

# dis trito ∞.



## Playbook

Guía paso a paso para la  
formación de un distrito co.



# dis trito ∞.



## Playbook

Guía paso a paso para la  
formación de un **distrito co.**

 [distrito-co.cl](http://distrito-co.cl)

 [@distrito\\_co](https://www.instagram.com/distrito_co)

DESARROLLADO POR

**FCh**  
FUNDACIÓN CHILE

CON EL APOYO DE

**CCS**  
CAMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO

**ACHM**  
ASOCIACIÓN CHILENA  
DE MUNICIPALIDADES  
desde 1993

EN COLABORACIÓN

**CORFO**

# Créditos

Este Playbook. Guía paso a paso de formación de un distrito co. es un producto del proyecto Distrito co., una iniciativa del Gobierno Regional de Santiago financiada a través del FIC: “Modelo para la formación y gestión de distritos de revitalización comercial”, ejecutada por Fundación Chile, con el apoyo de la Cámara de Comercio de Santiago y la Asociación Chilena de Municipalidades y la colaboración de CORFO.

Agradecemos la valiosa cooperación de Unit quien desarrolló y ejecutó la metodología para la elaboración de este Playbook.

*Equipo División de Fomento e Industria,  
Gobierno de Santiago:*



**Fernando Court S.**  
Jefe División de Fomento e Industria

**Camila Caro P.**  
Jefa Depto. Desarrollo de la empresa y la Industria

**Cristián Blanc H.**  
Jefe Depto. Ciencia, Tecnología e Innovación



*Equipo FCh y consultores:*

**Vladimir Glasinovic P.**  
Dirección de nuevos negocios y prospección

**Verónica Cid B.**  
Jefa de Estudios

**Valentina Gaido L.**  
Jefa de Proyecto distrito co.

**Angélica Figueroa V.**  
Asesora experta distrito co.

**José Saavedra H.**  
Asistente territorial distrito co.

**Patricio Garrido J.**  
Estudios de línea base y georreferenciación

**Ximena Opazo V.**  
Encargada de comunicaciones distrito co.

**Javiera Ramírez S.**  
Líder Contenidos Corporativos

**Alejandro Abuadba T.**  
Director de Arte Corporativo

**Macarena Weis S.**  
Coordinadora de Desarrollo Digital

**Pamela Urzúa P.**  
Jefa de Rendiciones

**Margaret Martínez S.**  
Ejecutiva Rendiciones

**Erika López G.**  
Producción Eventos

**Patricia Mora M.**  
Catering Eventos

*Equipo legal  
Ferrada & Asociados*

**Juan Carlos Ferrada B.**  
**Pablo Rojas Bustamante**



*Diseño metodología y facilitación:*

**Katalina Papic P.**  
Directora ejecutiva

**Juan Felipe López E.**  
Director de Transformación

**Andrea Díaz G.**  
Diseñadora de servicios

**Bernardita Marcos T.**  
Diseñadora de servicios

**Esperanza Castro H.**  
Diseñadora de servicios

**José Herrera S.**  
Investigador

**Valentina Gómez A.**  
Investigadora Unit

*Sistematización y diseño Playbook:*

**María Garreud S.**  
**Jaime Álvarez G.**  
**Adolfo Álvarez D.**  
**María José Soto W.**

# Índice

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>5</b>	<b>FASES DE IMPLEMENTACIÓN</b>	<b>18</b>
¿Cómo se construyó este playbook?	8	Fases para armar tu distrito co.	19
<b>SOBRE EL PLAYBOOK</b>	<b>13</b>	Proceso participativo	21
¿A quién va dirigido este documento?	13	<b>FASE 1: FORMACIÓN DEL GRUPO MOTOR</b>	<b>25</b>
¿Cómo usar este playbook?	15	¿Qué nos llevamos de esta fase?	39
¿Sabes qué es un distrito co.?	16	<b>FASE 2: DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE VALOR DEL DISTRITO</b>	<b>40</b>
		¿Qué nos llevamos de esta fase?	52
		<b>FASE 3: FORMULACIÓN DE UN PLAN DE ACCIÓN</b>	<b>53</b>
		¿Qué nos llevamos de esta fase?	70
		<b>FASE 4: IMPLEMENTACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PLAN DE ACCIÓN</b>	<b>71</b>
		¿Qué nos llevamos de esta fase?	79
		<b>ANEXOS</b>	<b>80</b>

