Circular y Consumo de Productos Locales:** La iniciativa promueve el consumo de productos locales, como alimentos y artesanías, integrándolos en las experiencias turísticas. Al hacerlo, se fortalece la economía circular y se da valor a la producción local, generando ingresos adicionales para los productores y artesanos de la región. Esto no solo agrega valor económico, sino que también refuerza la identidad cultural del territorio, aumentando el atractivo del destino para turistas interesados en experiencias genuinas y sostenibles.

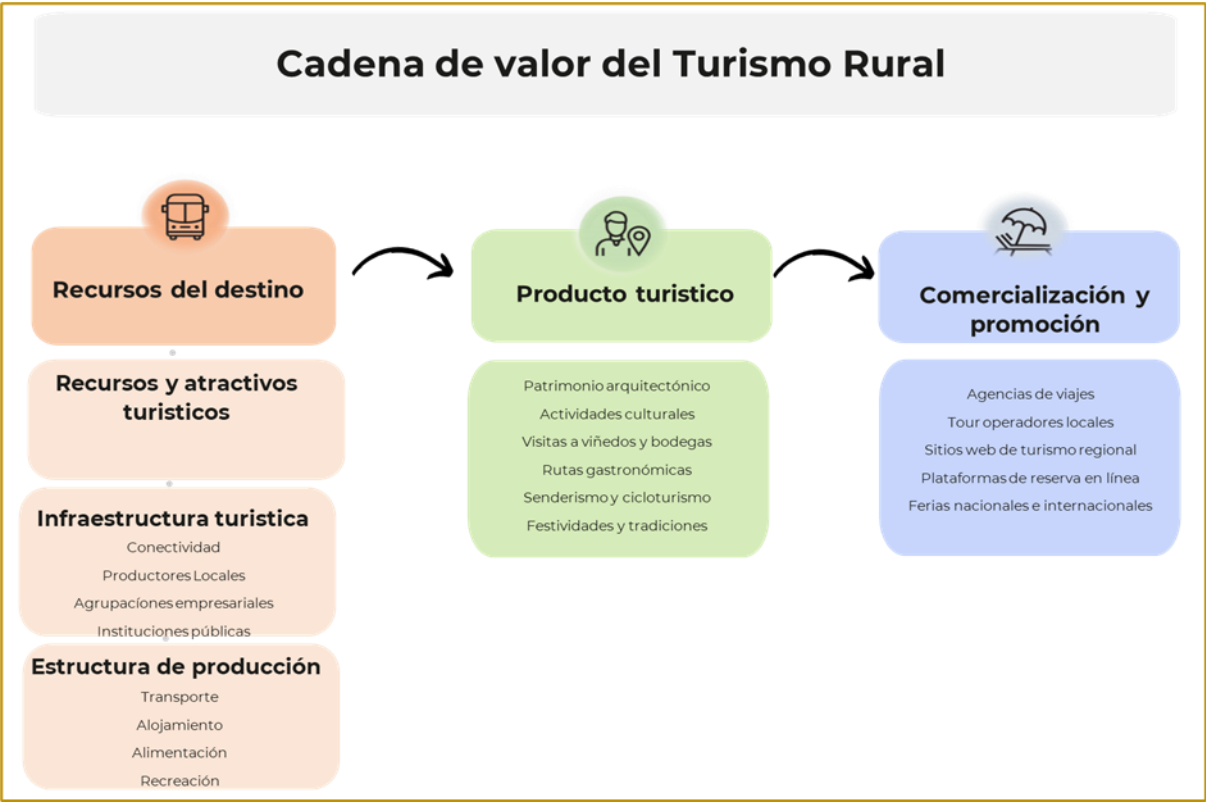
En conjunto, estos elementos permiten que la iniciativa no solo aumente el valor económico del turismo en Melipilla, sino que también enriquezca la experiencia del visitante, preserve el patrimonio local y promueva prácticas sostenibles que benefician a la comunidad y el entorno.

La oportunidad de impacto estratégico que se visualiza con esta iniciativa radica en **posicionar a la Provincia de Melipilla como un destino de referencia en turismo rural y recreativo sostenible** dentro de la Región Metropolitana y a nivel nacional. Este posicionamiento permitiría no solo atraer un creciente flujo de turistas interesados en experiencias auténticas y respetuosas con el entorno, sino también **fortalecer la competitividad económica y la resiliencia del territorio**, al diversificar las fuentes de ingreso y promover la economía local.

Al aprovechar la riqueza cultural y natural de Melipilla, la iniciativa permite diferenciar el destino, **capitalizando su proximidad a Santiago** y su accesibilidad para atraer tanto turistas nacionales como internacionales. Esto no solo impulsa el desarrollo del turismo, sino que también fomenta la creación de empleos, la retención de talento local y la colaboración entre sectores públicos, privados y comunitarios, consolidando un modelo de turismo inclusivo y sustentable. De esta manera, la provincia podría convertirse en un modelo para otras regiones, demostrando que es posible lograr un crecimiento económico responsable y orientado a largo plazo, basado en la valorización de sus recursos únicos y el bienestar de sus habitantes.

- **DESARROLLO DE LA CADENA DE VALOR**

La cadena de valor del Turismo Rural en la Provincia de Melipilla abarca diversos actores locales y actividades que juntos crean experiencias turísticas integrales. Esta cadena se compone de elementos que van desde la producción de bienes locales (como alimentos, vinos y artesanías) hasta la prestación de servicios de alojamiento, transporte, y actividades recreativas y culturales.



Fuente: Elaboración Propia

La cadena de valor del Turismo Rural en la Provincia de Melipilla se caracteriza por la integración de múltiples actores locales que participan en la generación de experiencias turísticas auténticas y sostenibles. En el corazón de esta cadena se encuentran los **productores agrícolas locales, viñedos, apicultores y artesanos locales**, quienes no solo ofrecen productos de alta calidad como vinos, quesos artesanales y miel, sino que **también enriquecen las experiencias turísticas** a través de actividades como visitas a campos, catas de vino, talleres de artesanía y experiencias relacionadas con la apicultura. Esta última es de gran relevancia para la región, no solo por su contribución a la biodiversidad y la producción agrícola, sino también por su impacto cultural, reflejado en celebraciones como la Fiesta de la Miel en Alhué.

Asimismo, las festividades locales, como la Fiesta de la Chicha en Curacaví, la Vendimia del Valle del Maipo y la Vendimia de Melipilla, la Fiesta de la Frutilla en San Pedro, y el Festival de María Pinto, destacan el patrimonio agrícola y cultural de la región, atrayendo a visitantes y promoviendo el turismo. Estas actividades no solo conectan al turista con la riqueza natural y cultural de la región, sino que también promueven el desarrollo económico de la comunidad, fomentando el consumo de productos locales y el fortalecimiento de la economía circular, generando ingresos sostenibles para las comunidades rurales.

En la primera fase de la cadena de valor están los **recursos con los que cuenta el destino** para el desarrollo de la actividad turística. Aquí se destacan aspectos propios asociados a los recursos naturales, culturales, infraestructura y estructura de producción que se constituyen como elementos esenciales para que la Provincia sea vista como un lugar potencial de destino, además de indicar que estos se enmarcan en los aspectos considerados en la imagen de marca de los destinos. En ese sentido, las empresas turísticas tanto nacionales como internacionales, evalúan diferentes ámbitos de las ciudades, que son disponibilizados por las asociaciones y organismos locales. También, se incluye la existencia de Agrupaciones empresariales, referidas principalmente a asociaciones como a las cámaras de Comercio y Turismo y otras similares que atraen actividades desarrollando acciones de promoción de las comunas para la captura de visitantes.

Por otro lado, los servicios de alojamiento, gastronomía y transporte juegan un rol fundamental en esta cadena de valor, proporcionando a los visitantes las comodidades necesarias para disfrutar de su estancia en un entorno rural. Desde acogedoras cabañas hasta rutas gastronómicas que resaltan la producción local, cada eslabón de esta cadena contribuye a la creación de un destino turístico integrado. Además, las actividades recreativas al aire libre, como el senderismo, ciclismo y observación de aves complementan la oferta rural y atraen a un segmento de turistas interesados en el contacto con la naturaleza y la vida campesina. La articulación de estos componentes, junto con la participación de la comunidad local, asegura que el turismo rural en Melipilla se desarrolle de manera sostenible y equitativa.

De manera conjunta están las instituciones públicas que apoyan la captura de visitantes, generando diversos

incentivos para la atracción de estos, inversiones para el mejoramiento de la imagen ciudad, entre otras acciones que respaldan y promueven el desarrollo de las actividades turísticas y recreativas.

Sumado a lo mencionado, podemos señalar que la **estructura de producción** está integrada por diversos componentes que interactúan de diferentes maneras para el desarrollo de las actividades. Sin embargo, es necesario destacar que la atomización de las gobernanzas, pareciera que merma la competitividad del destino, tal como se puede visualizar más adelante en la identificación de actores. En ese contexto, es posible identificar una gran cantidad de actores privados que no interactúan para potenciar el turismo ni el destino.

Los principales **productos turísticos** de la **Provincia de Melipilla** están relacionados con sus características rurales, naturales, culturales y gastronómicas. A continuación, se detallan algunos de los más relevantes:

1. Agroturismo y Turismo Rural

- Visitas a viñedos y bodegas: La provincia cuenta con diversas viñas que ofrecen recorridos, catas de vino y experiencias enológicas. Este producto es uno de los pilares del turismo rural en Melipilla, con viñas que producen vinos de alta calidad.
- Estancias y turismo rural: Ofrecen experiencias en estancias agrícolas donde los visitantes pueden participar en actividades propias del campo, como la recolección de frutas, el trabajo con animales y la producción de productos agrícolas.

2. Turismo Gastronómico

- Rutas gastronómicas: Melipilla es conocida por su producción local de alimentos, como quesos, miel, productos hortícolas y carnes. Las rutas gastronómicas permiten a los visitantes degustar productos locales y participar en talleres de cocina.
- Chicha y otros productos típicos: En lugares como Curacaví, la producción de chicha y los alfajores son productos turísticos destacados, ofreciendo a los visitantes la posibilidad de conocer su elaboración y disfrutar de su sabor tradicional.

3. Turismo Cultural y Patrimonial

- Patrimonio arquitectónico: La provincia alberga construcciones coloniales y capillas antiguas, como la **Iglesia San Jerónimo de Alhué**, que forma parte de la oferta de turismo cultural.
- Festividades y tradiciones: Eventos culturales y religiosos, como las fiestas religiosas de Alhué y las festividades rurales, ofrecen a los turistas una inmersión en las tradiciones locales y el folclore.

4. Turismo de Naturaleza y Aventura

- Senderismo y cicloturismo: Los paisajes naturales de la provincia, con cerros y valles, ofrecen rutas de trekking y ciclismo que permiten a los visitantes disfrutar de la naturaleza.
- Observación de aves: Las zonas rurales y naturales de Melipilla son ricas en biodiversidad, haciendo del avistamiento de aves un producto turístico en crecimiento.

5. Ecoturismo

- Parques naturales y reservas: Aunque no ampliamente desarrolladas, existen áreas de conservación natural y reservas que son ideales para actividades de ecoturismo, como la observación de flora y fauna, y el disfrute de la tranquilidad del entorno natural.

6. Turismo de Bienestar

- Turismo de descanso y bienestar: La tranquilidad y los paisajes rurales de la provincia también promueven actividades de relajación, incluyendo retiros de yoga, spa rurales y estancias de bienestar.

Respecto del eslabón de **comercialización y promoción del turismo**, tal como se ha mencionado, no se observan campañas específicas para promocionar el destino, pero si es posible identificar elementos de difusión del destino:

Sitios Web:

<https://www.lugaresturisticos.org/melipilla>

<https://chileestuyo.cl/destino/valle-del-maipo-y-melipilla>

<https://disfrutasantiago.cl/turismo-rural>

Este eslabón en la Provincia de Melipilla incluye diversos componentes que trabajan juntos para dar visibilidad al destino y facilitar el acceso de los turistas a las ofertas turísticas locales. A continuación, se detallan los principales componentes:

1. Canales de Comercialización

- Agencias de viajes y tour operadores locales
- Plataformas de reserva en línea

- Tiendas de productos locales
- 2. Promoción Digital y Medios de Comunicación**
 - Redes sociales
 - Sitios web de turismo regional
 - Blogs y prensa especializada
 - 3. Participación en Ferias y Eventos Turísticos**
 - Ferias nacionales e internacionales
 - Eventos locales y festividades
 - 4. Campañas de Marketing**
 - Campañas institucionales
 - Alianzas estratégicas
 - 5. Identidad de Marca del Destino**
 - Creación de una marca turística
 - Posicionamiento del destino
 - 6. Paquetes Turísticos Integrados**
 - Paquetes de experiencias

En base a la información revisada y recopilada, se observan brechas relacionadas a la oferta y actividad turística existente hasta la gestión empresarial y la cooperación entre los actores del sector, considerando que esto provoca la falta de guía con respecto tanto a la temática como al territorio descrito. Lo anterior, afecta el desarrollo de nuevos productos, la innovación y la comercialización, incidiendo directamente en la competitividad del sector y del territorio.

