

PLAN DE OPERACIONES
LÍNEA DE ACTIVIDAD DE COOPERACIONES TÉCNICAS PARA LA EXPERIMENTACIÓN
“CT PROTOTIPO”

PROYECTO INDIVIDUAL DE LA FACILIDAD - RG-O1676

DELEGACIÓN DE AUTORIDAD A LAS OFICINAS DE PAÍS¹

PAÍS
(CH-T1267)

I. INFORMACIÓN GENERAL

Título	COMIDA PARA TODOS – reactivación inclusiva		
Agencia Ejecutora:	Fundación Gastronomía Social (FGS)		
Área temática:	Economía del Conocimiento, Skills para la empleabilidad y el emprendimiento		
Beneficiarios del proyecto:	4.000 jóvenes vulnerables entre 18 y 29 años, residentes en comunas vulnerables² de Chile, de los cuales al menos un 50% corresponderá a mujeres y un 30% a jóvenes que antes de la intervención correspondían al grupo “no estudian ni trabajan” (Ninis).		
Financiación:	Cooperación Técnica de BID Lab:	US\$ 150.000	35%
	Contraparte:	US\$ 282.000	65%
	PRESUPUESTO TOTAL DEL PROYECTO:	US\$ 432.000	100%
Período de ejecución y desembolso:	18 meses de ejecución y 24 meses de desembolso.		
Objetivo:	Apoyar el desarrollo de empleo y emprendimiento de jóvenes y mujeres vulnerables en Chile ³ , mediante el desarrollo de un prototipo tecnológico inclusivo de formación y microlearning.		
Revisión de Impacto Ambiental y Social	Esta operación fue examinada y clasificada según lo requerido por la política de salvaguardia del BID (OP-703) en la fecha 10/Septiembre/2021. Dados los impactos y riesgos limitados, la categoría propuesta para el proyecto es C.		
Equipo del proyecto	Carolina Carrasco (DIS/CCH), Elizabeth Minaya (DIS/CPE), Verónica Alaimo (SCL/LMK), Martina Impronta (DSP/DFV), Lorena Barrenechea (FML/LAB).		
Unidad responsable de desembolsos	CSC/CCH		

¹ La delegación de autoridad para la aprobación de operaciones de prototipos de CT de hasta 150.000 dólares EE.UU. se establece en el marco del MIF/DE-8/19

² En base a pobreza multidimensional por comunas de la encuesta nacional de caracterización socioeconómica (CASEN) del Ministerio de Desarrollo Social,

³ Del total de beneficiarios del proyecto, al menos un 50% corresponderá a mujeres y un 30% a jóvenes que antes de la intervención correspondían al grupo “no estudian ni trabajan” (Ninis)

II. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

A. Descripción del problema

- 2.1. La crisis COVID-19 ha tenido un impacto sin precedentes en el mundo del trabajo en América Latina y el Caribe, causando la pérdida de empleos, una abrupta caída en los ingresos de las personas y caída de la actividad económica de algunos sectores.
- 2.2. En Chile, los sectores económicos más afectados en términos de caída de ocupación e ingresos fueron el comercio (-9,9%), alojamiento y servicios de comidas (-30,7%) y hogares como empleadores (-32,5%). El sector servicios de alojamiento y comidas, es el que más lenta recuperación del empleo está mostrando, alcanzando sólo un 32,9% de recuperación a febrero 2021⁴ y el que presenta mayor incertidumbre por verse más afectado por las medidas de restricción a desplazamientos producto de la pandemia⁵. Si bien durante el primer semestre de 2021 el sector ha mostrado signos de recuperación, aún está lejos de volver a los niveles prepandemia, estimándose una brecha de recuperación del orden de 130 mil empleos para el rubro de alojamientos y comidas⁶.
- 2.3. Por otro lado, el rubro del turismo gastronómico es el sector económico que genera más empleabilidad en Chile, otorgando más de 600 mil puestos de trabajo en un trimestre⁷ y siendo la segunda actividad productiva más importante, correspondiendo un 23% de las exportaciones del país a este sector. Asimismo, un 31% de las empresas existentes en Chile (319 mil) son del rubro de alimentos y un 23% de los empleos son generados por el sector (2 millones anuales)” (Etnográfica, FONDART, 2017).
- 2.4. Los empleos del sector gastronómico son en general de baja calificación, de emprendimientos de menor tamaño o por cuenta propia, por lo que son susceptibles de ser ocupados por población vulnerable, especialmente jóvenes, que no cuentan con estudios terciarios de especialización. Los jóvenes pueden aprovechar esta crisis sin precedentes como una oportunidad, tanto a nivel de empleo como de creación de empresas⁸.
- 2.5. Las empresas del rubro gastronómico requieren mantener la implementación de medidas que les permitan seguir operando y la creación de nuevas unidades de negocio, que son fuente laboral de población vulnerable - jóvenes y mujeres - que, debido a las dificultades económicas y la menor probabilidad de emplearse, se encuentran desalentados respecto a la existencia de oportunidades
- 2.6. Al mismo tiempo, las empresas del rubro gastronómico, para subsistir y maximizar su productividad, requieren, por una parte, contar con personal que no solo posea las competencias técnicas, sino también socioemocionales que reduzcan riesgos de desertión o de mal servicio; y, por otra, transformar sus operaciones, extremando las medidas de seguridad e higiene, posicionando el delivery como canal de ventas e invirtiendo en nuevos modelos físicos como lo son por ejemplo

⁴ Clapes UC, Recuperación del empleo, abril 2021

⁵ Ibid.

⁶ Instituto Nacional de Estadísticas (INE), empleo en actividades características del turismo, agosto 2021.

⁷ Instituto Nacional de Estadísticas (INE), 2021.

⁸ Según la Asociación Chilena de Gastronomía (Achiga) en Chile, el 46% de los empleos en el rubro se han perdido, el 33% de la industria no logra acceder a instrumentos de apoyo dispuestos por el gobierno como créditos y subsidios; y el 41% han experimentado caídas del 51% en sus ventas.

las Dark Kitchen⁹, o “cocinas oscuras” cuyo modelo de negocio está basado 100% en el delivery.

- 2.7. El desempleo juvenil y número de jóvenes que no estudian ni trabajan, han empeorado producto de la pandemia. En Chile, en 2020 el desempleo general fue de 10,7%, mientras que entre personas de 15-24 años el nivel llegó a 17,7% en el último trimestre del año, con un máximo de 22,6% en mayo-julio, de acuerdo con el INE (Diario Financiero, marzo 2021). Por su parte, a enero de 2021, la tasa de ocupación entre los jóvenes de 15 a 24 años se redujo en 8 puntos porcentuales respecto a 2020. (Boletín Nacional Trimestre Móvil octubre a diciembre INE 2020), lo que representó una caída de 28,7%, siendo más afectadas las mujeres con una caída de 31,5%. (Encuesta Nacional de Empleo, 2020).
- 2.8. Las nuevas tecnologías pueden ayudar en la reactivación del sector gastronómico y motivar a los jóvenes a incorporarse de manera activa laboral o empresarialmente. Bajo el escenario post pandemia se pueden identificar algunas tendencias que pueden potenciar de manera innovadora al sector¹⁰: (i) producción de cercanía para simplificar aspectos logísticos; (ii) mayor trazabilidad respecto a las cadenas de producción y distribución; (iii) sostenibilidad como valor para el impulso de la alimentación saludable y conciencia ambiental; (iv) iniciativas de rescate colectivo y living labs colaborativos.

III. LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN

A. Descripción de la solución que se está probando

- 3.1. La innovación de la presente propuesta consiste en poner la tecnología al servicio de la comunidad y de jóvenes vulnerables desplazados del mercado laboral producto de la pandemia, creando una herramienta inclusiva, amable y efectiva para entregar contenidos digitales y formación gastronómica, que favorezca la empleabilidad y el emprendimiento, junto a contenidos pagados, dirigidos a aficionados (o foodies) y profesionales gastronómicos, fuertemente comprometidos con el impacto social.