# ¡Hola! Este es un playbook

Guía paso a paso para la  
formación de un **distrito co.**



🌐 [distrito-co.cl](https://distrito-co.cl)

📷 [@distrito\\_co](https://www.instagram.com/distrito_co)

**Este Playbook. Guía paso a paso de formación de un distrito co.** Es un producto del proyecto Distrito co., una iniciativa financiada por el gobierno regional de Santiago a través del FIC: «Modelo para la formación y gestión de distritos de revitalización comercial»<sup>1</sup>, con el apoyo de la Cámara de Comercio de Santiago, la Asociación Chilena de Municipalidades y la colaboración de CORFO.

© Todos los derechos reservados.

Queda autorizada su reproducción y distribución citando la fuente.

Septiembre 2023

1. Código BIP 40037332



Se llama así porque hace referencia al cuaderno en que los jugadores de fútbol americano anotaban sus estrategias para ganar.

Es decir, este es un manual de estrategia.

La estrategia que queremos guiar es que locatarios, propietarios, autoridades o vecinos puedan asociarse y auto gestionar su entorno para liderar iniciativas orientadas a fortalecer el potencial comercial, empresarial y la identidad local de sus barrios.

En el mundo llaman «distrito comercial» a este esfuerzo, pero aquí lo hemos llamado **distrito co.** porque es necesaria la colaboración, la co creación y el trabajo colectivo. [En la página 16](#) puedes encontrar más detalles sobre qué es un **distrito co.**

Liderados por el Gobierno Regional Metropolitano (GORE RM) junto a Fundación Chile (FCH), la Cámara de Comercio de Santiago (CCS) y la Asociación Chilena de Municipalidades (ACHM).

El siguiente documento está inspirado en el modelo Distrito de Mejoramiento de Negocios (Business Improvement District, BIDs) de Londres y fue construido gracias al trabajo con expertos, actores relevantes y a experiencias de pilotos distritos co. en el barrio Bellavista y Plaza Ñuñoa.

¿Cómo se construyó  
este **playbook**?



# ¿Cómo se construyó este playbook?

Este documento es fruto de un intenso trabajo colaborativo.

En una primera etapa participaron 40 personas de 21 instituciones, quienes crearon los lineamientos y directrices generales.

Luego, el detalle de la metodología para generar un **distrito co.** se codiseñó junto a 127 personas en los barrios de Bellavista y Plaza Ñuñoa.

Se realizaron 8 talleres en total, 4 por cada uno, donde fueron levantados los detalles centrales de la metodología y que han sido incorporados íntegramente en este playbook.

# 4

talleres de co-diseño en total con actores claves

# 4

talleres de co-diseño con actores claves del **Barrio Bellavista**

# 4

talleres de co-diseño con actores claves de **Plaza Ñuñoa**

## Instituciones participantes

- ACHM
- AG Barrio Bellavista
- Barrio Italia Providencia AG
- Barrio Yungay
- CCS
- CEPAL
- CORFO
- Fundación Chile
- GORE RM
- Hotel Plaza San Francisco
- La fábrica, Renca
- Ministerio Economía
- Municipalidad de Ñuñoa
- Municipalidad de la Reina
- Municipalidad Providencia
- Municipalidad Santiago
- Nuestro Centro
- Plaza Ñuñoa (Cámara de Comercio Ñuñoa)
- SERCOTEC
- SUBDERE
- Universidad de Chile - Facultad de Derecho

¿Listos para jugar a **distrito co.**?





Taller 1 de co-diseño  
en **Plaza Ñuñoa**



Taller 1 de co-diseño  
en **Bellavista**

Colaboración  
Cocreación  
Codiseño

dis  
trito  
∞.

¿Listos para entrar  
en la estrategia para  
tu **distrito co.**?