Dicho lo anterior, es posible identificar de manera preliminar las siguientes brechas:

- 1. Falta de promoción de la Oferta Turística Existente:** Melipilla cuenta con atractivos turísticos valiosos, como sus paisajes rurales, viñedos y patrimonio histórico, pero la oferta turística actual es limitada y carece de integración. Los servicios disponibles, como alojamientos, actividades recreativas y gastronómicas, no están suficientemente desarrollados ni diversificados para satisfacer las expectativas de los visitantes, especialmente aquellos con intereses específicos en turismo rural. Además, la promoción y difusión de la oferta existente es insuficiente, lo que reduce la visibilidad de la provincia como destino turístico.
- 2. Bajo desarrollo de productos:** Dada la dispersión de los actores, el desarrollo de productos se ve dificultoso y atomizado, complejizando la innovación y también la sofisticación de los mismos. Esto trae diversas consecuencias en términos de competitividad del destino, al no generar nuevas cadenas de producción y comercialización, mermando la calidad y el valor agregado que puede entregar el destino con la consecuencia de que la actividad pueda ser menos rentable de lo que debiese ser.
- 3. Falta de Capital de Trabajo y Mejoras en Infraestructura:** La infraestructura turística en Melipilla presenta deficiencias que afectan la experiencia del visitante y limitan la capacidad de atraer a un mayor número de turistas. El transporte y la accesibilidad a ciertos puntos de interés son inadecuados, lo que dificulta el desplazamiento dentro de la provincia. Además, muchas instalaciones turísticas, como alojamientos y centros de información, requieren mejoras significativas para cumplir con los estándares de calidad demandados por el mercado. La falta de inversión en mantenimiento y expansión de la infraestructura también restringe el desarrollo de nuevas iniciativas turísticas.
- 4. Bajo desarrollo de capital humano y su gestión empresarial:** La provincia de Melipilla enfrenta desafíos importantes en términos de formación y competencias. Muchos trabajadores del sector turístico carecen de las habilidades necesarias, como el dominio de idiomas extranjeros y la capacitación en atención al cliente, lo que afecta la calidad del servicio ofrecido. Asimismo, las empresas turísticas locales, en su mayoría pequeñas y medianas, suelen tener una gestión empresarial limitada, con carencias en áreas clave como contabilidad, marketing, y planificación estratégica. Esto dificulta la profesionalización del sector y la mejora de la competitividad.
- 5. Baja coordinación organizativa entre actores públicos y privados:** Entre los actores públicos y privados en la provincia de Melipilla, en el contexto del turismo rural, se refiere a la desconexión, falta de colaboración efectiva y desalineación de objetivos entre las instituciones gubernamentales (municipalidades, autoridades regionales, oficinas de turismo) y los actores privados (emprendedores, operadores turísticos, Asociaciones Gremiales, Cámaras de Comercio y otras entidades locales). Esta brecha provoca que las estrategias, políticas, y acciones en torno al desarrollo turístico no estén sincronizadas, lo que genera ineficiencia en el uso de recursos, duplicación de esfuerzos, y oportunidades perdidas para el desarrollo integral del turismo en la región.

6. **Débil Articulación con Mercados Potenciales:** Las alianzas y conexiones con mercados emisores de turistas son limitadas, reduciendo la capacidad de la región para atraer visitantes de segmentos clave como el turismo rural y recreativo.

Adicionalmente, se buscará relevar brechas asociadas a la perspectiva de género que se encuentren presentes en el territorio.

En ese contexto el siguiente PTI tendría 3 componentes principales: desde la oferta y actividad turística existente hasta la gestión empresarial y la cooperación entre los actores del sector local, todos elementos necesarios para que el Destino Provincia Melipilla fortalezca su desarrollo y logre recuperar su atractivo y actividades turísticas, ya que sin estas acciones, el potencial turístico de Melipilla continuará subexplotado, perdiendo oportunidades clave para el desarrollo económico y social de la región.



Fuente: Elaboración propia

En relación con lo descrito, se hace necesario una intervención integral y coordinada para impulsar el desarrollo del turismo rural en la provincia. Esto incluye no solo la mejora de la infraestructura y la oferta turística, sino también el fortalecimiento del capital humano, la profesionalización de la gestión empresarial y la creación de redes de cooperación que permitan a los actores del sector trabajar juntos hacia un objetivo común.

A través de estas intervenciones, el PTI tiene el potencial de agregar valor en la cadena de turismo rural en Melipilla, incrementando la competitividad del destino y generando beneficios económicos, sociales y ambientales para la región.

Fortalecimiento de la Gobernanza:

- El PTI puede promover la creación de un modelo de gobernanza colaborativa, facilitando la comunicación y coordinación entre productores, empresas turísticas, y entidades públicas.
- Fomentar la creación de asociaciones o cooperativas que permitan a los actores locales gestionar colectivamente la oferta turística y tomar decisiones estratégicas.

Mejora de la Infraestructura y Capacitación:

- El PTI puede apoyar en el desarrollo de infraestructura básica y servicios de calidad, como señalización de rutas turísticas, centros de información, y mejora de instalaciones de alojamiento.
- También puede facilitar programas de capacitación en atención al cliente, sostenibilidad, y marketing digital para elevar la calidad de los servicios turísticos.

Promoción Integrada del Destino:

- Desarrollar una campaña de marketing que unifique el mensaje y posicione a la Provincia de Melipilla como un destino de turismo rural sostenible y auténtico.
- Establecer alianzas con agencias de viajes y plataformas digitales para aumentar la visibilidad del destino en mercados nacionales e internacionales.

Articulación de Productos y Experiencias Turísticas:

- Impulsar la creación de paquetes turísticos que combinen visitas a viñedos, talleres de artesanía, y rutas de senderismo, permitiendo a los visitantes vivir experiencias completas y variadas.
- Fomentar el desarrollo de circuitos que integren a varias comunas, potenciando así la oferta turística regional y promoviendo un flujo constante de turistas entre diferentes localidades.

2. ANTECEDENTES METODOLÓGICOS

Hipótesis y Objetivos de la consultoría

2.1. Hipótesis

El desarrollo turístico sostenible de la provincia de Melipilla se logrará mediante el encadenamiento de actividades relacionadas con el Turismo Rural, Enoturismo y las Actividades Recreativas, impulsado por el fortalecimiento competitivo de las empresas de la cadena de valor. Este crecimiento será posible gracias a la colaboración efectiva entre el sector público, privado y las empresas locales, quienes, al trabajar conjuntamente, podrán promover de manera exitosa la llegada de turistas y el posicionamiento del destino en el mercado.

2.2. Objetivo de la consultoría

2.2.1. Objetivo general

Diseñar y validar un modelo de gestión territorial para el ecosistema del turismo rural, enoturismo y actividades recreativas que fomente la articulación de los actores públicos y privados para la generación de nuevos productos turísticos, y promueva el desarrollo de capital humano, mejore el desempeño competitivo de las empresas participantes de modo sostenible y que generen impacto en la economía de la provincia de Melipilla.

2.2.2. Objetivos Específicos

- **OE 1** Levantar y validar información primaria y secundaria de manera participativa, que permita un diagnóstico actualizado de brechas y oportunidades de la cadena de valor del turismo rural y sus actividades recreativas, con enfoque de género.
- **OE 2** Identificar y validar el mapa de actores relevantes para el escalamiento competitivo de la cadena de valor del turismo rural y sus actividades recreativas y seleccionar los socios estratégicos, considerando los potenciales mercados a acceder y el perfil de los clientes.
- **OE 3** Levantar, Validar y priorizar una cartera de iniciativas de inversión productiva y habilitante, que posibilitarán el escalamiento competitivo de la cadena de valor del turismo rural y sus actividades recreativas.
- **OE 4** Diseñar y validar un Modelo de Gestión Territorial, que considere un plan de trabajo de coordinación y articulación, una propuesta de Organización y Gobernanza que articule a los actores relevantes, socios estratégicos y las metas a lograr en un plazo de tres años.

2.2.3 Reglamentos, manuales y documentos

El consultor deberá realizar los estudios y análisis necesarios para cumplir con los objetivos señalados en los presentes Términos de Referencia, considerando las instrucciones e indicaciones contenidas en los siguientes documentos u otros que entregue la contraparte técnica y administrativa, en sus versiones vigentes al inicio de la presente consultoría, incluidas todas las actualizaciones hasta dicha fecha.

- ✓ Resolución (A) N°85, de 2022, que ejecutó Acuerdo del Comité de Asignación de Fondos – CAF, adoptado en Sesión N°11/2022, de fecha 12 de julio de 2022, que dejó sin efecto los Acuerdos adoptados por el Comité de Asignación de Fondos – CAF, en su Sesiones N°15/2017, del 14 de julio de 2017; N°04/2019, del 19 de febrero de 2019; N°08/2019, de 02 de abril del 2019; N°20/2020, de 06 de octubre del 2020; y N°12/2021, de 16 de junio de 2021 y aprobó los elementos del instrumento denominado “Programas Territoriales Integrados – PTI”; dejó sin efecto las Resoluciones (A) N°88, de 2017, N°31, N°52, y N°80, de 2019, N°94, de 2020 y N°60, de 2021, todas de Corfo; y aprobó el texto refundido de las Bases del Instrumento “Programas Territoriales Integrados – PTI”.

- ✓ Resolución (E) N° 1294, de 2019, de Corfo, que aprueba el Manual de operaciones del instrumento “Programas Territoriales Integrados”.
- ✓ Según Resolución (E) N°215, de 2024, de la Dirección Regional Corfo Metropolitano, que ejecutó el Acuerdo adoptado por el Subcomité de Fomento Productivo del Comité de Desarrollo Productivo Metropolitano en su sesión N° 08/2024, del 18 de octubre de 2024, la que aprobó y asignó recursos para dicha etapa, del Programa Territorial Integrado (PTI) denominado “Turismo rural de la Provincia de Melipilla”, Código 24PTI-273122.

2.2.4 Fases y Contenidos de los informes

La consultoría se realizará en 3 fases sucesivas, debiendo el/la consultor/a presentar, dentro de los plazos establecidos, los respectivos informes de avance y final.

Tabla N° 1 Fases y contenidos de informes

| Fase | Contenido de los informes | Duración de la etapa |
|------|---|----------------------|
| 0 | Informe inicial (ajuste metodológico) | 10 días corridos |
| 1 | Informe de avance Elaboración de mapa de actores. Caracterización territorial. Contexto (nacional e internacional) de la cadena de valor. Caracterización de la cadena de valor en situación actual y deseada. Validación de información primaria y secundaria con actores de las cadenas de valor incorporando perspectiva de género. Identificación y propuesta de priorización de Brechas incorporando perspectiva de género. Búsqueda, selección y compromiso de socios estratégicos de nivel regional y nacional del PTI. Actividades validación. Avance del formulario de la siguiente etapa del PTI, de acuerdo con el desarrollo de las actividades correspondientes a la etapa | 90 días corridos |
| 2 | Informe final Selección y validación de brechas con enfoque de genero a abordar con el presente PTI. Las brechas deberán estar diferenciadas por género. Identificación y acercamiento con los Actores relevantes (instituciones, empresas, personas, academia, entre otros). Identificación y validación de cartera de iniciativas de escalamiento competitivo para disminuir brechas validadas Modelo de Gestión Territorial. Plan de Trabajo de Coordinación y Articulación. Validación de hipótesis realizada por la dirección regional de CORFO. Indicadores de Impacto, asociados a las metas a alcanzar en tres periodos (Metas anuales de acuerdo con la guía Metodología de Indicadores de la Unidad de Aceleración Territorial CORFO).). Línea Base (Situación Año 0) Vinculada a los indicadores de Impacto, potenciales beneficiarios y otros que se requieran en el desarrollo del | 150 días corridos |

| | | |
|--|---|--|
| | diagnóstico. | |
| | Borrador formulario de postulación Etapa Ejecución periodo 1 y PPT presentación resultados. | |
| | Cartas de compromiso actores vinculantes. | |

Nota: El consultor podrá proponer un ajuste a los contenidos y plazos establecidos, no obstante, lo descrito en la tabla debe ser incorporado en cada informe.

Considerar para la presentación de las propuestas, enfoque de género, que dé cuenta de la situación actual y las brechas que presentan las mujeres en la Cadena de Valor.

En los informes se debe considerar como mínimo, la siguiente estructura:

| NOMBRE DE ACTIVIDAD | DESCRIPCIÓN | MEDIO DE VERIFICACIÓN |
|--|---|--|
| <p>Desarrollo de Consultoría para validación de hipótesis de agregación de valor y diseño de proyecto de intervención con metodología PTI.</p> <p>Nota: cada medio de verificación debe incorporar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>actas,</i> • <i>listas de asistencia</i> • <i>cartas de compromiso</i> • <i>registro fotográfico.</i> <p>Nota: los formatos de los productos entregables se pueden complementar con medios digitales como pendrive, almacenamiento en nube u otro.</p> | Levantamiento y validación de información secundaria y primaria del Turismo rural y actividades recreativas para el destino Provincia de Melipilla. | Informe que dé cuenta del levantamiento y validación de información (Primaria y secundaria). |
| | Caracterización, análisis y validación de la cadena de valor en el territorio, con énfasis en empresas lideradas por mujeres. | Informe técnico que dé cuenta Caracterización y validación de la cadena de valor en el territorio. |
| | Mapeo de Actores de la Cadena de Valor, con énfasis en organizaciones lideradas por mujeres. | Informe ejecutivo que dé cuenta del mapeo y validación de actores de la cadena de valor. |
| | Búsqueda y Selección de Socios Estratégicos del Proyecto (Gobernanza), considerar paridad de género. | Informe técnico que dé cuenta del trabajo de campo en la búsqueda y selección final de los socios estratégicos del proyecto. |
| | Identificación y validación de brechas de competitividad y asociatividad del sector, tomando en consideraciones brechas de género. | Informe con el análisis técnico que dé cuenta de identificación y validación de brechas de competitividad y asociatividad del sector, tomando en consideraciones brechas de género. |
| | Identificación, valorización y validación de la cartera de iniciativas de escalamiento competitivo de corto y mediano plazo. | Informe con el análisis técnico y económico que dé cuenta de la identificación, valorización y validación de la cartera de iniciativas de escalamiento competitivo de corto y mediano plazo con socios estratégicos. |
| | Presentación de los antecedentes que permitan validar la hipótesis levantada por la Dirección Regional de CORFO | Informe de validación de hipótesis. |
| | Diseño de un Modelo de gestión del proyecto que otorgue visibilidad equitativa a todas las comunas de la | Propuesta del Diseño del Modelo de gestión del proyecto con visibilidad equitativa, el que debe incorporar: |

| | | |
|--|---|---|
| | provincia, asegurando la misma relevancia para cada una. Este modelo incluirá un Plan de Articulación y Coordinación por año, la forma en que se iniciará y consolidará la gobernanza, los indicadores asociados a las metas a alcanzar en tres periodos, considerando enfoque de género. | <ul style="list-style-type: none">• Plan de Articulación y Coordinación por año, la forma en que se iniciará y consolidará la gobernanza.• Indicadores asociados a las metas a alcanzar en tres periodos de ejecución. |
| | Validación de Modelo de Gestión Territorial con los actores relevantes del territorio. | Informe ejecutivo que dé cuenta de la Validación de Modelo de Gestión Territorial con los actores relevantes del territorio. |
| | Borrador formulario de postulación Etapa Ejecución año 1 según formato CORFO. | Incluir la Propuesta “formulario postulación etapa de ejecución año 1”. |

2.2.5 Ajuste metodológico. Fase 0

Una vez suscrito el contrato de la consultoría, el/la consultor/a deberá participar en una reunión inicial con la contraparte técnica y administrativa, cuya fecha y lugar será informada oportunamente, para profundizar respecto del trabajo a realizar, acordar aspectos necesarios o aclarar dudas respecto del resultado esperado de la consultoría. Producto de esta reunión podrá realizarse un ajuste metodológico a la propuesta presentada por el/la consultor/a en el proceso de selección. En esta reunión deberá participar tanto la DR Metropolitana, como la Unidad de Desafíos Territoriales de CORFO para exponer sus opiniones técnicas.