B. Descripción de los beneficiarios

- 3.2. Los beneficiarios serán 4.000 jóvenes vulnerables entre 18 y 29 años, residentes en comunas vulnerables de Chile, de los cuales al menos un 50% corresponderá a mujeres y un 30% a jóvenes que antes de la intervención correspondían al grupo “no estudian ni trabajan” (Ninis).

IV. ETAPAS DE EJECUCIÓN DEL PROTOTIPO

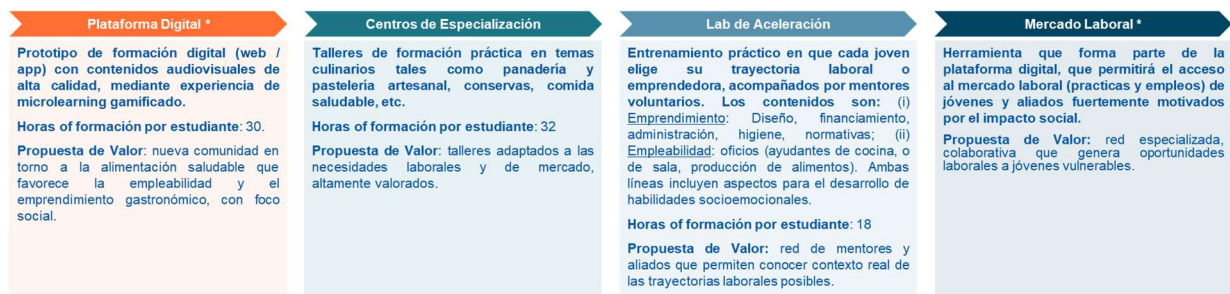
- 4.1 El objetivo del prototipo será probar la viabilidad y efectividad de un espacio virtual de educación y formación profesional – **Comida para Todos (web y app)** – para conectar de manera virtuosa a los variados actores de la gastronomía (trabajadores actuales y potenciales, emprendedores, empresas, foodies y academia) en torno a la creación de oportunidades de prácticas laborales, empleabilidad y desarrollo emprendedor, dirigidos a jóvenes en condición de

⁹ Espacios físicos que cuentan con cocinas ya instaladas, almacenamiento frío, seco y congelado. Ideal para que nuevos restaurantes y marcas puedan establecerse con un 50% menos de inversión de lo que se venía haciendo en años anteriores.

¹⁰ <https://innovation.bculinary.com/wp-content/uploads/2020/06/Gastronomi%CC%81a-360-4-escenarios-post-COVID-19-BCC-Innovation.pdf>

vulnerabilidad, que recibirán formación y desarrollo de habilidades en base a herramientas basadas en gamificación y microlearning¹¹.

- 4.2 Este espacio virtual robustece el modelo de impacto social de FGS que considera, además, espacios físicos de aprendizaje y especialización ya habilitados¹² y el inicio de trayectorias laborales o emprendedoras alineadas con los requerimientos de la demanda, levantados junto a la red existente, en constante crecimiento, de restaurantes, para el desarrollo de competencias alineadas con ella. Los jóvenes formados a través del espacio virtual podrán acceder a los espacios físicos de aprendizaje y especialización, potenciando con ello la adquisición de herramientas que les permitan mejorar sus trayectorias de vida.
- 4.3 La solución tecnológica – Plataforma Digital – complementa un programa de empleabilidad ya existente por parte de FGS, compuesto por diferentes etapas de formación que van desde lo más macro a los más específico, y que usa, para las etapas presenciales, espacios para la formación en diferentes regiones del país, fruto de las alianzas y red que FGS hoy posee.
- 4.4 La trayectoria de formación y empleabilidad, virtual y presencial, a la que podrán optar los jóvenes, en el marco del programa Comida para Todos, será la siguiente:



* A desarrollar en el presente proyecto Prototipo

- 4.5 Para alcanzar este objetivo el prototipo a desarrollar busca: (i) crear un espacio de formación digital gamificado en base a microlearning que conformará módulos de formación en temas gastronómicos (cocina y servicio), green skills y emprendimiento, con foco en emprendimiento femenino. Un programa de formación que plantea 30 horas por alumno/a; (ii) probar un modelo de negocios para la sostenibilidad de la tecnología; (iii) desarrollar inteligencia de datos para el match entre oferta y demanda laboral / desarrollo emprendedor; (iv) ser el punto de entrada del programa de inclusión económica y social de FGS; (v) conectar de manera virtuosa a los actores del ecosistema de gastronomía social.