# ¿A quién va dirigido este documento?

- Locatarios y locatarias
- Propietarios y propietarias
- Autoridades locales
- Vecinas y vecinos

## ¿Qué te describe mejor?

- Quiero aumentar las ventas y la actividad económica de mi negocio
- Quiero aumentar la plusvalía de mi propiedad
- Quiero potenciar la historia e identidad del barrio
- Quiero que el barrio se vuelva más atractivo y accesible para atraer a más clientes
- Quiero que mi barrio se vuelva más atractivo y seguro para vivir, pasear y trabajar
- Quiero colaborar con otros actores del barrio para potenciar nuestros recursos y generar valor compartido

# ¿Te gustaría colaborar para cuidar y mejorar tu entorno con un objetivo comercial?

Aquí encontrarás:

- Orientación para implementar iniciativas que aumenten clientes
- Claves para mantener una convivencia armónica
- Sugerencias para organizar y llevar a cabo tus ideas
- Propuestas para que tus ideas perduren en el tiempo
- Recomendaciones sobre cómo organizarte con los distintos actores locales



¿Cómo usar este  
**playbook?** →

# ¿Cómo usar este playbook?

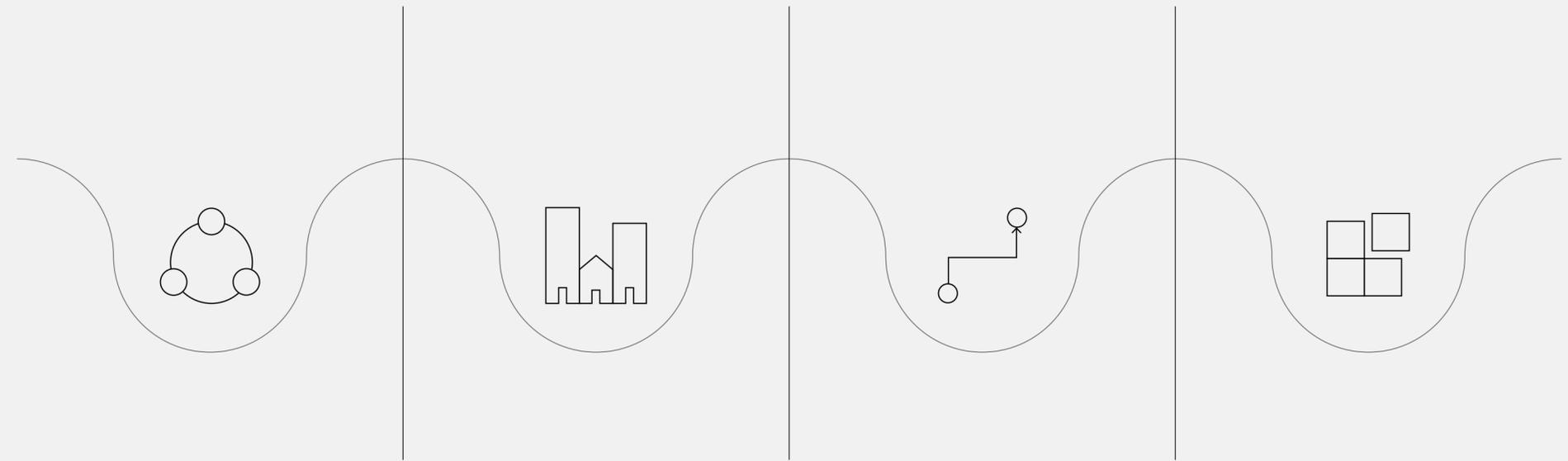
Este documento será un viaje para llegar a un **distrito co.**

Hoy comienzas un camino por cuatro fases, cada una con objetivos y actividades, en las que colaboraremos contigo para encontrar un sentido de barrio, comprometer a más personas para trabajar y reconocer los resultados esperados.

Te entregaremos herramientas concretas y actividades que puedes usar para avanzar en los objetivos.

**Distrito co.** es sobre todo un modelo basado en la asociación con otros y la colaboración. En la [página 21](#) podrás encontrar indicaciones de cómo llevar este proceso participativo.