En un plazo no superior a 10 días corridos, el consultor enviará al AOI la metodología con los ajustes incorporados, convirtiéndose en este documento en la versión que contendrá las acciones y productos a desarrollar.

El/la consultor/a deberá ejecutar el trabajo de manera coordinada con la contraparte técnica y administrativa designada para este efecto. Lo anterior, es sin perjuicio de las reuniones que se estime conveniente llevar a cabo con otros profesionales ligados a la materia en estudio. En todo momento el equipo consultor deberá responder a los requerimientos de información, de avance del trabajo, reuniones y otros que le solicite la contraparte técnica y administrativa.

La metodología para cumplir cada objetivo específico deberá ser propuesta por el/la consultor/a, sin perjuicio de los aspectos mínimos que, a modo indicativo, a continuación, se señalan para una correcta ejecución de la consultoría:

2.2.6 Informe de avance. Fase 1

El/la consultor/a, en el plazo otorgado, deberá presentar el informe de avance de la Fase 1 de la consultoría. Dicho informe deberá ser aprobado por el AOI, contando previamente con la opinión técnica de la Dirección Regional Metropolitana y de la Unidad de Desafíos Territoriales de CORFO.

El informe deberá contener los resultados de las actividades indicadas en los apartados que siguen:

2.2.6.1 Elaboración de mapa de actores

Elaborar mapeo actualizado del ecosistema de actores (mapa relacional) de la cadena de valor del turismo rural de la provincia de Melipilla.

Para la elaboración del mapa, como primera acción, el/la consultor/a deberá realizar una identificación y análisis de los actores que están vinculados al territorio y a la cadena de valor objeto de análisis, debiendo

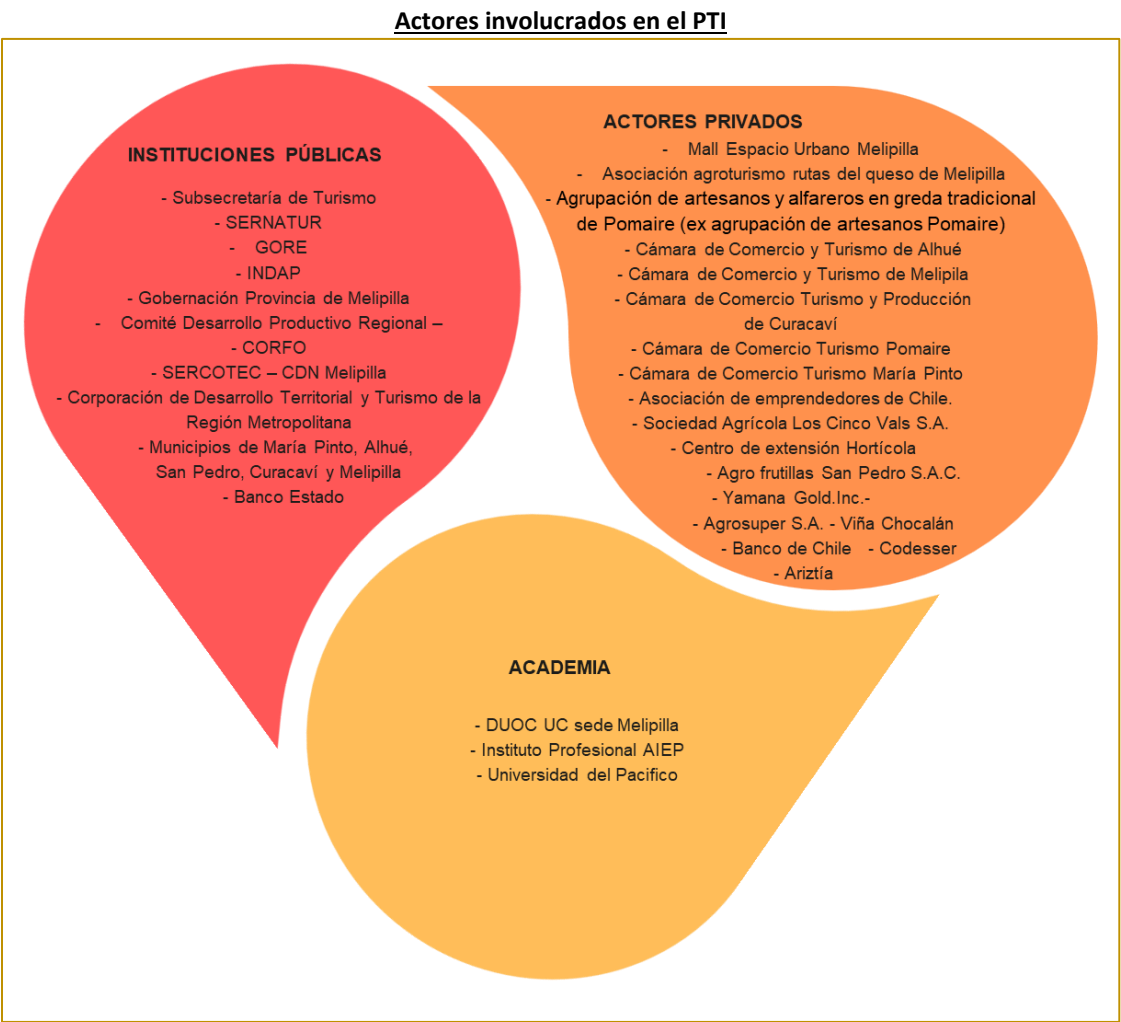
caracterizar a cada uno de ellos, señalando su misión, funciones, representación y relevancia, liderazgo, nivel de compromiso, capital relacional, entre otros.

Para la identificación de actores relevantes, se presenta una base de trabajo con algunos actores previamente identificados, lo que en el proceso del desarrollo del diagnóstico se pueden modificar y/o incorporar nuevos actores que sean relevantes en el proceso de la implementación de acciones y/o la estrategia de trabajo en torno a la misión del programa.

Al respecto, hay que considerar que los actores serán relevantes si:

- Se ven afectados por o afectan de manera significativa los desafíos identificados para la cadena de valor en estudio.
- Tienen información, conocimiento y experiencia acerca del tema.
- Controlan o influyen en la implementación de las acciones necesarias para la intervención.

A continuación, se señalan algunos actores identificados dentro de la cadena de valor:



Fuente: Elaboración propia

Adicionalmente, se deberá caracterizar a los actores de la cadena de valor de acuerdo con su participación en el proceso de diseño del servicio, entre productores, transformadores, comercializadores, proveedores de bienes y servicios, centros de formación e investigación e instituciones públicas y privadas relevantes. Se deberá identificar a los actores con perfil innovador y emprendedor, y a las empresas “líderes”, así también se debe considerar enfoque de género en el mapa de actores. Además, se deberá realizar un ejercicio de ponderación de influencia y de interés de cada uno de los actores de este mapa.

El mapa deberá ser actualizado permanentemente, conforme se vayan identificando nuevos actores durante el desarrollo de la consultoría.

2.2.6.2 Caracterización territorial

El/la consultor/a deberá identificar el área de influencia del PTI y de la cadena de valor en análisis. Deberá realizar una breve descripción del territorio, relevando aquellos aspectos que han determinado la realización de la actividad productiva en el territorio.

Para la mejor comprensión de la unidad de análisis, deberá incorporar un mapa con los principales elementos territoriales. Adicionalmente, deberá entregar en archivo KMZ (Google Earth) las coberturas elaboradas para la construcción del mapa.

Este ítem deberá ser actualizado constantemente conforme a como avance la consultoría, de manera que el producto final contenga la información lo más trabajada y actualizada posible.

2.2.6.3 Contexto (nacional e internacional) de la cadena de valor

A modo de contexto, a partir del levantamiento de información secundaria, el/la consultor/a deberá analizar la situación de la industria/actividad productiva que origina el proyecto PTI, con énfasis en las oportunidades, esto es, obtener detalle mercados, estadísticas e información relevante que permita tener claridad sobre las oportunidades para el sector. Lo anterior, es un eje central fundamental en la consultoría, para efectuar los análisis de tendencias de los mercados y las oportunidades concretas de negocios para proveedores de la Industria, la cadena de valor en estudio, factores económicos asociados, cambios esperados a nivel productivo, innovaciones esperadas, entre otros.⁴

2.2.6.4 Caracterización de la cadena de valor en situación actual y situación deseada

Corresponde a la caracterización de la cadena de valor del Turismo Rural en Melipilla, para lo cual el/la consultor/a deberá realizar a lo menos lo siguiente:

- ✓ Definir la cadena de valor, utilizando para tal efecto el flujo productivo considerando la producción, transformación y comercialización, así como también a proveedores de insumos, centros de investigación públicas y/o privadas que aporten o puedan aportar en investigación, desarrollo e innovación (universidades, centros de investigación públicos y/o privados) y las entidades públicas y privadas pertinentes.
- ✓ Por cada eslabón de la cadena de valor, se deberá realizar una descripción de los procesos productivos relevantes en la agregación de valor, poniendo énfasis en los nudos y grado de articulación existente entre ellos.
- ✓ Por cada eslabón de la cadena de valor, se deberá señalar a los actores relevantes (regionales, nacionales o internacionales) como potenciales participantes del proyecto y su rol en éste.
- ✓ Se deberá elaborar dos diagramas. En dos de ellos se deben graficar las cadenas de valor actuales, y en el otro, la situación deseada (resultado de la intervención del PTI al final del tercer período de ejecución).
- ✓ Se deberán precisar las actividades económicas por cada eslabón de la cadena de valor, enfatizando las oportunidades de encadenamiento productivo tanto verticales como horizontales.
- ✓ Se deberá incorporar enfoque de género en la caracterización de la cadena de valor en la situación actual y la deseada.

2.2.6.5 Validación de información primaria y secundaria con actores de las cadenas de valor incorporando perspectiva de género.

Este proceso consiste en verificar y complementar los datos recopilados a través de fuentes primarias (encuestas, entrevistas, talleres participativos) y secundarias (informes previos, estudios estadísticos, literatura especializada) con los actores clave de las cadenas de valor del turismo rural. La validación deberá incluir la identificación de necesidades, oportunidades y desafíos específicos de las diferentes etapas de la cadena, tales como producción, comercialización y prestación de servicios turísticos.

Se debe incorporar la perspectiva de género al analizar y contrastar los roles y aportes diferenciados de

⁴ Se debe hacer más énfasis en las oportunidades de mercado que en la información de contexto. Tendencias de mercado y las oportunidades concretas de negocio para proveedores de la industria deben ser un eje central de la consultoría.

hombres y mujeres en cada eslabón de la cadena. Esto a fin de visibilizar brechas, identificar prácticas equitativas y proponer acciones que promuevan la inclusión y el empoderamiento de las mujeres dentro del sector turístico rural.

La metodología debe considerar reuniones participativas con diversos actores, aplicando herramientas que faciliten una discusión inclusiva y el enfoque interseccional para considerar factores como género, edad y contexto cultural. El resultado debe permitir una validación de información representativa que oriente las estrategias hacia un desarrollo más inclusivo y sostenible de la actividad turística rural en Melipilla.

2.2.6.6 Identificación y propuesta de priorización de brechas incorporando perspectiva de género.

Del análisis de antecedentes primarios y secundarios, el/la consultor/a deberá elaborar un documento con la identificación de brechas, necesidades o déficit, en el que se incorpore una descripción de cada una, indicando su estado actual o escenario base (que permita, luego establecer indicadores y medir su cumplimiento), nivel a alcanzar y propuesta de tiempos para lograrlo. Luego, considerando el análisis del territorio y de las oportunidades que se presentan para la cadena de valor, el/la consultor/a deberá realizar una propuesta de priorización respecto del total de brechas identificadas, es decir, deberá identificar aquellas brechas más relevantes para el mejoramiento de la competitividad del territorio y de la cadena de valor, para que sean abordadas por el PTI en su Etapa de Ejecución.

El consultor deberá identificar claramente las brechas con enfoque de género, que dé cuenta de la situación y participación de las mujeres en el desarrollo del turismo Rural en Melipilla.

Esta propuesta de brechas deberá ser presentada a los actores considerados como relevantes, para validación en la Etapa siguiente.

2.2.6.7 Búsqueda, selección y compromiso de socios estratégicos de nivel regional y nacional del PTI.

Describir las actividades a realizar para identificar, evaluar y formalizar el compromiso de socios estratégicos clave, tanto a nivel regional como nacional, que puedan aportar al logro de los objetivos del PTI.

La búsqueda de socios estratégicos debe considerar un mapeo exhaustivo de organizaciones públicas, privadas y del tercer sector, tales como instituciones gubernamentales, asociaciones gremiales, empresas, universidades y centros de investigación. Este mapeo debe enfocarse en identificar actores con competencias, recursos y experiencias relevantes para fortalecer las capacidades del territorio y potenciar las cadenas de valor prioritarias para el PTI.

El proceso de selección considera criterios como el alineamiento con los objetivos del programa, la capacidad de impacto, la experiencia previa en proyectos similares y el compromiso demostrado con el desarrollo territorial sostenible. Se priorizará a aquellos socios con trayectoria en iniciativas relacionadas con el turismo rural, la innovación y la sostenibilidad.

El compromiso de los socios debiera formalizarse mediante reuniones estratégicas, acuerdos de colaboración, cartas de intención y, en algunos casos, convenios específicos que detallan los roles y aportes de cada actor.

2.2.6.8 Actividades validación.

Detallar las acciones a realizar para garantizar que la información, los enfoques y las estrategias desarrolladas en el marco del informe sean revisadas, corroboradas y ajustadas en función de las necesidades y perspectivas de los actores clave involucrados en el proyecto.

Las actividades de validación pueden incluir lo siguiente:

- ✓ Talleres participativos: Reuniones con representantes de las comunidades, empresas, organizaciones locales, y otros actores de las cadenas de valor para presentar los avances, recoger retroalimentación y ajustar las propuestas a las realidades locales.
- ✓ Entrevistas y encuestas de seguimiento: Contacto directo con actores relevantes para corroborar datos cualitativos y cuantitativos previamente recopilados, asegurando su pertinencia y representatividad.
- ✓ Revisión con expertos sectoriales: Consulta con especialistas en turismo rural, desarrollo territorial y

sostenibilidad para validar las metodologías, enfoques y resultados preliminares del informe.

- ✓ Mesas de trabajo con instituciones públicas y privadas: Espacios de diálogo para contrastar los objetivos del programa con las políticas y estrategias en curso de los socios estratégicos regionales y nacionales.