A. Etapa de definición (duración 2 meses):

- 4.6. Con el fin de aprovechar la familiaridad de los jóvenes con el uso de las tecnologías, se desarrollaron pruebas de concepto que validan que una innovación en microlearning tiene mayor potencial de adopción y fidelización,

¹¹ Cada cápsula de microlearning es un vídeo de 15 minutos de duración. Un conjunto de 120 microcápsulas compondrá el programa de formación para el emprendimiento y empleabilidad vía web y APP. El orden de los contenidos se irá generando de manera gamificada en base a las preferencias de los usuarios, haciendo más atractiva la experiencia, con el fin de asegurar la fidelización y finalización de la formación.

¹² Espacios físicos habilitados para la formación práctica en las comunas de La Pintana, Puente Alto y Peñalolén, en la Región Metropolitana.

como puerta de entrada para el programa de impacto social de FGS. La tecnología servirá no solo como plataforma formativa para el desarrollo de rutas laborales o de emprendimiento de jóvenes vulnerables, sino que también para la concientización en temas de uso responsable de la tecnología, cuidado ambiental, alimentación saludable, creatividad e innovación.

- 4.7. Para el desarrollo del prototipo tecnológico se contratará, mediante una licitación, el desarrollo de la plataforma web, integrada a la aplicación móvil y el desarrollo de contenidos de microlearning y gamificación.
- 4.8. En esta fase se definirá: (i) la arquitectura del prototipo de aplicación móvil y web para la formación de jóvenes y la conexión con oportunidades laborales; (ii) el diseño de la aplicación y web que asegure una óptima experiencia de los usuarios para la adopción y usabilidad (facilidad de uso, funcional e intuitiva, claridad, transparencia e interactividad); (iii) diseño de cápsulas de microlearning y gamificación; (iv) diseño de campaña de comunicación; (v) políticas de privacidad y términos de uso, bajo principios responsables de desarrollo digital; (vi) análisis etnográfico de los futuros usuarios; (vii) términos de referencia y licitación de contratación de aplicación móvil, web y módulos de formación.

B. Etapa de implementación (duración 12 meses):

- 4.9. En esta etapa se ejecutará el desarrollo y prueba del prototipo tecnológico, la medición de la experiencia de los usuarios, estrategia de comunicación, desarrollo y validación del modelo de negocios, iteración y mejoras con miras a la escalabilidad.
- 4.10. Las actividades a realizar son las siguientes: (i) contratación, mediante licitación, del desarrollo de la plataforma web y app para la sala de clases virtual, las cuales contarán con un componente de gamificación que definirá las rutas formativas de los usuarios y un espacio de visibilidad de oportunidades laborales y de prácticas; (ii) desarrollo del contenido de formación (microlearning) audiovisual de alta calidad en temas de gastronomía, emprendimiento en general y emprendimiento femenino en particular, habilidades digitales, uso responsable de tecnología, cuidado ambiental, alimentación saludable, habilidades culinarias y cápsulas evaluativas; (iii) desarrollo de contenidos para los usuarios que sustentarán el modelo de negocios de la sala de clases virtual (foodies y empresas); (iv) pruebas piloto del funcionamiento de la plataforma y experiencias de usuario; (v) estrategia de comunicación y redes sociales para la adopción y uso de la solución; (vi) Bolsa de trabajo virtual; (vii) validación del modelo de negocios; y (viii) medición de indicadores de adopción y usabilidad.
- 4.11. El modelo tecnológico considera también la prueba de un modelo de negocios que facilite la sostenibilidad y mejora continua de la solución. Este modelo contempla:
 - Pago por contenidos y membresías de usuarios “foodies”: la plataforma propone la distribución de contenidos de alto valor, fruto de la red de profesionales que conforman Comida para Todos, con el valor agregado de tener una función social y solidaria, lo que contribuirá a su posicionamiento. El usuario “foodies” podrá adquirir una membresía para consumir libremente contenidos o pagar por consumo independiente.
 - Planes empresa: la naturaleza y funcionalidad de la plataforma permitirá el diseño y comercialización por parte de FGS de perfiles de usuario personalizables para que las empresas puedan fidelizar a su red de clientes