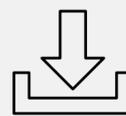
Para facilitar la lectura de este manual encontrarás una serie de íconos que representan diferentes estrategias para ayudarte en tu camino. ¡Pon atención a los íconos!



Buenas prácticas y aprendizajes



Herramientas adicionales



Material descargable

¿Sabes qué es un **distrito co.**?



# ¿Sabes qué es un **distrito co.**?

Es una invitación a conectar a los actores claves de una misma zona comercial para conjuntamente profesionalizar la gestión de la zona a través de un diseño colaborativo y una visión a largo plazo. Juntos Co-construimos valor.

## ¿Y de dónde viene esta idea?

Es una adaptación a la realidad chilena del modelo conocido como Business Improvement Districts (BID's) que ha sido probado con éxito en Nueva York y Londres.

## ¿Qué pretende?

Contribuir al fortalecimiento de distritos comerciales a través de una herramienta de gestión que perdure en el tiempo.

## ¿Por qué es importante crear un **distrito co.** hoy?

Entre cambios políticos, económicos y medioambientales el comportamiento de los consumidores ha cambiado y se necesitan encontrar nuevas fórmulas que permitan hacer más ágiles las economías locales.



Fotografía: Robert Bye - Unsplash



Fotografía: Jehan Mouchet - Unsplash

Un ejemplo exitoso es el de la ciudad de Nueva York, donde cada día los 76 distritos comerciales neoyorquinos recolectan 10.989 bolsas de basura, generan 906 nuevos seguidores en sus redes sociales, remueven 1.327 grafitis y organizan 6 eventos públicos. Los distritos comerciales emplean en total 440 personas full-time en equipos administrativos, 729 trabajadores de limpieza y 310 de seguridad.