Estas actividades deben permitir la integración de las observaciones y sugerencias recibidas, para garantizar que las propuestas finales sean acordes a las necesidades del territorio y estén alineadas con los principios de sostenibilidad, inclusión y equidad. La validación debiera fortalecer la legitimidad de la iniciativa y facilitar el compromiso de los actores para su implementación.

2.2.6.9 Presentación de Avance Fase 1

El/la consultor/a deberá realizar una presentación de avance a la contraparte técnica y administrativa, la que considere los elementos principales del trabajo realizado. A esta presentación de avance fase 1, deberá ser convocada la Dirección Regional Metropolitana y de la Unidad de Desafíos Territoriales de CORFO.

Adicionalmente, se solicitará la entrega del avance del formulario de la siguiente etapa del PTI, de acuerdo con el desarrollo de las actividades correspondientes a la etapa.

2.2.7 Informe Final. Fase 2

El/la consultor/a, en el plazo otorgado, deberá presentar el informe de la Fase 2 de la consultoría. Dicho informe deberá ser aprobado por el AOI, para finalizar la etapa de informe final, contando previamente con la opinión técnica de la Dirección Regional Metropolitana y de la Unidad de Desafíos Territoriales de CORFO.

El informe el cual deberá contener los resultados de las actividades indicadas en los apartados que siguen:

2.2.7.1 Selección, y validación de brechas con enfoque de género a abordar con el presente PTI

El inicio de la fase 2 contempla la selección y validación final de las brechas, por parte de los actores identificados como relevantes.

A través de mecanismos participativos, se deberá validar la priorización realizada y seleccionar las brechas que serán abordadas por el proyecto PTI en su etapa de ejecución”, dicha priorización y validación deberá ser realizada, mediante la metodología de enfoque de género, con la debida justificación y plan de acción correspondiente. Lo relevante de esta actividad es que se determinará la estrategia que orientará al PTI.

El/la consultor/a, deberá proponer y presentar la metodología que utilizará para realizar las actividades de selección y validación participativa, considerando los actores identificados como relevantes en la selección brechas.

Se valorará la realización de actividades que permitan involucrar desde el inicio, a actores relevantes dentro de la cadena de valor deseada (instituciones, empresas, personas, academia, entre otros). Además de actividades que permitan conocer de 1ª fuente la opinión y/o aportes respecto del Programa (pertinencia y validez de la iniciativa).

2.2.7.2 Identificación y validación de la cartera de iniciativas de escalamiento competitivo para disminuir brechas validadas

Para la disminución de las brechas antes seleccionadas y validadas se deberá identificar aquellas iniciativas públicas y privadas que se encuentren en cartera, con o sin financiamiento, y que requieran de acompañamiento en la gestión para dar curso a su ejecución. Éstas deben aportar a la disminución/mitigación de las brechas identificadas.

A través de metodologías de análisis y de participación propuestas por el/la consultor/a, se deberá:

- Identificar las iniciativas y/o proyectos de escalamiento competitivo que se han planteado en las distintas instancias de planificación y articulación de actores y que no se han implementado hasta el momento. En general, esto se refiere a Anteproyecto Regional de Inversiones, Cartera Exploratoria MOP, Planes de Inversión Pública Sectoriales, Estrategias Regionales y/o Locales, Planes y Programas Regionales y/o Sectoriales, Políticas Regionales y otros instrumentos de carácter regional y/o local.

- Identificar Iniciativas y/o proyectos que ya han sido abordados en la región en forma parcial, describiendo los elementos que limitaron su total implementación y cuáles serían actualmente las variables consideradas que disminuirían esos riesgos.
- Validar y priorizar la Cartera de Iniciativas de Escalamiento Competitivo con los actores identificados en el Mapa de Actores, definiendo las iniciativas y proyectos que son efectivamente relevantes en el momento actual y a mediano y largo plazo (puede que por el momento en que fueron definidas y en consideración a las condiciones actuales no sean de impacto o pertinencia para el escalamiento competitivo). Las iniciativas y proyectos incorporados en la cartera deben estar acotados a aquellos imprescindibles para el objetivo del proyecto PTI⁹.

Presentar una cartera de iniciativas o proyectos de escalamiento competitivo de la cadena de valor de la industria, expresados en formato a nivel de perfil.

NOTA: para los efectos del PTI, se entenderá como iniciativas o proyectos de escalamiento competitivo, aquellos que se orientan a:

- **Fomento Productivo:** Son iniciativas y/o proyectos asociados a mejorar la productividad, diversificación/sofisticación y sustentabilidad de las empresas de la cadena de valor. Estas iniciativas y/o proyectos son de carácter productivo y, en general, se asocian a empresas en particular o bien grupos de empresas; y, en este último caso, tiene un carácter asociativo o de valor colaborativo.
- **Plataformas Habilitantes:** Son iniciativas y/o proyectos asociados a mejorar la competitividad de territorio y que tiene impacto directo en la cadena de valor.

Estas iniciativas y/o proyectos, en general, se asocian a infraestructura, normativas, formación de capital humano, fomento de espacios de colaboración y todo lo relacionado con habilitar las condiciones del territorio para impulsar el escalamiento competitivo cadena de valor.

Estas iniciativas y/o proyectos son los que deben levantar financiamiento para su implementación.

La metodología para realizar tanto la selección como la priorización de las iniciativas anteriormente descritas, deberá ser propuesta por el consultor, incorporando al menos los elementos que se mencionan a continuación:

- Valoración de las iniciativas por parte de los actores.
- Viabilidad de las iniciativas, ejecutables en su totalidad o en una de sus etapas durante la ejecución del PTI, considerando tanto elementos de factibilidad técnica y económica, como de percepción de los actores.
- Detallar el impacto de las iniciativas en las brechas priorizadas.
- Detallar el aporte del PTI en las iniciativas definidas de escalamiento competitivo.
- Resultados tangibles a obtener en 3 periodos de ejecución de PTI (definidos por periodo).
- Intereses y participantes del desarrollo de las iniciativas.

Si teniendo los resultados asociados a las acciones que se decidan realizar en función de lo anterior, el consultor deberá proponer una fase de “ajuste”, en la cual deberá incorporar las modificaciones necesarias, que permitan direccionar la priorización hacia un consenso entre los actores relevantes, velando por la ejecución de las iniciativas más valoradas, factibles y de impacto.

2.2.7.3 Modelo de Gestión Territorial

El/la consultor/a deberá proponer una metodología para el diseño y validación participativa de un modelo que contemple acciones de coordinación y articulación, modelo de organización y/o gobernanza e indicadores en el escalamiento competitivo. Estos componentes deberán contener, a lo menos:

- **Plan de Trabajo de Coordinación y Articulación:** considera un conjunto de actividades y acciones de

⁹ Objetivo del proyecto: Resultado esperado (meta final), expresado en términos de desarrollo económico al que se espera que el proyecto o programa contribuya. El objetivo del proyecto debe responder al qué, para qué, cómo y con quién (o para quién).

- coordinación y articulación que viabilizan la implementación de la cartera de escalamiento competitivo identificada y validada según lo indicado en párrafos precedentes. Este plan se financia con los recursos del PTI en su etapa de ejecución.
- Modelo de Organización y Gobernanza:** considera el diseño de un modelo de gobernabilidad que permita el cumplimiento de:
 - La implementación de la cartera de iniciativas de escalamiento competitivo;
 - La articulación eficiente del proyecto y la creación y desarrollo de valor colaborativo (redes, articulación, aprendizaje) que permita el “arraigo” y “sostenibilidad” de los escalamientos productivos obtenidos durante el desarrollo del PTI.

2.2.7.4 Indicadores de desempeño

Se deberán construir y validar indicadores de monitoreo que permitan realizar seguimiento a los objetivos y actividades comprometidas en el Modelo de Gestión Territorial.

Para ello, a modo de ejemplo, la Tabla N° 2 define tipos de indicadores de desempeño asociados a distintos objetivos:

Tabla N° 2 Ejemplo de indicadores de desempeño

| Tipo de indicador | Descripción | Características | Ejemplos |
|-------------------|---|---|---|
| Éxito | Los indicadores de éxito deben responder al objetivo general del proyecto. Se debe incluir al menos dos, de manera de representar de la manera más completa posible, el éxito o fracaso del proyecto. | Los indicadores deben ser medibles, específicos, accesibles, realistas y limitados a un periodo de tiempo. De igual modo, deben ser siempre representados a través de un número, independientemente de si refleja un aspecto cuantitativo o cualitativo. Aquí se encuentra el desafío: Siempre un número. | <u>Objetivo General:</u> Hacer más competitivo el sector turismo de una determinada región. <u>Indicador de éxito:</u> Aumento porcentual del número de noches que turistas alojan en un determinado destino. 4,7 |
| Resultado | Los indicadores de resultado responden a los objetivos específicos del proyecto, los cuales a su vez responden al objetivo general. Se recomienda incluir al menos un indicador por objetivo. | Finalmente, se recomienda hacer especial énfasis en la obtención de la línea de base del indicador, lo que otorga un piso para poder comparar y también identificar los medios de verificación correspondientes, los que permitan acceder a los datos con los que son generados los indicadores. | <u>Objetivo específico:</u> Facilitar e incentivar la generación de capital humano. <u>Indicador de resultado:</u> Número de guías turísticos capacitados y certificados a través de un determinado curso taller o seminario. 69% |
| Gestión | Los indicadores de gestión responden al desempeño de la ejecución del proyecto, tanto a nivel de actividades, presupuestaria, entre otros. | | Indicador de gestión: Porcentaje de actividades ejecutadas en relación con las planeadas. 87% |

El diseño de los indicadores de desempeño, anteriormente descritos, debe considerar captar de la forma más completa posible, los resultados a obtener por el programa y el correspondiente accionar de su gerente. Dicho diseño, debe alejarse de aquellos resultados que se encuentren explicados en gran proporción por factores o hechos externos, en los cuales el programa no tiene injerencia.

Sumado a lo anterior, los indicadores deberán ser ideados con la finalidad de medir, evaluar, comparar y posteriormente mejorar, aquellas áreas críticas para el aumento de la competitividad y encadenamiento productivo de un determinado grupo de empresas, además de la respectiva misión

Los indicadores se deben definir a un horizonte de trabajo de 3 años que dura la totalidad del programa, pero con cumplimiento de metas anuales. Se recuerda que los indicadores deben ser medibles de acuerdo a la

realidad del proyecto y con acciones que puedan ser cuantificables de acuerdo a su naturaleza y ámbito de acción del programa.

2.2.8 Borrador formulario de postulación Etapa Ejecución periodo 1, PPT y complementos ejecución periodo 1.

El/la consultor/a, en el plazo otorgado, deberá presentar un borrador de postulación del proyecto a la Etapa de Ejecución periodo 1, completando para ello el formulario Etapa Ejecución periodo 1(10). Dicho borrador deberá ser aprobado por el AOI, contando previamente con la opinión técnica de la Dirección Regional Metropolitana y de la Unidad de Desafíos Territoriales de CORFO.

El borrador de postulación será un insumo para que la Dirección Regional de Corfo, según corresponda, formule el proyecto PTI y cumpla las etapas del programa. Deberá contener, entre otros: Alcance de la intervención, resumen ejecutivo, objetivos, justificación, desarrollo económico, actividades, presupuesto, mapa de actores, cartera de escalamiento competitivo, indicadores, carta Gantt, metas a lograr en el plazo de tres periodos, y desde allí, la estrategia para agregar valor a la cadena de valor considerando además la opinión de la comunidad local y las oportunidades de conexión con otras actividades a nivel intra e interregional.

Presentación tipo con los resultados obtenidos en formato PPT y/o PPTX u otro que permita edición y cuenta con información relevante obtenida en el periodo de la etapa y que permita dar cuenta de los resultados obtenidos.

Finalmente, se deberá identificar si el proyecto cumple con los requisitos suficientes para implementar su etapa de ejecución, es decir, la existencia de cadena de valor, de iniciativas públicas y privadas y una masa crítica, suficientemente comprometida, con una visión común de desarrollo del sector. De no cumplir con alguno de los requisitos antes señalados, y no ser posible la ejecución del programa, el consultor deberá desarrollar un plan de acción para atender al sector, además de alternativas de financiamiento a través de otros instrumentos de fomento disponibles en la región, nacional y/o internacional que puedan complementar las acciones del plan. El consultor además deberá validar o descartar la hipótesis, señalada en el punto 2.1 de este documento, que dio lugar a este PTI, ya que en caso de no validarse la hipótesis el consultor deberá entregar un plan alternativo.

3. ANTECEDENTES ADMINISTRATIVOS

3.1 Disposiciones generales

i. Consultores que pueden participar

Podrán participar en esta convocatoria las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, que cumplan con los antecedentes metodológicos definidos por Corfo.

ii. Contraparte técnica y administrativa

La contraparte técnica y administrativa de la consultoría estará a cargo del/la ejecutivo/a designado/a por la Dirección Regional Metropolitana, según fuere el acuerdo del Comité de Desarrollo Productivo Metropolitano.

Para el caso de los proyectos con administración agenciada, se incluirá, además, a un/a Jefe/a de Proyecto del PTI, representante del Agente Operador Intermediario.

3.2 Aspectos de la convocatoria

El proceso de convocatoria con sus respectivas fechas y plazos se efectuará en conformidad con lo establecido en el calendario de la licitación, elaborado por la contraparte técnica y administrativa, de acuerdo con lo

10 Según formato CORFO. (no se acepta otro formato)

indicado en el numeral 4.2 y 4.3.

Dicho calendario podrá ser modificado siempre que los plazos que se están modificando no hayan vencido y sean notificados a las personas interesadas en la convocatoria.

3.2.1 Presentación de las ofertas

Las ofertas se deberán presentar en formato digital y deberán contener los elementos mínimos contenidos en las presentes bases, al correo electrónico rodrigo.maturana@codesser.cl indicando como asunto Propuesta PTI, 24PTI-273122 “Turismo rural de la Provincia de Melipilla”.

Cada interesado/a será responsable de:

- De la veracidad e integridad de la información entregada en dichos documentos.
- Identificar claramente los documentos que componen la oferta técnica y económica.
- Presentar documentos legibles y que se encuentren disponibles en el momento de apertura de las ofertas.
- Presentar todos los documentos exigidos en la convocatoria. La falta de documentos será sancionada en la evaluación de la oferta, sin perjuicio que la contraparte técnica y administrativa podrá solicitar los antecedentes faltantes.