externos e internos, entregando de esta manera una solución atractiva, de alto valor percibido y efectividad en términos de marketing social.

- Además, se realizará marketing social con el fin de levantar donaciones de empresas que busquen becar o apadrinar la formación de los jóvenes beneficiarios del programa.

- 4.12. La convocatoria de jóvenes participantes y la identificación de oportunidades laborales se concretarán mediante la red Comida para Todos, en la que participan, a través de la firma de convenios de colaboración, municipios (oficinas de intermediación laboral), empresas del rubro gastronómico, asociaciones gremiales e instituciones territoriales.
- 4.13. Como resultado se espera que al final del proyecto: (i) Plataforma digital, web y APP operativas; (ii) Bolsa de trabajo virtual implementada; (iii) 4.000 jóvenes habrán completado formación virtual de al menos 12 horas, compuesta por 120 módulos de microlearning, (iv) 1.400 jóvenes, 50% mujeres, habrán graduado al completar satisfactoriamente al menos 30 horas de formación, de los cuales al menos 1.200 habrán concretado prácticas laborales, empleos o liderado un emprendimiento¹³; (v) Red de más de 100 entidades colaboradoras; (vi) Al menos 6.270 usuarios activos en la plataforma, que forman una comunidad en torno a la alimentación saludable.

C. Etapa de Evaluación y Difusión de Conocimientos (duración 6 meses):

- 4.14. La Agencia Ejecutora desarrollará un sistema de monitoreo para el seguimiento de los indicadores de resultados establecidos en la Matriz de Resultados del Proyecto (Anexo I) y la gestión de reportes de usabilidad de la plataforma digital. Además, se sistematizará el modelo de negocios para la sostenibilidad de la plataforma y se desarrollarán campañas comunicacionales que promuevan la adopción de la tecnología.
- 4.15. Para la evaluación de la tecnología a prototipar, se ha conformado un consejo asesor con experiencia en desarrollo web y app, experiencia de usuario, medición de resultados de adopción y usabilidad, modelos de negocio, etc. Bajo un modelo Lean de desarrollo, este consejo sesionará mensualmente de manera de orientar de una forma ágil el diseño e implementación del prototipo, recomendar medidas correctivas en caso de ser necesario y asesorar en la ruta de escalabilidad.

V. AGENCIA DE EJECUCIÓN Y ARREGLOS PARA LA EJECUCIÓN:

A. Agencia Ejecutora

- 5.1. La Agencia Ejecutora será Fundación Gastronomía Social (FGS), entidad sin fines de lucro creada en 2019 con la misión de educar, transferir conocimiento e investigar en materias gastronómicas con el fin de fomentar la inclusión social, la educación, la dignidad personal, la ética alimentaria, el respeto medioambiental, la cultura y la reinserción laboral y así mejorar la calidad de vida de todas las personas, en especial aquellas en situación de vulnerabilidad.
- 5.2. La fundación fue la creadora e impulsora de la campaña Comida para Todos, que con su campaña en el 2020 articuló a más de 60 organizaciones en 4 países para entregar 250.000 almuerzos a más de 5.500 personas en estado de vulnerabilidad alimentaria, reactivando económicamente, en el marco de esta campaña, a más

¹³ La distribución esperada de empleo y emprendimiento puede encontrarse en el Anexo I, Matriz de Resultados.

de 50 restaurantes que pudieron mantener más de 180 puestos de trabajo durante la etapa más crítica de la pandemia.