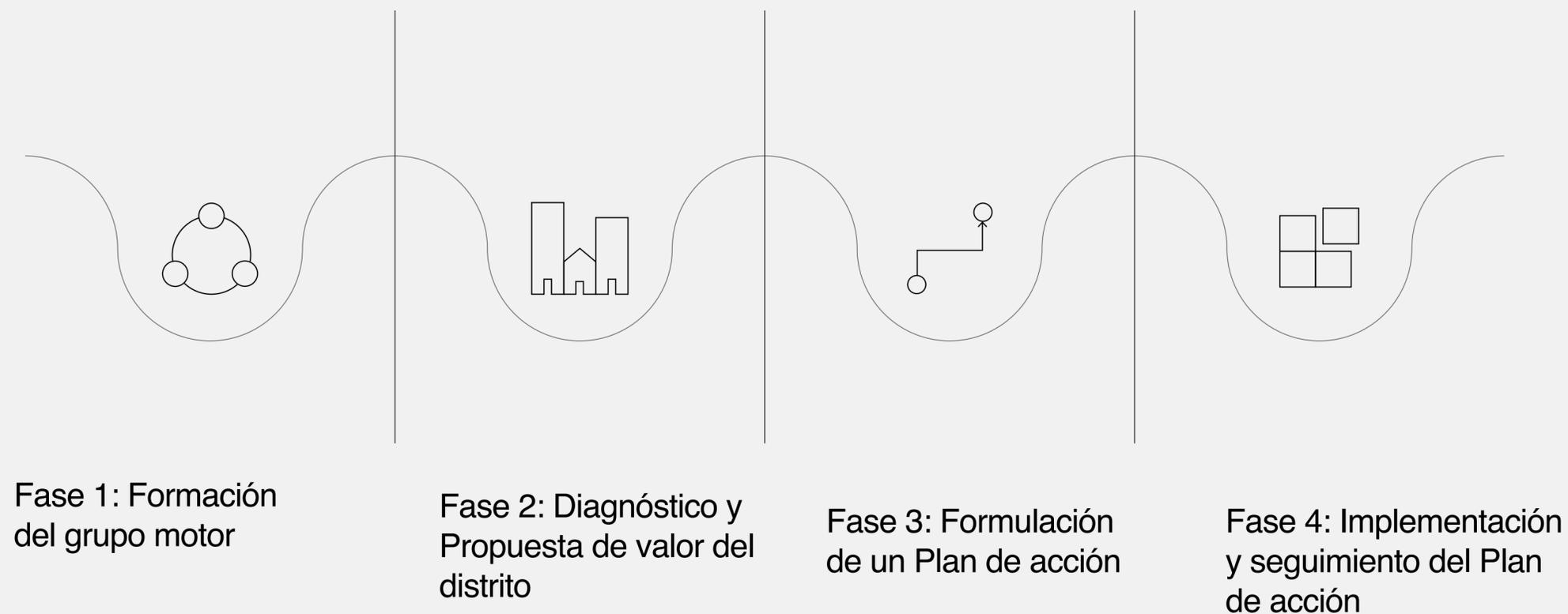
Fotografía: Heartbreak G - Unsplash



¿Te interesa conformar un **distrito co.**? Aquí te contamos cómo hacerlo.

Fases para armar un **distrito co.** →

# Fases para armar tu **distrito co.**



## Plan de acción

Un plan de acción es un documento que contiene las iniciativas y acciones acordadas entre los actores locales del distrito. Es un trabajo colaborativo.

## Grupo motor

Se llama grupo motor al equipo que impulsará las acciones en el distrito para conformar el **distrito co.**

¿Qué contiene el plan de acción del **distrito co.?** →

## Plan de acción de un **distrito co.** incorpora los siguientes contenidos:

Plan de acción de un **distrito co.** incorpora los siguientes contenidos:

1. Visión para el distrito
2. Diagnóstico del distrito
3. Iniciativas de mejoras o mantención
4. Presupuesto
5. Gobernanza o administración
6. Mecanismos de participación y legitimación del plan de acción.

En la [página 53](#) puedes encontrar ejemplos de iniciativas de difusión y mecanismos de participación y legitimación del plan de acción.

### Visión

Se le llama visión al ideal o sueño que queremos lograr para nuestro barrio en el futuro. Es la meta a largo plazo y cómo queremos llegar a ella. Por ejemplo, convertir nuestro barrio en un lugar turístico e inclusivo.

### Diagnóstico

Un diagnóstico es un análisis detallado de cómo es el barrio y qué necesitan las personas que residen o transitan por el barrio. Nos ayuda a entender cómo está el barrio, quiénes lo conforman, qué problemas tiene y qué cosas buenas tiene.

### Gobernanza

Entendemos por gobernanza la forma en que se toman decisiones, se ejerce el poder y se gestionan los asuntos de interés para un comunidad. Por ejemplo, una directiva y sus distintos roles.



# Proceso participativo

**distrito co.** es un modelo participativo basado en la asociación con otros y la colaboración. Por ello, antes de comenzar el trabajo, considera estas indicaciones. ¡Será mejor el resultado!

## 1

### Densidad y diversidad

Es aconsejable que en cada etapa formemos pequeños grupos de trabajo para que todos tengan la posibilidad de expresar sus puntos de vista. Además, es recomendable que tengamos grupos de trabajo que vengan de distintas áreas para tener más puntos de vista.

## 2

### Facilitación

Se deberá asignar a algún integrante del grupo o un externo que ocupará el rol de facilitador/a de la conversación. Esta persona deberá preocuparse de las siguientes tareas:

- A. Guiar la actividad para que todas/os participen y se sientan cómodos al hacer su aporte.
- B. No dejar a nadie fuera de la conversación.
- C. Cuidar los tiempos destinados a cada actividad con el fin de cumplir con los objetivos del día.
- D. Registrar todas las opiniones.

# 3

## Sistematización

Será muy relevante que en cada actividad de este proceso participativo, haya alguien encargado de sistematizar la información en un documento para asegurarnos de registrar y ordenar una visión compartida de lo que levantaron los actores involucrados, para luego comunicar esos resultados.

# 4

## Comunicación de resultados

Es importante que establezcamos una estrategia de comunicación para comunicar las acciones que se están desarrollando y los logros que se están alcanzando en todo el proceso de fortalecimiento del barrio comercial.