3.2.2 Contenido mínimo de la oferta

Será de responsabilidad de los/as interesados/as entregar todos los antecedentes que permitan evaluar adecuadamente sus propuestas. Los contenidos mínimos de la oferta son los que se mencionan a continuación:

Oferta técnica

- **Identificación y experiencia del consultor:** La propuesta técnica deberá contener una presentación de la empresa e informar la experiencia específica que posee en el desarrollo de este tipo de consultorías. Deberá proveer los antecedentes que avalen su experiencia en los últimos 5 años en este tipo de proyectos, incluyendo una nómina de clientes con la respectiva información de contacto. Esta información debe ser presentada utilizando el formato contenido en Anexo N° 1.
- **Identificación y experiencia del equipo de trabajo:** El/la proponente/a deberá incluir una descripción de la organización del equipo de trabajo propuesto, incorporando su organigrama y los curriculum vitae de cada uno de los profesionales que forman parte del equipo de trabajo de la consultoría. Se deberá indicar el nombre de los/as profesionales que componen el equipo de trabajo, (incluyendo un/a coordinador/a o director/a) responsable por la prestación del servicio, señalando el nivel académico, experiencia profesional en roles en proyectos similares y las competencias de cada uno/a. Esta información debe ser presentada utilizando el formato contenido en Anexo N° 2 y 3.
- **Metodología:** El/la consultor/a deberá entregar el detalle del marco metodológico a utilizar y las metodologías específicas para cumplir cada objetivo, con el fin de conocer en detalle el alcance y nivel de profundidad con el que abordará este proyecto específico.
- **Plan de trabajo:** El/la consultor/a deberá entregar el plan de trabajo para el desarrollo de la consultoría, el que debe ser consistente a la metodología presentada. Se espera que, al menos, contenga:
 - Descripción detallada de las actividades a realizar.
 - Carta Gantt con el uso de los recursos (actividad, responsable, plazo, recursos).
 - Detalle de horas dedicadas, por profesional.
 - Al menos una actividad de lanzamiento, hito y/o cierre de la etapa.

- **Descripción de los entregables:** El/la consultor/a deberá entregar una propuesta de plazos de entregas, contenidos y propuesta de actividad para la presentación de resultados de cada fase.

Oferta económica

- La etapa tiene financiamiento de \$20.000.000.
- El precio debe incluir todos los impuestos que gravan el servicio.

3.2.3 Evaluación de la oferta

Las ofertas técnicas y económicas recibidas serán evaluadas por el agente operador intermediario, el cual contará con la presencia una comisión evaluadora que se indica a continuación, dejando constancia en un acta de evaluación, de acuerdo con los criterios que a continuación se señalan.

3.2.3.1 Criterios de evaluación

La evaluación de la oferta se efectuará respecto de los antecedentes contenidos en la misma, sobre la base de una escala de notas de 1 a 5. Para cada una de las propuestas, se calculará un puntaje por calificación de la oferta económica y otro por calificación de la oferta técnica, obteniendo un puntaje final calculado de acuerdo a la siguiente fórmula:

Puntaje total: (0,95) X POT + (0,05) X POE Donde:

POT: Puntaje oferta técnica, aproximada a una décima. POE: Puntaje oferta económica, aproximada a una décima.

Puntaje por oferta técnica

El puntaje de calificación de la oferta técnica se realizará en base a la evaluación de factores ponderados aplicando la siguiente fórmula:

POT: (0,35) X F1 + (0,30) X F2 + (0,30) X F3 + (0,05) X F4

Donde:

| Factores | Ponderación |
|--|-------------|
| Factor N° 1: Metodología y plan de trabajo | 30% |
| Factor N° 2: Experiencia de la empresa | 30% |
| Factor N° 3: Experiencia del equipo de trabajo | 35% |
| Factor N° 4: Presentación formal de la propuesta | 5% |

Factor N° 1: Metodología y plan de trabajo

| Evaluación | Nota | Descripción |
|------------|------|--|
| Malo | 1 | La oferta presentada no contiene el detalle del marco metodológico a utilizar y las metodologías específicas para cumplir con los objetivos del proyecto. Asimismo, el plan de trabajo no es consistente a la metodología presentada y carece de una descripción detallada de las actividades a realizar; Carta Gantt con el uso de los recursos (actividad, responsable, plazo, recursos); detalle de horas dedicadas, por profesional. |
| Regular | 3 | La oferta presentada contiene el detalle del marco metodológico a utilizar y las metodologías específicas para cumplir con los objetivos del proyecto. Sin embargo, el plan de trabajo de la consultoría no es consistente a la metodología presentada y/o carece de una descripción detallada de las actividades a realizar; Carta Gantt con el uso de los recursos (actividad, responsable, plazo, |

| | | |
|-------|---|---|
| | | recursos); detalle de horas dedicadas, por profesional. |
| Bueno | 5 | La oferta presentada contiene el detalle del marco metodológico a utilizar y las metodologías específicas para cumplir con los objetivos del proyecto. Asimismo, el plan de trabajo de la consultoría es consistente a la metodología presentada y contiene una descripción detallada de las actividades a realizar; Carta Gantt con el uso de los recursos (actividad, responsable, plazo, recursos); detalle de horas dedicadas, por profesional. |

Factor N° 2: Experiencia de la empresa

| Evaluación | Nota | Descripción |
|------------|------|---|
| Malo | 1 | El/la proponente/a posee menos de 2 años de experiencia en consultorías de proyectos vinculados a temáticas de desarrollo económico territorial. |
| Regular | 3 | El/la proponente/a posee entre 2 y 4 años de experiencia en consultorías de proyectos vinculados a temáticas de desarrollo económico territorial. |
| Bueno | 5 | El/la proponente/a posee 5 o más años de experiencia en consultorías de proyectos vinculados a temáticas de desarrollo económico territorial. |

Factor N° 3: Experiencia del equipo de trabajo

| Evaluación | Nota | Descripción |
|------------|------|---|
| Malo | 1 | En los últimos 5 años los integrantes del equipo de trabajo, en promedio, no han participado en proyectos vinculados a temáticas de desarrollo económico territorial. |
| Regular | 3 | En los últimos 5 años los integrantes del equipo de trabajo han participado, en promedio, en al menos 3 proyectos vinculados a temáticas de desarrollo económico territorial. |
| Bueno | 5 | En los últimos 5 años los integrantes del equipo de trabajo han participado, en promedio, en 4 o más proyectos vinculados a temáticas de desarrollo económico territorial. |

Factor N° 4: Presentación formal de la propuesta

| Evaluación | Nota | Descripción |
|------------|------|--|
| Malo | 1 | La documentación de la oferta no es clara, es ilegible e incompleta. Se requiere solicitar dos o más aclaraciones al oferente. |

| | | |
|---------|---|--|
| Regular | 3 | La documentación de la oferta es clara, legible pero incompleta. Se requiere solicitar una aclaración al oferente. |
| Bueno | 5 | La documentación de la oferta es clara, legible y completa. No se requiere solicitar aclaraciones al oferente. |

3.2.3.2 Requisitos mínimos:

- No podrán ser adjudicadas las ofertas que:
- Tengan una calificación con nota 1, en cualquiera de los criterios.
 - Hayan obtenido una nota final inferior a 3.

3.2.3.3 Comisión evaluadora:

- La Comisión Evaluadora de las ofertas estará integrada por:
- Representante de Agente Operador Intermediario
 - Representante del Subsecretaria de Turismo
 - Representante del Gobierno Regional

4. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

4.1 El oferente deberá presentar:

- Propuesta de asesoría en el formato electrónico y caratulado “**Turismo rural de la Provincia de Melipilla**”, **24PTI-273122** y señalando Nombre de la entidad postulante.
- Curriculum Vitae de empresa postulante.
 - Curriculum Vitae de Profesionales participantes, señalando su intervención y horas comprometidas en la asesoría.
 - Utilizar los anexos de los términos de referencia.

4.2 Fecha, lugar y forma de Entrega de las propuestas:

Las propuestas deben ser enviadas a más tardar el día **2 de diciembre del 2024 a las 15:00** horas vía correo electrónico al mail, rodrigo.maturana@codesser.cl, incluyendo toda la información que será sujeta a evaluación, es decir:

- Propuesta Técnica y Metodología de Trabajo.
- Experiencia de la Empresa Proponente.
- Perfil del Equipo Consultor.
- Propuesta Económica.
- Antecedentes Administrativos de la Empresa Postulante:
 - a. Personas naturales:** Rut, iniciación de actividades, antecedentes laborales y previsionales, certificados de deuda fiscal.
 - b. Personas Jurídicas:** Rut de la sociedad y de representantes legales, escritura y modificaciones, publicaciones y extractos, certificado de vigencia sociedad, antecedentes laborales y previsionales, certificados de deuda fiscal.

Si faltaran algunos de los documentos exigidos, la propuesta se dejará fuera de postulación.

4.3 Fecha de publicación, preguntas y fecha de adjudicación

La fecha de publicación de la licitación será el día 22 de noviembre del 2024 hasta el día 2 de diciembre del 2024. La fecha para realizar preguntas: Las cuales deben ser realizadas solo al correo electrónico; rodrigo.maturana@codesser.cl, hasta el 26 de noviembre de 2023 día las 12:00 hrs. por esta vía, las cuales serán respondidas vía correo electrónico el día 28 de noviembre de 2024 a las 18:00 horas.

La fecha de adjudicación será el día 5 de Diciembre de 2024 informando mediante correo electrónico.

5. ANTECEDENTES LEGALES DE LA EMPRESA

5.1 Aspectos del contrato

5.1.1 Plazo de ejecución

El plazo de desarrollo de esta consultoría es de 05 meses, contados desde la fecha de celebración del contrato con el/la consultor/a, pudiendo proponer, el/la consultor/a, un plazo menor de ejecución.

5.1.2 Presupuesto

El presupuesto máximo disponible para esta consultoría es de veinte millones de pesos (\$20.000.000.-), impuestos incluidos. Este monto comprende todos los gastos para su ejecución por parte del/de la consultor/a.

Los pagos se efectuarán luego de entregados y aprobados cada uno de los informes descritos anteriormente.

Sin perjuicio de lo anterior, de estimarlo necesario, la empresa consultora podrá solicitar por escrito, una vez que se encuentre firmado el contrato con la Entidad Gestora, un anticipo de hasta el 25% del valor del contrato. Sujeto a la entrega mínima del informe de ajuste metodológico.

Será requisito previo para la entrega del anticipo, que la empresa consultora entregue una Póliza de Seguro de Ejecución Inmediata o una Boleta Bancaria de Garantía con carácter de irrevocable, tomada a favor de Corporación del Desarrollo Social del Sector Rural – CODESSER, RUT 70.265.000-3, nominativa, no endosable, pagadera a la vista y a su solo requerimiento por el total de los montos anticipados, impuestos incluidos. Dicho documento deberá tener una vigencia mínima de 120 días hábiles posteriores a la fecha de término del contrato. La glosa de la garantía deberá señalar “Para garantizar a Corporación del Desarrollo Social del Sector Rural – CODESSER el correcto uso de los recursos anticipados en contrato de prestación de servicios de PROGRAMA TERRITORIAL INTEGRADO TURISMO RURAL DE LA PROVINCIA DE MELIPILLA, código 24PTI-273122. Dicha garantía podrá alzarse, una vez aprobado el informe final correspondiente a la etapa que dio origen al anticipo.

5.1.3 Entregables y forma de pago

- **Informe inicial (ajuste metodológico):** el/la consultor/a entregará un informe inicial que contendrá las eventuales modificaciones al plan de ejecución presentado en su propuesta, así como los ajustes al cronograma inicial, atendiendo las recomendaciones y aclarando las preguntas surgidas durante la reunión inicial.
- **Informe de Avance:** el/la consultor/a deberá elaborar, en base al cronograma, un informe de avance cuyo contenido deberá tener plena concordancia con los Términos de Referencia y el plan de ejecución incluido en el informe inicial. Sin perjuicio de lo anterior, deberá incluir como mínimo los resultados asociados a los objetivos 1, 2, y 3, en función de lo indicado en los apartados: b) Fases y Contenidos de los informes, y ii) Informe de avance: Fase 1.
- **Informe final:** el/la consultor/a deberá elaborar un informe final de la consultoría, que contendrá, además de la información correspondiente a los informes anteriores, las actividades y productos obtenidos en el último período de ejecución, según cronograma y plan de ejecución aprobado, en función de lo indicado en los apartados b) Fases y Contenidos de los informes, y iii) Informe Final. Fase 2. Deberá contener, como mínimo, los siguientes elementos:
 - Resumen ejecutivo.
 - Informe de avance debidamente corregido en base a observaciones de la contraparte técnica y administrativa.
 - Reporte de actividades y productos del último período de la consultoría.
 - Recomendaciones prácticas y lecciones aprendidas a partir de la consultoría realizada.
 - Presentación de la consultoría (principales aspectos) en formato power point.

Los informes serán analizados por la contraparte técnica y administrativa y, a su vez, deberán contar con la opinión técnica de la Unidad de Desafíos Territoriales de CORFO. El/la consultor/a deberá realizar presentaciones dirigidas a ellos, lo cual será coordinado por la contraparte técnica y administrativa.

Si existieran observaciones, el/la consultor/a deberá mantenerse a disposición de la contraparte técnica y administrativa hasta que dichas observaciones sean respondidas satisfactoriamente.

Además, el/la consultor/a deberá entregar al Agente Operador Intermediario (en caso que el proyecto sea agenciado), todos los documentos digitalizados finales e intermedios y archivos informáticos generados que se utilicen como soporte al análisis realizado en el transcurso de la consultoría. Dichos documentos serán rendidos por el AOI en las rendiciones trimestrales.

La **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.** indica los plazos de cada uno de los informes contemplados en la presente consultoría, así como el porcentaje del precio asociado.

Tabla N° 3 Plazos y porcentajes de pago

| Entrega | Plazos en días corridos para cada entrega | Porcentaje del monto total contratado |
|---------------------------------------|---|---------------------------------------|
| Informe inicial (ajuste metodológico) | 10 | 20% |
| Informe de avance | 90 | 30% |
| Informe Final | 150 | 50% |
| Total | 150 | 100% |

El/la consultor/a podrá proponer plazo de entrega distinto, acorde a la planificación de actividades que presente, lo cual será materia de evaluación durante el proceso de selección. El pago efectivo de los montos contratados, de acuerdo con los porcentajes señalados en la Tabla N°3, se realizará una vez que la contraparte técnica y administrativa aprueben los informes.