- 5.3. Asimismo, la fundación ha liderado la implementación de tres escuelas Comida para Todos (centros de especialización en Chile). En 2021 creó el programa virtual “Microempreendedoras Comida para Todos”, para la formación en micro-emprendimiento de mujeres vulnerables y el programa “Boot Camps Comida para Todos”, de formación práctica presencial intensiva orientado a jóvenes vulnerables. Estos diferentes programas mencionados, durante el primer semestre de 2021 capacitaron a 95 jóvenes en condición de extrema vulnerabilidad, 70 de ellos (74%) lograron insertarse laboralmente.

B. Mecanismo de Aplicación

- 5.4. Para una adecuada implementación del proyecto FGS establecerá un Consejo Asesor formado por expertos del área gastronómica, asistencia social, tecnología y desarrollo empresarial, que orientarán estratégicamente la iniciativa.
- 5.5. Además, el proyecto cuenta con una serie de alianzas estratégicas para la facilitación de la convocatoria de jóvenes participantes, el desarrollo del material de formación, las rutas de empleabilidad y de expansión comercial de los emprendimientos. Entre estas entidades destacan: ONG Cultiva, laboratorio de innovación social de la Universidad Católica de Chile (COLAB), Fundación CDI, Fundación Simón de Cirene, Fundación Mustakis, Fundación Fe y Esperanza, Fundación Zurich, Fundación Coca Cola, Asociación Chilena de Gastronomía (ACHIGA), Social Gastronomy Foundation, Municipalidades de Santiago, La Pintana, Peñalolén, Puente Alto y Antofagasta, entre otras.
- 5.6. FGS será el encargado de los procesos de contratación y supervisión de los consultores y proveedores de servicios. Para cada contratación se desarrollarán Términos de Referencia (TdR) que serán puestos a disposición de los potenciales proponentes de manera abierta, de manera de asegurar la máxima calidad y competencia.
- 5.7. **Criterios Específicos para Prototipos de Tecnología Digital solamente:** para la contratación del desarrollo tecnológico, los TdR incluirán, como requisito, la aplicación de los Principios para el Desarrollo Digital¹⁴ que han sido respaldados por el Grupo BID, el desarrollo de una política de privacidad, términos de uso y responsable de datos bajo estándares internacionales.

VI. ALINEACIÓN CON EL GRUPO BID, ESCALABILIDAD Y RIESGOS

A. Alineación con el Grupo BID

- 6.1. El proyecto está enmarcado dentro del área de Economía del Conocimiento, bajo el pilar de skills, al aprovechar la creatividad, nuevas tecnologías y procesos para ofrecer una solución innovadora para un problema social de gran magnitud, como es el desempleo juvenil y el número de jóvenes que no estudian ni trabajan.
- 6.2. El Prototipo se alinea con los indicadores del Marco de Resultados Corporativos (CRF por sus siglas en inglés) del Grupo BID, que dicen relación con beneficiarios receptores de servicios de educación y con los ODS 3 y 4. Adicionalmente, el Prototipo está alineado con la estrategia del Banco en Chile que incluye, como

¹⁴ <https://digitalprinciples.org/>

parte de sus áreas prioritarias, el desarrollo de capital humano y el incremento de la calidad de vida.

B. Capacidad de escalabilidad

- 6.3. Si el prototipo es exitoso, se habrá desarrollado un modelo de equidad social, viable técnica y financieramente, que introduzca a jóvenes vulnerables en una comunidad de gastronomía social, mejorando sus trayectorias laborales y económicas.
- 6.4. El proyecto considera la prueba de un modelo de negocios que será validado durante su ejecución, que permitirá contar con recursos para la mejora continua de la plataforma tecnológica, el desarrollo de nuevos módulos formativos y el fortalecimiento del portal de empleos.
- 6.5. El escalamiento del modelo desarrollado en el marco del proyecto se realizará vía expansión ampliando la adopción de Comida para todos web y app en nuevas ciudades y comunas de Chile y también en otros países de la región afectados por la problemática de empleabilidad juvenil.