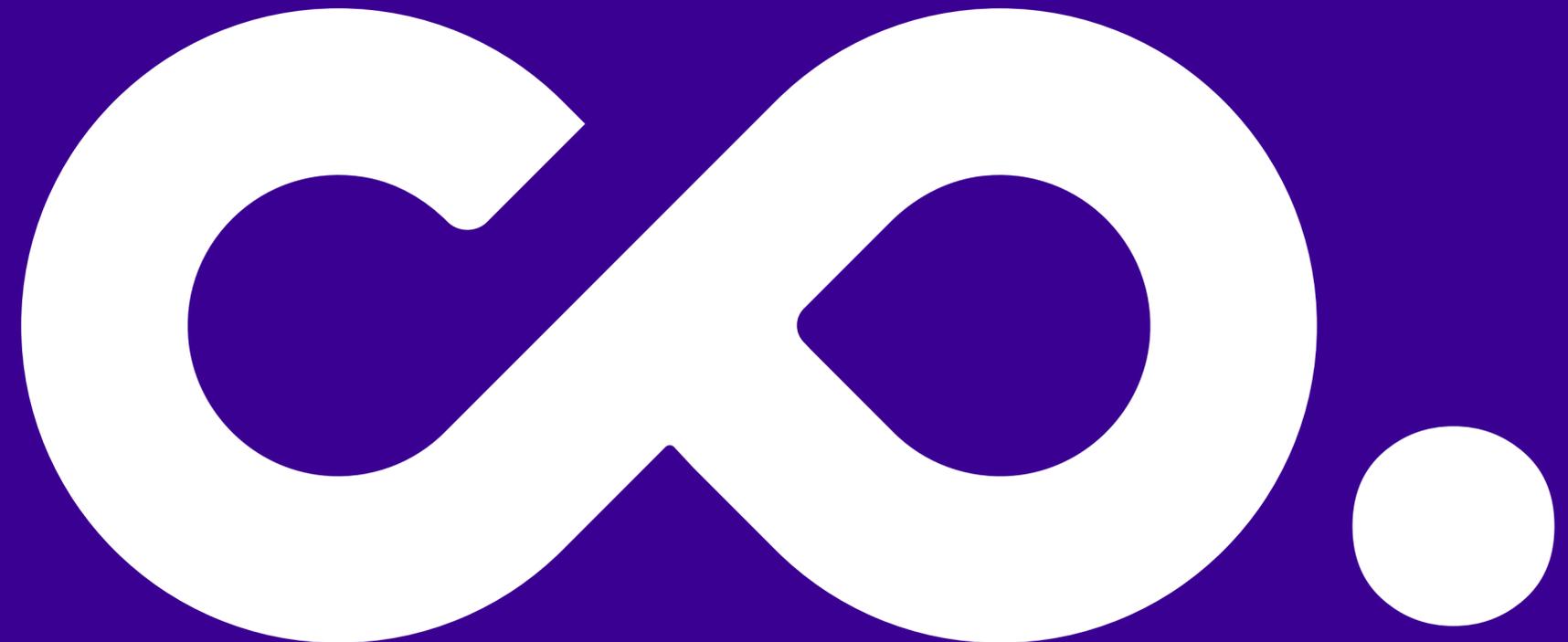
### ¡Recuerda estos principios para una conversación constructiva!

1. **Respeto:** Escuchemos y conversemos todas las opiniones y comentarios
2. **Mirada crítica pero constructiva:** procuremos ser propositivos y constructivos en cada comentario que agreguemos para avanzar y no detenernos.
3. **Compartir:** Todos somos una pieza clave en este proceso, por eso es importante compartir nuestras experiencias, conocimientos y visiones con el grupo.
4. **Igualdad:** Independiente de nuestros roles y de qué área somos, en esta mesa todas las opiniones valen por igual. Son las múltiples miradas las que nos permitirán avanzar y construir en conjunto.

¿Seguro que revisaste los principios para conformar un **distrito co.**?

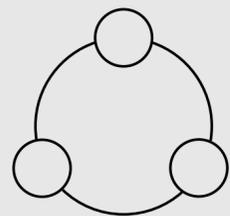
Si es así, podemos pasar a las fases.