5.1.4 Características de la Empresa

La empresa consultora deberá demostrar experiencia en la realización de consultorías de carácter estratégico, asociadas a temas territoriales y cadenas de valor, sectores económicos, con participación de actores públicos y/o privados. La experiencia de la empresa debe ser consignada en el Anexo 1, entregando información de contacto de empresas o instituciones a las cuales prestó servicios con anterioridad.

Los participantes no podrán incurrir en incompatibilidades para ser contratados por el beneficiario de la consultoría dependiente de CODESSER, para cuyo efecto el postulante deberá suscribir la Declaración Jurada Simple que se acompaña como Anexo N° 5, parte integrante de las presentes Bases.

5.1.5 Características del Equipo de trabajo

El equipo de trabajo de la consultoría deberá demostrar experiencia en estudios y/o proyectos orientados a:

- Temas territoriales y cadenas de valor, sectores económicos, con participación de actores públicos y/o privados.
- Diagnósticos estratégicos, identificación de brechas, necesidades, déficit, oportunidades asociadas a desarrollo económico en un territorio.
- Trabajo colaborativo y gestión de redes público-privada-academia.
- Fomento de Pymes (p.ej. asesoría o mentoría empresarial).

Cualquier cambio en los integrantes del equipo de trabajo adjudicado, deberá ser informado al AOI y aprobado por éste previo a su ocurrencia. No obstante, en cualquier caso, el/la consultor/a reemplazará al/a la integrante por otra persona con calificaciones y experiencia similares a las de la persona reemplazada.

5.1.6 Responsabilidades del/de la Consultor/a

El/la consultor/a será responsable de las actividades y tareas descritas en los Términos de Referencia y en su oferta técnica, y de entregar los productos descritos en ellos.

Asimismo, se compromete a proveer las aclaraciones de términos de metodología, el perfil profesional y dedicación del personal propuesto u otros aspectos, a completa satisfacción conforme lo acordado en la reunión de inicio.

En este sentido, deberá:

- Desarrollar las actividades descritas en esta consultoría, utilizando procesos y prácticas de análisis estándar y debidamente fundadas.
- Suministrar los archivos digitales que sustenten los resultados de cualquier análisis numérico, modelo o diseño a ser revisado y que servirán de soporte a efectos de aprobación de los informes señalados en el 2.2.4. Todos los archivos deberán ser entregados en su versión ‘editable’ y los que no permitan su edición serán rechazados, salvo que hagan también entrega de la versión editable.
- Aceptar y colaborar con la supervisión y evaluación que se establezcan para el normal desarrollo de la consultoría y el cumplimiento del contrato.
- Elevar una propuesta basada en criterios técnicos, respetando las normas y políticas del Estado de Chile. Las características de la consultoría deberán ser tales que ofrezcan las mejores condiciones para entregar una visión independiente y equilibrada.
- Durante el período de la consultoría, mantendrá canales de comunicación abiertos para el intercambio de ideas sobre el desarrollo del proyecto.
- Integrar un equipo profesional que estará compuesto, como mínimo, por profesionales con experiencia demostrada en las materias de la consultoría, siendo determinantes la especialidad y la experiencia.

5.1.7 Exposición de resultados

El/la Consultor/a deberá exponer a la contraparte técnica y administrativa los resultados iniciales, intermedios y finales de la consultoría, apoyado/a en medio visual, y a quien la contraparte incorpore. Se deberán considerar, además, reuniones intermedias a solicitud de la contraparte técnica y administrativa.

ANEXO 1: EMPRESA CONSULTORA

ANEXO Nº 1: IDENTIFICACIÓN Y EXPERIENCIA DEL CONSULTOR

| | | | | |
|---|-------------------------|--|------------------------------------|-------------------------------|
| NOMBRE EMPRESA CONSULTORA | | | | |
| RUT EMPRESA CONSULTORA | | | | |
| PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA CONSULTORA (Máximo 1.000 palabras) | | | | |
| ANTECEDENTES DE EXPERIENCIA (ÚLTIMOS 5 AÑOS) | | | | |
| TIPO DE SERVICIO PRESTADO | SECTOR PÚBLICO/ PRIVADO | NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN O EMPRESA A LA QUE SE PRESTÓ SERVICIO | PERÍODO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS | NOMBRE Y TELÉFONO DE CONTACTO |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

ANEXO 2: EQUIPO PROFESIONAL DE LA EMPRESA

| ANEXO Nº 2: IDENTIFICACIÓN Y EXPERIENCIA DEL EQUIPO DE TRABAJO (*)(**) | | | | | | | |
|--|---|---------------------------|-----------------------|---------------------------------------|---|--|---------------------------------|
| ROL EN EL PROYECTO | FUNCIONES ASOCIADAS AL ROL (Enumere) | NOMBRE DEL PROFESIONAL | TÍTULO PROFESIONAL | PROYECTOS EN LOSQUE HA PARTICIPADO | NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN ENQUE SE DESARROLLO EL PROYECTO | PERÍODO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS ANTERIORES | NOMBRE Y TELÉFONO DECONTACTO |
| Coordinador/ Director | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |

(*) Adjuntar organigrama del equipo de trabajo propuesto para el proyecto.

(**) Adjuntar Currículum Vitae de cada uno de los integrantes del equipo de trabajo.

ANEXO 3: CARTA DE COMPROMISO

ANEXO Nº 3: CARTA DE COMPROMISO EQUIPO DE TRABAJO

Señor

Elija un elemento.

Presente

Estimado Sr(a)

Yo, (nombre del representante de la persona jurídica), (cédula de identidad o documento de identificación de acuerdo a lo que corresponda) Nº (número de la cédula de identidad o documento de identificación de acuerdo a lo que corresponda), en representación de (nombre de la persona jurídica), rol único tributario Nº (agregar número de rol único tributario), ambos domiciliados para estos efectos en (nombre de la calle) Nº (número de la calle), comuna de (nombre de la comuna), Región (nombre de la región), me comprometo a mantener la constitución del equipo de trabajo declarado en el Anexo 2 de la oferta presentada para el Proyecto denominado:

....., del Programa de Territorio Integrado.

Finalmente, cualquier cambio en los integrantes del equipo de trabajo adjudicado, debido a causas externas no previstas, será informado al AOI y aprobado por éste previo a su ocurrencia. No obstante, en cualquier caso, se reemplazará al/a la integrante por otra persona con calificaciones y experiencia similares a las de la persona reemplazada.

(Firma del representante de la persona jurídica)

ANEXO 4: OFERTA ECONÓMICA

ANEXO Nº 4: OFERTA ECONÓMICA

| | TOTAL DE HORAS DE LA CONSULTORÍA (*) | PRECIO FINAL DE LA CONSULTORÍA (**) |
|-------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| SERVICIO DE CONSULTORÍA | | |

(*) Indicar el total de horas que el equipo de trabajo dispondrá para la ejecución de la consultoría. (**) Valor total del servicio, impuestos incluidos

ANEXO 5: INCOMPATIBILIDADES

| |
|--|
| ANEXO Nº 5 DECLARACIÓN JURADA SIMPLE PERSONA JURÍDICA |
|--|

Ciudad, XX de XXX de 2024

Señores Corporación de Fomento de la Producción
Presente

| |
|--|
| NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA EMPRESA |
| |

| | | |
|---------------------|--------------|--------------------|
| CÉDULA DE IDENTIDAD | ESTADO CIVIL | PROFESIÓN U OFICIO |
| | | |

| |
|-----------|
| DOMICILIO |
| |

En representación de la empresa:

| | |
|--------------|-----|
| RAZÓN SOCIAL | RUT |
| | |

Declaro bajo juramento que la empresa que represento no tiene conflicto de interés con el Agente Operador Intermediario, Codesser. Ni que yo como representante legal y/o mis socios tengan la calidad de cónyuge, hijo, adoptado, o pariente hasta el tercer grado de consanguinidad y segundo de afinidad, inclusive, respecto de un directivo de Codesser.

FIRMA

ANEXO Nº 6: Orientaciones para la incorporación de la temática de Enfoque de Género en la etapa de Validación Estratégica de los Programas Territoriales Integrados PTI (Transcripción Guía género PTI 2023)

1. CONTEXTO

PERSPECTIVA DE GÉNERO

La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que los 193 países representados en la Asamblea de las Naciones Unidas aprobaron en septiembre de 2015, representan el consenso emergente en la búsqueda de un nuevo paradigma de desarrollo que enfatiza el combate a la desigualdad y a la destrucción del medioambiente. Además, en particular, la Agenda 2030 reconoce la centralidad de la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres para transitar hacia patrones de desarrollo sostenible, y sostiene que la incorporación sistemática de una perspectiva de género en su implementación es crucial (Naciones Unidas, 2015).

Su propósito es difundir los fundamentos teóricos de la importancia de incorporar la perspectiva de género en los procesos de planificación en distintas escalas territoriales, y constituir un aporte metodológico a la práctica de agentes gubernamentales y no gubernamentales que tengan responsabilidades en el diseño y ejecución de esos procesos.

La incorporación de la perspectiva de género en la planificación del desarrollo tiene una incidencia estratégica en el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Su objetivo es contribuir al logro de un desarrollo donde hombres y mujeres ejerzan sus derechos y participen equitativamente en el proceso del desarrollo y en la distribución de los beneficios derivados del mismo.

En este marco se implementa el “Cuarto Plan Nacional de Igualdad de Género 2018-2030”, impulsado por el Ministerio de la Mujer y Equidad de Género, que tiene por objetivo velar por el cumplimiento de los compromisos suscritos por el Estado chileno y de los marcos jurídicos y legislativos aprobados que garantizan los derechos de las mujeres. Corfo, a través su “Estrategia Institucional de Género 2020-2021”, aborda las principales inequidades, brechas y barreras (IBB) que enfrentan las mujeres en el emprendimiento con el objeto de mejorar las oportunidades a nivel nacional, para que puedan emprender, innovar y tener mayor acceso a financiamiento y a proyectos de i+d, a través de un compromiso interno que promueva medidas y acciones concretas.

A su vez, la Unidad de Entorno Territorial, toma como insumo el documento señalado precedentemente con el objeto de incorporar orientaciones de enfoque de género en los términos de referencia de los procesos de licitación para selección de consultorías expertas en las etapas de Validación Estratégica de los Programas Territoriales Integrados (PTI).

La relevancia de incluir la temática de género en la fase inicial del proceso radica en que durante la etapa de Validación Estratégica se valida, modifica o descarta la hipótesis preliminar de agregación y retención local de valor inicial que dio origen al PTI y, a partir de ello, se propone una estrategia para el logro de los objetivos que con él se espera alcanzar en el desarrollo del proyecto; incluyendo en este caso la perspectiva de género.

Es importante destacar que la etapa de Validación Estratégica es desarrollada íntegramente por una entidad externa a Corfo, de carácter experto, empresa consultora contratada para dichos fines.

2. FASE Y ETAPAS DE LOS PTI

Para una mayor comprensión del programa es aconsejable conocer sus fases y etapas. En este sentido, el PTI considera la fase de pertinencia de las iniciativas con potencial de ser abordadas a través de un proyecto PTI. Si las iniciativas son pertinentes, los proyectos se ejecutan en etapas sucesivas, siendo necesaria la ejecución, término, entrega de informes y rendición de cuentas de cada una de las etapas para pasar a la siguiente. Ellas son:

FASE DE PERTINENCIA

Corresponde a la fase en que Corfo evalúa la “pertinencia” de realizar un PTI en un territorio para una o más cadenas de valor en particular. Las direcciones regionales y los Comités de Desarrollo Productivo Regional pertenecientes a Corfo son los responsables de presentar una propuesta de PTI al nivel central de la Corporación, precisamente, a la Unidad de Desafíos Territoriales, la que es evaluada en base a la existencia de una o más cadenas de valor, las oportunidades de generación de valor e impacto en las economías regionales o locales y la masa empresarial existente en el territorio.

ETAPA DE VALIDACIÓN ESTRATÉGICA

Corresponde en esta etapa la “validación de la hipótesis de agregación de valor a las cadenas identificadas” en la Fase de Pertinencia, a partir de un levantamiento de información sobre los actores territoriales, brechas y oportunidades. En esta etapa se validarán y proyectarán las variables y acciones pertinentes al desarrollo territorial, la generación de capital social y/o las necesidades de coordinación, de acuerdo con las vocaciones productivas y cadenas de valor con potencial de escalamiento y de impacto estratégico en la economía del territorio. Se asignarán recursos para financiar acciones destinadas a la validación de los objetivos del proyecto con actores relevantes del territorio, la definición del modelo organizacional del proyecto, la formulación de las líneas de acción y la construcción colaborativa del modelo de gestión territorial.

La duración de esta etapa no podrá superar los cinco (5) meses, ampliables hasta por un (1) mes, por la directora o director regional de Corfo, lo cual debe solicitarse por escrito, de manera fundada y previo al cumplimiento del plazo inicial.

ETAPA DE EJECUCIÓN

En esta etapa se lleva a cabo un conjunto sistemático de acciones orientadas a implementar el modelo de gestión territorial (diseñado en la Etapa de Validación Estratégica), para la coordinación y desarrollo sinérgico de acciones e iniciativas de interés público y/o privado que fomenten el desarrollo productivo sustentable de la cadena de valor con potencial de escalamiento y de impacto estratégico en la economía del territorio.

La duración de esta etapa no podrá ser superior a tres (3) años, renovables anualmente y ampliables hasta por dos (2) meses por cada año de ejecución, por la directora o director regional de Corfo.

3. DESARROLLO DE CONCEPTOS

IGUALDAD DE GÉNERO

El objetivo de alcanzar la igualdad de género se ha convertido en un tema prioritario tanto en Chile como en el mundo. Este objetivo ha sido reconocido en diversos acuerdos e instancias internacionales, y se ha convertido en una agenda gubernamental desde la década de 1990 en adelante. En la actualidad, la igualdad de género es considerada un propósito de todas las organizaciones públicas, y es parte de la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible suscrita por los estados miembros de las Naciones Unidas en el año 2015.

El quinto Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS 5) de la Agenda 2030 busca lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas. A pesar de los avances que se han desarrollado durante las últimas décadas, la Agenda 2030 reconoce que las mujeres y las niñas todavía enfrentan discriminación y violencia en todos los lugares del mundo.

Aunque existe un consenso en que trabajar por la igualdad de género es un asunto de mujeres y hombres, las mujeres se encuentran en una situación crítica de desigualdad y discriminación debido a su posición en el orden de género. La Agenda 2030 hace hincapié en la idea de "no dejar a nadie atrás", y considera clave superar la desigualdad y discriminación que afecta a las mujeres del mundo, especialmente aquellas que se

encuentran en situaciones de pobreza y vulnerabilidad social.