C. Riesgos

- 6.6. El principal riesgo es el de no lograr los objetivos planteados por un deficiente desarrollo de la plataforma y de los mecanismos de gestión de datos. Este riesgo, propio de cualquier desarrollo tecnológico, será mitigado al contar con asistencia técnica experta en estrategia y escalabilidad tecnológica.
- 6.7. Un segundo riesgo es que la plataforma no logre la adopción esperada por parte de los jóvenes ni validar modelos de pago que le permitan sostenerse en el tiempo y crecer. Como mitigante, el Consejo Asesor en tecnología, asesorará desde el inicio el desarrollo de un modelo integral financiero, de experiencia de usuarios y estrategia de comunicación y posicionamiento.

VII. PRESUPUESTO RESUMIDO

- 7.1. El proyecto tiene un coste total de US\$432.000, de los cuales US\$150.000 (35%) será proporcionado por IDB Lab y US\$282.000 (65%) que serán aportados en efectivo por la contraparte.
- 7.2. El instrumento que se utilizará es una cooperación técnica no reembolsable dada la naturaleza experimental del presente prototipo.

Categorías de proyecto	BID Lab	Contraparte En efectivo	Total
1. Definición	-	24.000	24.000
2. Implementación	137.500	163.000	300.500
3. Evaluación y difusión de conocimientos	-	55.000	55.000
Administración	7.500	40.000	47.500
Imprevistos	5.000	-	5.000
Grand Total	150.000	282.000	432.000
% de financiación	35%	65%	100%

VIII. CUMPLIMIENTO DE LOS HITOS, ARREGLOS FIDUCIARIOS E INFORMES

- 8.1. **Desembolso por resultados.** La AE se adherirá al desembolso estándar de BID Lab según los resultados establecidos en las "Directrices operativas para la gestión de hitos y la supervisión financiera para proyectos de cooperación técnica de BID Lab y PES" (actualizado en 2019). El monitoreo se llevará a cabo de acuerdo con las políticas de desempeño y gestión de riesgos (cumplimiento de hitos) establecidas en estas Directrices Operativas. Los desembolsos del proyecto dependerán de la verificación del logro de los hitos. Estos hitos se verificarán utilizando sus medios de verificación, que se acordarán entre la EA y el Laboratorio del BID. El logro de los hitos no exime a la EA de la responsabilidad de alcanzar los indicadores del marco lógico y los objetivos del proyecto.
- 8.2. **Supervisión de proyectos.** El proyecto estará asociado a la línea de actividad RG-O1676 en los sistemas del Banco. Será supervisado por el Especialista de Laboratorio del BID con sede en la Oficina de País del Grupo BID en Chile, y ejecutado en coordinación con el equipo de proyecto para RG-O1676.
- 8.3. **Adquisiciones.** El Organismo Ejecutor deberá contar con una política de adquisiciones de tal manera que las adquisiciones vinculadas al Proyecto se realicen a precios de mercado competitivos. Asimismo, deberá preparar un plan de compras y contrataciones (el "Plan de Compras y Contrataciones") aceptable para el Banco, que detalla los contratos de adquisición de bienes y servicios necesarios para la ejecución del Proyecto, incluyendo el costo estimado de cada contrato y los métodos propuestos para la adquisición de bienes y servicios, incluyendo servicios de consultoría. El Banco podrá pedir informes anuales de la ejecución del Plan de Compras y Contrataciones por el Organismo Ejecutor. La aplicación de las políticas de adquisiciones, los términos de referencia y contratos para la adquisición de bienes y servicios, el Plan de Compras y Contrataciones y su cumplimiento podrán ser revisados ex ante o supervisados por el Banco en forma ex post, a su discreción.
- 8.4. **Gestión financiera.** Los desembolsos se realizarán de conformidad con las Directrices de gestión financiera para proyectos financiados por el BID. El organismo ejecutor deberá mantener los datos financieros y los sistemas de control interno contable y administrativo aceptables para el Banco a fin de proporcionar la documentación necesaria para permitir la verificación por parte del Banco de las adquisiciones y gastos del Proyecto y facilitar la preparación oportuna de los estados financieros, presupuestos, e informes. El Banco se reserva el derecho de auditar todos los estados financieros, controles internos, adquisiciones u otros aspectos del Proyecto.
- 8.5. **Estados financieros.** El Organismo Ejecutor deberá preparar y mantener a disposición del Banco sus estados financieros anuales, los que deberán ser certificados por un auditor externo aceptable para el Banco e incluir una nota referida al uso de los recursos de la Contribución y de los Aportes para el Proyecto. Los estados financieros deberán ser presentados al Banco dentro de los 90 días calendario siguientes al cierre de cada ejercicio. Junto con la entrega de los estados financieros anuales, el Organismo Ejecutor deberá presentar al Banco una certificación de integridad, transparencia y uso de fondos, de acuerdo al formato que se adjunta como Anexo B.
- 8.6. **Informes de Estado del Proyecto:** El Organismo Ejecutor es responsable de presentar una PSR al BID Lab dentro de los 30 días siguientes al final de cada