ENFOQUE DE GÉNERO

Supone una forma de observar la realidad que permite identificar los diferentes roles, acciones y actividades que realizan las personas y que derivan en asimetrías, desigualdades y relaciones de poder derivadas de los significados para lo femenino y lo masculino en contextos culturales específicos. Ayuda a reconocer las causas que producen desigualdades e inequidades y a formular mecanismos para superarlas. El enfoque de género contribuye a explicar y ampliar aspectos de la realidad que anteriormente no habían sido tomados en cuenta, y resulta aplicable a todos los ámbitos de la vida: laboral, educativo, personal, etcétera. (PNUD, 2008).

ENFOQUE DE GÉNERO EN EL SECTOR PÚBLICO

En el sector público, la perspectiva de género es un enfoque destinado a mejorar la eficacia social de las intervenciones y programas públicos, y reconoce dos hechos relevantes a la hora del diseño y evaluación de políticas sociales: primero, la existencia de prioridades y requerimientos sociales y sectoriales específicos según género y edad, que deberán estar presentes en los diagnósticos de necesidades; y en segundo lugar, el hecho de que las políticas públicas tienen efectos específicos sobre el bienestar y calidad de vida de hombres y mujeres en sus distintas edades, lo que debiera verse controlado en la fase de evaluación de programas (SERNAM 2001).

Ante la constatación de que las mujeres y las diversidades aún se encuentran en una situación de desventaja, las instituciones públicas, en particular aquellas que ejecutan programas de fomento productivo y que pueden contribuir a la autonomía económica de las mujeres, deben dimensionar su capacidad de incidir en las desigualdades, cuyo proceso se inicia visibilizando cuáles son los factores de exclusión o las barreras que afectan a las personas destinatarias de los programas. Por ello, es necesario integrar el enfoque de género en su quehacer, orientada a reconocer y generar acciones para eliminar las barreras de género que limitan a las personas usuarias de los programas de la Gerencia de Redes y Territorios de Corfo, en particular en los Programas Territoriales Integrados PTI.

DESIGUALDAD DE GÉNERO Es la distancia y/o asimetría social entre mujeres y hombres. Históricamente, las mujeres han estado relegadas a la esfera privada y los hombres a la esfera pública. Esta situación ha derivado en que las mujeres tengan un limitado acceso a la riqueza, a los cargos de toma de decisión, a un empleo remunerado en igualdad a los hombres y que sean tratadas de forma discriminatoria. La desigualdad de género se relaciona con factores económicos, sociales, políticos y culturales cuya evidencia y magnitud puede captarse a través de las brechas de género (INMUJERES, 2007).

En el ámbito económico en particular, cobra importancia la idea de justicia de género, entendida como el logro de la igualdad entre mujeres y hombres en conjunto con las medidas para reparar las desventajas que llevan a la subordinación de las mujeres y para permitirles acceder y controlar los recursos combinados con la capacidad de tomar decisiones (Goetz, 2007).

4. ESTRATEGIA INSTITUCIONAL DE GÉNERO CORFO

La Estrategia Institucional de Equidad de Género se enmarca en la misión institucional de Corfo. Su objetivo general es “mejorar las oportunidades de las mujeres, a nivel nacional, para que puedan emprender, innovar y tener mayor acceso a financiamiento y a proyectos de I+D, a través de un compromiso interno que promueva medidas y acciones que ayuden a minimizar las brechas, barreras e inequidades”.

Consecuencialmente Corfo estableció 3 ejes estratégicos con sus respectivas acciones que definen las líneas de trabajo para cumplir con el Cuarto Plan Nacional de Igualdad de Género 2018-2030, considerando las principales brechas, barreras e inequidades, identificadas en el diagnóstico de género y que se encuentran dentro del marco de acción de la Corporación.

EJE ESTRATÉGICO N°1

PARTICIPACIÓN EQUITATIVA EN LAS LÍNEAS DE APOYO

Definición transversal de empresas de mujeres de Corfo

Identificamos un criterio transversal de empresas de mujeres para la Corporación, que permita a las mujeres y empresas de mujeres acceder a beneficios focalizados para disminuir las inequidades, barreras y brechas, así como para medir la participación de estas en las líneas de apoyo de Corfo.

Se entenderá que una empresa es liderada por mujeres, en los siguientes casos:

1. En caso de personas naturales, si la empresaria individual es mujer.
2. En caso de personas jurídicas con fines de lucro (por ejemplo: sociedad por acciones — SpA, sociedad de responsabilidad limitada, sociedad anónima, empresa individual de responsabilidad limitada — EIRL, entre otras), en cualquiera de los dos siguientes casos:
 - Que una o más mujeres tengan participación en, al menos, un 50% del capital social.
 - Que una o más mujeres tengan participación en, al menos, un 30% del capital social y que, además, le corresponda a una o más mujeres la representación de la sociedad.
3. En caso de personas jurídicas sin fines de lucro u otras, por ejemplo: corporaciones, fundaciones, cooperativas, asociaciones gremiales, entre otras; si su directorio (o el órgano al que le corresponda la administración) está integrado, al menos, en un 50%, por mujeres.
4. En el caso de las líneas de apoyo de Start-Up Chile se considerará la representación legal de las empresas.

Cofinanciamiento especial en líneas de apoyo

- Se ha definido un porcentaje diferencial en el cofinanciamiento exigido para mujeres y/o empresas de mujeres. Entendiendo que las mujeres o las empresas de mujeres tienen una mayor dificultad para obtener financiamiento de otras fuentes fuera de Corfo, se exigirá un porcentaje menor de cofinanciamiento para mujeres o empresas de mujeres. Este monto debe estar justificado por instrumento y no podrá ser menor a 10%.
- Convocatorias específicas para mujeres y/o empresas de mujeres en distintas líneas de apoyo.
- Se abrirán convocatorias y/o llamados específicos con el objetivo de aumentar la participación de las mujeres y empresas de mujeres en emprendimientos y en el área de la innovación.
- Incentivar a actores del ecosistema a implementar medidas de equidad de género para promover el ingreso de mujeres a emprendimientos innovadores
- Promoveremos el enfoque de género en los intermediarios Corfo, con el fin de asegurar la participación de mujeres y/o empresas de mujeres en los productos intermediados por ellos, incorporando en el diseño de bases técnicas (a intermediarios) un número mínimo de cupos para mujeres y/o empresas de mujeres atendidas por estos.
- Bonificación adicional en evaluación de proyectos presentados por mujeres o empresas de mujeres en ciertas líneas de apoyo que la corporación de defina para este fin.
- Se busca aumentar la cantidad de proyectos adjudicados a mujeres y/o empresas de mujeres, a través de la entrega de una cantidad de puntos porcentuales adicionales en la evaluación de estos proyectos en ciertas líneas de apoyo de Corfo.

EJE ESTRATÉGICO N°2

FORTALECIMIENTO DEL ECOSISTEMA DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO

- Generar espacios de aprendizaje y transferencia de conocimiento que permitan disminuir las asimetrías de información que tienen las mujeres para emprender
- Se desarrollarán talleres y módulos explicativos para orientar y acompañar a las mujeres en la postulación a las líneas de apoyo y minimizar las brechas digitales de las emprendedoras a través de

marketing digital.

- Desarrollar espacios de vinculación, redes y difusión para mujeres y/o empresas de mujeres
- Se realizarán ferias digitales, paneles y talleres dirigidas a mujeres emprendedoras con el fin de ayudarlas a aumentar sus ventas, buscar distintos canales de distribución y entrar a mercados más competitivos.
- Generar espacios de innovación abierta para mujeres
- Mediante este espacio se busca conectar, generar redes, disponibilizar la oferta pública y vincular el ecosistema que permita a las mujeres establecer vínculos a través de plataforma Colaboretech Red Mujer u otra que la Corporación defina.

EJE ESTRATÉGICO N°3

INSTALAR UNA CULTURA DE EQUIDAD DE GÉNERO EN LA ESTRUCTURA ORGÁNICA Y GESTIÓN DE LA CORPORACIÓN

- Sensibilizar a los funcionarios en temáticas de género y fomento productivo.
- Desarrollar y promover la equidad de género en los procesos de compras y contrataciones de bienes y servicios externos.
- Implementar buenas prácticas laborales con equidad de género.
- Promover liderazgos femeninos al interior de la institución.
- Implementar los procedimientos del manual de maltrato, acoso y abuso laboral y sexual vigentes.

5. PLANIFICACIÓN CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Abordar la planificación con perspectiva de género, supone tomar en cuenta las múltiples formas de relacionamiento entre hombres y mujeres, según edad, etnia o raza, condición socioeconómica, ubicación geográfica, entre otras. Implica, además, dar respuesta al objetivo de reducir las brechas de género y favorecer la autonomía de las mujeres, entendida como “la capacidad de las personas de tomar decisiones libres e informadas sobre sus vidas, de manera de poder ser y hacer en función de sus propias aspiraciones, en el contexto histórico que las hace posibles” (CEPAL, 2011).

Planificar con perspectiva de género contribuye al desarrollo sostenible. La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, aprobada recientemente por los gobiernos y que representa el consenso emergente en la búsqueda de un nuevo paradigma de desarrollo, reconoce la centralidad de la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres para transitar hacia patrones de desarrollo sostenible, y sostiene que la incorporación sistemática de una perspectiva de género en su implementación es crucial. (Naciones Unidas, 2015).

El género, como categoría de análisis relacional, parte de las diferencias en las necesidades de los hombres y de las mujeres, buscando la equidad entre ambos sexos y haciéndose cargo de las relaciones de subordinación de las mujeres. Desde este enfoque, el concepto de género debe estar presente en todo el ciclo del proceso de planificación como un eje transversal, que debe distinguir las desigualdades y diferencias específicas existentes entre hombres y mujeres (socioeconómicas, demográficas, culturales, raciales, entre otras), y proponerse equiparar las desigualdades procurando aminorar las brechas entre unos y otras en los diversos ámbitos. Es decir, al reconocer la desigualdad entre hombres y mujeres y las diferencias de género en el acceso a los recursos económicos, sociales y culturales, la planificación con enfoque de género contribuye a proponer acciones que permitan satisfacer las necesidades de ambos géneros. En la fase inicial de la planificación, un análisis con enfoque de género permitirá, entre otras cosas, identificar los aspectos relacionados con el problema o la situación insatisfactoria que se propone cambiar en un territorio determinado, incorporando la percepción que sobre el problema o la situación tienen hombres y mujeres, y las demandas específicas de sexos para una propuesta de desarrollo.

El territorio, junto con ser el soporte físico de actividades y procesos económicos, es un medio de transformación social. Tiene un carácter multidimensional: contiene un espacio económico y de empleo, un hábitat de la vida cotidiana, un sistema de relaciones sociales de género, un espacio geográfico y diversas identidades sociales, históricas y culturales ([PNUD/GTZ/FISDL, 2006).

En el ámbito del espacio local, un proceso de desarrollo territorial se caracteriza por la preeminencia de las decisiones de las y los actores locales. En ese sentido, es el lugar más próximo en que se expresan las necesidades de los ciudadanos, y donde se hace posible valorizar las potencialidades e identidades territoriales. Su definición como ámbito preferente de la planificación territorial puede ser, entonces, una estrategia eficaz de gestión para abordar y dar respuesta a las demandas asociadas a diferencias y desigualdades entre mujeres y hombres, entre las mismas mujeres, y entre diversos grupos.

6. ESTADÍSTICAS E INDICADORES DE GÉNERO

La formulación de estadísticas y de indicadores cumple una función importante en el diseño de políticas, entregando información para medir sus efectos en las relaciones de género y en la situación de las mujeres en especial.

En un proceso de planificación, las estadísticas son herramientas necesarias para elaborar líneas de base de los indicadores de seguimiento y evaluación de un plan, programa o proyecto. Al respecto, es importante subrayar el analizar que todos los indicadores deben ser desagregados por sexo. Asimismo, deben estar incluidos en forma específica indicadores de género que permitan hacer distinciones sobre la situación particular de las mujeres.

Las estadísticas de género —representación numérica de hechos que se ubican en el tiempo y el espacio— desempeñan un papel importante en la eliminación de estereotipos, en la formulación de políticas y en su seguimiento para el logro de la plena igualdad entre mujeres y hombres. Son útiles para: sensibilizar a las autoridades, formular planes nacionales y locales con enfoque de género, monitorear y evaluar adecuadamente las políticas públicas, y rendir cuentas y transparentar las acciones de los organismos públicos.

Los indicadores de género, por su parte, “son herramientas que sirven para medir los cambios producidos en las relaciones de género. El cálculo de indicadores de género debe hacerse, siempre que sea posible y pertinente, para mujeres y hombres. La situación de la mujer en cada país puede tener como referencia a los hombres del mismo país o del territorio o a otras mujeres de grupos sociales, etarios y étnicos distintos” (CEPAL, 2006)

Estos indicadores son de crucial importancia, por cuanto permiten:

- Hacer visibles las desigualdades entre hombres y mujeres, y lo que ello implica en términos de oportunidades y acceso a los beneficios del desarrollo.
- Elevar la conciencia sobre estas desigualdades y contribuir al diseño de políticas públicas y medidas destinadas a superarlas.
- Generar y ofrecer una base de información no sesgada a partir de la cual formular planes y políticas.
- Dar seguimiento (monitorear), evaluar y ejercer control ciudadano sobre los efectos de las políticas y medidas que se implementen

7. RECOMENDACIONES PARA INCORPORAR EL ENFOQUE DE GÉNERO EN LOS PTI

Para efectos de incorporar y abordar el enfoque de género en la etapa de validación estratégica, tanto en la validación, modificación o descarte de la hipótesis de agregación y/o retención de valor, como también, en la propuesta de la estrategia del proyecto para los logros de sus objetivos, se sugiere tener en consideración los siguientes elementos:

BARRERAS DE GÉNERO

Las mujeres, además de presentar una menor presencia en la propiedad y en la gerencia de las empresas, y en especial las de mayor tamaño, las mujeres emprendedoras o empresarias enfrentan una serie de barreras por motivos de género, entre las cuales se sugiere analizar:

Barreras conductuales y personales

Tienen su origen en la socialización de género. Ejemplos de estas barreras son la poca autoconfianza y la baja autoestima de algunas mujeres, lo que les dificulta tomar posiciones de liderazgo, disminuye su capacidad de negociación, entre otras consecuencias relevantes para la actividad empresarial.

Barreras funcionales

Producidas por la división sexual del trabajo, ya que se encuentran limitadas por el tiempo que disponen para dividirse entre su trabajo fuera y dentro del hogar y el cuidado de otras personas (hijos/as, personas mayores, etc.). En otras palabras, refiere a las dificultades para compatibilizar la actividad empresarial con el trabajo doméstico y de cuidados.

Barreras sociales y culturales

Tienen que ver con la subestimación que se percibe, en algunos sectores de la sociedad chilena hacia las mujeres de negocios, barreras que también se replican en la elección que realizan las propias mujeres, del sector económico en el cual operarán sus emprendimientos (por sentirse más capacitadas en ámbitos tradicionalmente femeninos, como por ejemplo la alimentación).

Barreras jurídicas

Son las restricciones en materia de leyes, que las ponen en desventaja en términos de la propiedad de los activos personales y de las empresas.

Barreras institucionales

Se expresan en que una gran parte de la oferta programática existente reproduce las segmentaciones (horizontal y vertical) por motivos de género, que existen en la economía.

Barreras provenientes de las propias características de los emprendimientos femeninos

Resultado de la segmentación horizontal por género de los emprendimientos, las mujeres generalmente se ubican en menos sectores productivos (poca diversificación), que además son sectores de escaso valor agregado, y, por consiguiente, menores ingresos y utilidades.

Brecha digital

Las emprendedoras suelen mostrar una débil trayectoria tecnológica debido a que su escaso grado de control de las tecnologías las hace no generar o internalizar dichas competencias al interior de su empresa.

Menos tiempo de dedicación

A causa de la necesidad de compatibilizar el tiempo dedicado al emprendimiento con las tareas domésticas y de cuidados.

FACTORES DE ÉXITO DE EMPRENDIMIENTOS ENTRE MUJERES Y HOMBRES

Con el objeto de poder reforzar el apoyo a los emprendimientos femeninos, se proporcionan diferencias relevantes entre los factores de éxito entre emprendimientos de mujeres y hombres.

| Factores de Éxito | Femenino | Masculino |
|---------------------|--|---|
| Motivación | La mayor parte emprende por motivos ligados a la necesidad de complementar ingresos, salir del desempleo, organizar su tiempo simultaneando cuidado y negocio. En consecuencia, sus proyectos son menos sólidos y con menos probabilidades de éxito. | La mayor parte emprende por motivos ligados a la detección de una oportunidad de negocio y por ello tienen más probabilidades de éxito. |
| Asunción de riesgos | La socialización diferencial prima | |

| | | |
|--|--|--|
| | <p>en las mujeres las actitudes poco ambiciosas, el desarrollo de habilidades relacionadas con la administración de recursos escasos y el no poner en peligro las rentas del entorno familiar. En consecuencia, asumen riesgos en menor medida, pero también los asumen con mayor prudencia dedicando más tiempo a informarse antes de tomar la decisión.</p> | <p>Las actitudes que se potencian son la ambición, el logro, la acumulación y éxito. En consecuencia, se asumen riesgos mayores que en el caso de las mujeres y con mayor rapidez, lo que, en algunos casos, provoca que sean excesivos.</p> |
| Iniciativa | <p>En su educación se promueven y potencian las actitudes relacionadas con el no tomar la iniciativa salvo en el caso del cuidado de las demás personas. En el caso de equipos mixtos tienden a dejar que los hombres tomen la iniciativa.</p> | <p>La educación dirigida al logro, al dominio de las situaciones, ocupación de espacios, etc. provoca que tengan más desarrollada la iniciativa que las mujeres.</p> |
| Disponibilidad | <p>La doble socialización actual para el empleo y para el cuidado del grupo de convivencia resta tiempo para la dedicación al proyecto emprendedor.</p> | <p>La socialización focalizada únicamente en el empleo hace que tengan disponibilidad temporal total para desarrollar sus proyectos emprendedores.</p> |
| Resistencia a la frustración | <p>La socialización femenina, muy articulada en torno al desarrollo de capacidades tendentes al cuidado exitoso de las y los demás, tiene como consecuencia el anteponer las necesidades del resto a las propias y esto genera una alta resistencia a la frustración.</p> | <p>La socialización centrada, en muchas ocasiones, en la consecución lo más inmediata posible de los deseos genera una escasa resistencia a la frustración.</p> |
| Acceso al crédito | <p>Sus obstáculos están relacionados con factores internos (dificultad de asumir riesgos de grandes dimensiones, temor al fracaso y a la sobreexposición al riesgo del patrimonio familiar) y externos tales como la visión estereotipada de las entidades de crédito sobre la viabilidad de los proyectos emprendedores de las mujeres primando en su visión el papel cuidador.</p> | <p>Es la otra cara de la moneda: alta capacidad para asumir riesgos, incluso excesivos y visión favorable hacia el emprendimiento masculino por parte de las entidades financieras.</p> |
| Acceso a información económica, de mercados, conocimientos legales conocimientos de gestión y administración | <p>Una parte importante de las mujeres está bastante alejada de los circuitos en los que se mueve información importante para el éxito de la actividad emprendedora.</p> | <p>La situación es la contraria, para muchos de ellos forma parte de sus conversaciones, lecturas, etc.</p> |
| Proyecto en ámbito feminizado | <p>Tienden a emprender en actividades que les resultan más</p> | <p>Tienden raramente a emprender en ámbitos feminizados y en el</p> |

| | | |
|--|---|--|
| | cercanas a las habilidades desarrolladas por su proceso de socialización y que han influido en su elección académica, aun cuando esas actividades tengan menos oportunidades de negocio. | caso de que lo hagan no suelen tener dificultades externas para hacerlo. |
| Proyecto en ámbito masculinizado | Tienen más dificultades que los hombres para emprender en ámbitos masculinizados no sólo por sentimientos ligados a la inseguridad de ocupar un espacio que no se considera propio sino porque el entorno les resulta hostil debido a las visiones estereotipadas de los agentes que intervienen en el proceso. | Es su espacio de funcionamiento habitual y las reglas de funcionamiento son conocidas y compartidas. Comparten el discurso y utilizan sus aprendizajes informales. |
| Lugar del proyecto emprendedor en el proyecto de vida | Emprenden en general por motivos ligados a necesidades y puesto que el cuidado es un eje más articulador que el empleo en su proyecto de vida, sus proyectos pueden ser menos solidos que los de los hombres. | Elaboran proyectos basados en el aprovechamiento de oportunidades que, además, se ven reforzados por el lugar central que el empleo ocupa en su proyecto de vida. |
| Capacidad para tomar decisiones Estudio Women in Bussiness 2016. Grant Thornton | Tienden a tomar decisiones analizando un conjunto amplio de variables que hace que el proceso de toma de decisiones sea más lento. "El modelo, que podríamos llamar femenino, pone el énfasis en la comunicación como forma no sólo de explicar las decisiones ya tomadas sino de dialogar e incorporar diversas visiones en el propio proceso de decisión. | Tienden a tomar decisiones más rápidas, arriesgándose más a la hora de decidir en consonancia con todo lo dicho hasta el momento. |
| Liderazgo Estudio Women in Bussiness 2016. Grant Thornton | En general tienen un estilo de liderazgo más colaborativo y horizontal. | "El modelo masculino" parte de una concepción bastante unidireccional y solitaria del liderazgo, dándole importancia a la capacidad de delegar. |
| Referentes | La invisibilización de las aportaciones de las mujeres a los avances tecnológicos y sociales, así como de figuras femeninas emprendedoras genera que no tengan referentes que les sirvan de modelos en los que proyectarse. | La amplia presencia de hombres en todos los ámbitos del emprendizaje y de la tecnología hace que dispongan de modelos muy diversos en los que proyectarse. |
| Apoyo del entorno (familia, amistades...) | El papel diferenciado que la sociedad atribuye a las mujeres (ocuparse de los y las demás) y a los hombres (autonomía social, éxito, empleo...) hace que el | La amplia presencia de hombres en todos los ámbitos del emprendizaje y de la tecnología hace que dispongan de modelos muy diversos en los que |

| | | |
|------------------|---|--|
| | entorno familiar y cercano tengan reacciones diferentes para apoyar los proyectos emprendedores según sean de mujeres y hombres, recibiendo estos último más apoyo que en el caso de las mujeres, a las que muchas veces se disuade para que no se embarquen en “aventuras”. | proyectarse. |
| Red de contactos | Las mujeres, en general, disponen de una red de contactos menor lo que influye en la cantidad de información de la que disponen. Su red suele estar en posiciones jerárquicas más bajas que en el caso de los hombres por lo que su capacidad de influencia es también menor. La red de contactos de los hombres al ser más amplia y estar, en general, mejor posicionada que la de las mujeres les proporciona un mayor número de oportunidades. | La amplia presencia de hombres en todos los ámbitos del emprendizaje y de la tecnología hace que dispongan de modelos muy diversos en los que proyectarse. |

PLANIFICACIÓN CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Para contribuir a hacer realidad condiciones propicias para una planificación territorial con perspectiva de género es necesario:

- Garantizar una participación igualitaria de hombres y mujeres en la planificación y puesta en práctica de las intervenciones de desarrollo, teniendo en consideración las diferentes capacidades e intereses de ambos;
- Proporcionar medidas y servicios de apoyo (financieros, de infraestructura, comerciales, de formación), que sean igualmente accesibles para mujeres y hombres y que respondan a sus diferentes necesidades;
- Satisfacer las necesidades e intereses de mujeres y hombres por medio del diseño y distribución de intervenciones de desarrollo que tengan en cuenta sus diferentes necesidades (Massolo, 2006).

Para identificar y analizar los factores clave de género en un proceso de planificación es importante:

- Distinguir las necesidades específicas de las mujeres al inicio del proceso. Esto posibilita considerarlas en todas las siguientes fases, y proponer acciones para darle respuesta.
- Definir con claridad los resultados esperados de la intervención definida en el proceso de planificación para hombres y mujeres específicamente, teniendo en cuenta la satisfacción de necesidades prácticas e intereses estratégicos.
- Analizar los recursos (humanos, materiales y financieros) a los que acceden las mujeres en el momento inicial de la intervención, y a cuáles lo hacen al final del proceso. El análisis de género debe proporcionar información para maximizar el posible impacto positivo de una intervención sobre mujeres y hombres y, como mínimo, pretende garantizar que la intervención no tenga un impacto negativo sobre las mujeres y que beneficie a las mujeres tanto como a los hombres, contribuyendo en lo posible a reducir las brechas y desigualdades.

INDICADORES DE IGUALDAD DE GÉNERO

Según se indica en el Manual de uso del Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe construir indicadores de igualdad de género implica:

- Reconocer las disparidades que afectan a las mujeres en relación con los hombres en un determinado contexto y sociedad;
- Señalar la magnitud de la distancia que hace falta cubrir para alcanzar la igualdad; y Otorgar visibilidad a las desigualdades de género existentes.

8. INDICADORES CON ENFOQUE DE GÉNERO PARA LOS PTI

La Subdirección de Aceleración Territorial en diciembre del año 2020 aprobó la guía metodológica denominada “Hablemos de Indicadores – Programas Territoriales Integrados”. Adicional a ello, a contar del 2023 se agrega a la medición un nuevo ámbito denominado “Enfoque de Género” y sus respectivos indicadores, tanto para los indicadores de programa como para los indicadores de proyectos.

El siguiente apartado tiene por objeto entregar indicadores tanto del programa como de proyecto para efectos de incorporar la temática de perspectiva de género en los Programas Territoriales Integrados de Corfo. Estos indicadores serán comprometidos en la postulación y controlados a través del sistema de gestión del PTI.

INDICADORES DEL PROGRAMA.

Estos están directamente relacionados a los objetivos del instrumento PTI y los ejes estratégicos de Corfo, por lo que deben ser medidos de forma obligatoria en todos los proyectos PTI. En este caso, se incluye el nuevo ámbito “Enfoque de Género”, que permitirá agregar directamente información a los resultados corporativos de Corfo en materia de perspectiva de género.

El indicador transversalmente utilizado en los instrumentos de la Corfo es: “N° empresas lideradas por mujeres”

Este indicador se construye tomando en consideración la definición transversal de empresas de mujeres de Corfo señalada precedentemente en este documento, en la sección “Estrategia Institucional de Género Corfo” Eje N° 1 de Participación equitativa en las líneas de apoyo (pág.10), en la cual se identifica el criterio que permite a las mujeres y empresas de mujeres acceder a beneficios focalizados para disminuir las inequidades, barreras y brechas, junto con medir la participación en las líneas de Corfo.

INDICADORES DE PROYECTO

Estos indicadores están directamente relacionados con los objetivos del proyecto, por ello el desempeño del indicador permite evaluar el grado de cumplimiento de dichos objetivos. Se sugiere incorporar al menos 1 indicador de enfoque de género por proyecto, los cuales han sido incorporados en los ámbitos de medición.

| | |
|--------------------------------------|---|
| Capital Humano Calificado y avanzado | N° Mujeres Capacitadas |
| | N° Mujeres capacitadas que mejoraron sus contratos de trabajo |
| Gestión de calidad | N° empresas lideradas por mujeres que cuentan con certificaciones de calidad (ISO, Sello B, otra) |
| | N° empresas lideradas por mujeres que mejoran procesos internos (eficiencia, calidad, eficacia) |
| Articulación de la cadena de valor | N° empresas lideradas por mujeres que firman nuevos contratos |
| | N° empresas proveedoras lideradas por mujeres mantenidas |
| | N° empresas proveedoras lideradas por mujeres nuevas |
| Acceso a mercados y financiamiento | N° empresas lideradas por mujeres que acceden a nuevo smercados (interno y/o externo) |

| | |
|-------------------------|---|
| | N° empleos nuevos para mujeres generados |
| | N° empresas lideradas por mujeres que acceden a nuevas fuentes de financiamiento |
| Desempeño empresarial | % aumento de productividad en empresas lideradas por mujeres |
| | % variación ventas en empresas lideradas por mujeres |
| Estándares y Normativas | N° estudios para la creación de normas y/o estándares que benefician a las mujeres o empresas lideradas por mujeres |
| | N° nuevas normas y/o estándares diseñados que benefician a las mujeres o empresas lideradas por mujeres |
| | N° empresas certificadas lideradas por mujeres |
| | N° nuevas adopciones de normas y/o estándares que benefician a las mujeres o empresas lideradas por mujeres |
| Emprendimiento | N° empresas/emprendimientos nuevos liderados por mujeres |
| | N° empresas formalizadas lideradas por mujeres |
| Digitalización | N° empresas lideradas por mujeres que inician ventas por internet |
| | N° empresas lideradas por mujeres que adquieren abastecimiento por internet |
| | N° empresas lideradas por mujeres que mantienen digitalizada la información de su negocio |