semestre o con más frecuencia si lo requiere el BID Lab. El PSR debe incluir información sobre la ejecución del proyecto, los resultados obtenidos y la contribución a alcanzar el objetivo del proyecto tal como se presenta en la Matriz de Resultados (Anexo I) y otros instrumentos de planificación. Además, el documento debe incluir información sobre los desafíos encontrados durante el período de implementación y posibles rutas para abordar estos desafíos. Dentro de los 90 días siguientes a la finalización del período de ejecución, la Agencia Ejecutora presentará al BID Lab un PSR Final antes a la presentación de informes sobre los resultados clave obtenidos, un plan de sostenibilidad, una estrategia de ampliación y lecciones aprendidas.

- 8.7. **Coordinador del Proyecto:** La Agencia Ejecutora nombrará un Coordinador del Proyecto entre su personal existente. Los gastos relacionados con los costos de coordinación y / o administración del proyecto no son elegibles bajo la contribución del BID Lab, sino que dichos gastos deben ser financiados por la contribución de contraparte. El coordinador del proyecto tendrá la responsabilidad general de la gestión del proyecto, incluida la presentación de informes de resultados de proyectos, el seguimiento de los hitos y resultados y la coordinación con el BID Lab.

IX. PROPIEDAD INTELECTUAL:

- 9.1 La propiedad intelectual de todos los trabajos y los resultados obtenidos bajo el Proyecto le corresponde al Organismo Ejecutor. Por el presente Convenio, el Organismo Ejecutor otorga al Banco una licencia irrevocable, mundial, perpetua, gratuita y no exclusiva para usar, copiar, distribuir, reproducir, exhibir y ejecutar públicamente cualquier producto de propiedad del Organismo Ejecutor que se derive de la ejecución del Proyecto, así como para desarrollar obras derivadas. El Banco podrá otorgar sublicencias a favor de terceros sin requerir nuevas autorizaciones o licencias del Organismo Ejecutor.
- 9.2 El Organismo Ejecutor garantiza al Banco que la ejecución del Proyecto no infringe ni infringirá derechos de terceros y se obliga a llevar a cabo todas las actividades que fueran necesarias para que el Banco pueda ejercer los derechos aquí previstos sin limitaciones. El Organismo Ejecutor liberará y/o indemnizará al Banco, su personal, sublicenciatarios y/o consultores por cualquier acción que pudiera ser iniciada en contra de éstos, por el ejercicio de los derechos licenciados al Banco.
- 9.3 El Banco podrá divulgar, reproducir y publicar cualquier información vinculada al Proyecto e incluir en dicha información el nombre y logotipo del Organismo Ejecutor.

APROBACIÓN

Este prototipo de cooperación técnica está recomendado y aprobado para su financiación en el marco de la Línea de Actividad de Prototipos de Innovación del BID Lab MIF/GN-123 (número de proyecto RG-O1676, número de documento MIF/AT-1565 y número de resolución MIF/DE-8/19).

Recomendado por: Carolina Carrasco, Lead Specialist, BID Lab

Aprobado por: Florencia Attademo-Hirt, Representante Grupo BID en Chile