¡Llegó el momento!



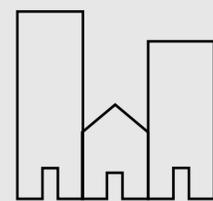
## Fase 1: Formación del grupo motor

1. Reconocimiento del barrio comercial y posibles aliados
2. Elaborar un listado de los potenciales aportantes del barrio que podrían colaborar con cuotas (Ej. propiedades comerciales y patentes comerciales)
3. Comunicar e invitar a ser parte de distrito co.
4. Taller: Encuentro inicial y sueño del barrio



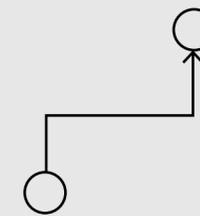
## Fase 2: Diagnóstico y Propuesta de valor

1. Levantamiento de problemáticas, oportunidades de desarrollo y servicios a mejora.
2. Definir propuesta de valor y visión estratégica del barrio
3. Levantamiento de recursos y búsqueda de aliados políticos, técnicos y financieros



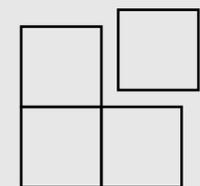
## Fase 3: Formulación de un Plan de acción

1. Elección de los servicios e iniciativas de mejora priorizados
2. Definición del presupuesto y mecanismos de financiamiento
3. Elección de una gobernanza para el distrito co.
4. Difusión y validación de plan de acción



## Fase 4: Implementación y seguimiento del Plan

1. Recolección de aportes y/o cuotas
2. Desarrollo de los servicios e iniciativas
3. Seguimiento y evaluación de la implementación



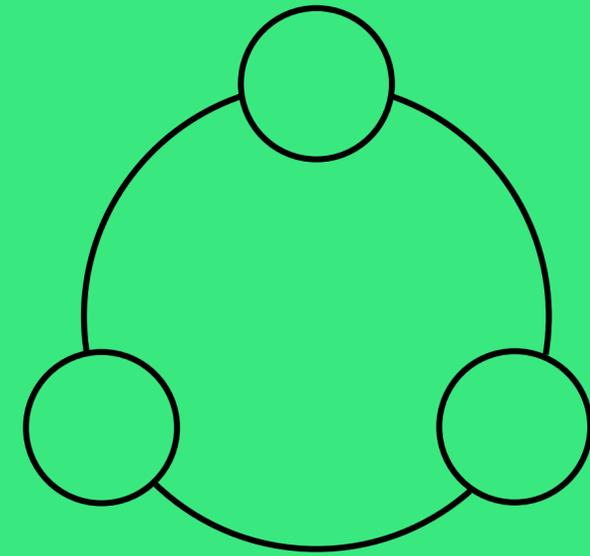
¡Vamos a la **Fase 1!**



FASE  
1

# Formación del grupo motor

¡Llegó la hora de convocar a nuestros pares y subirlos al carro!

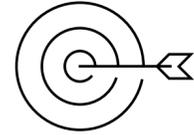




# Fase 1: Formación del grupo motor

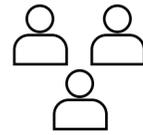
Sal a buscar a tus vecinos e invítalos a tres actividades orientadas a realizar un diagnóstico del barrio, difundir la idea de un **distrito co.** y generar sensibilidad respecto a lo que buscamos para nuestro barrio.

¡Este grupo será el motor de la colaboración!



## Nuestro objetivo será

Conocer el territorio donde se trabajará y convocará a pares y actores locales a formar parte de un proceso participativo de cambio para el barrio.



## ¿A quiénes convocamos?

Todos los actores del barrio. Esto incluye a locatarios/as, propietarios/as, residentes, representantes de organizaciones sociales y culturales, representantes de juntas de vecinos, residentes, clientes y autoridades locales.



## ¿Qué esperamos lograr?

Un grupo motor afiatado y una visión común para el **distrito co.**

## Actividades

1. Reconocimiento del barrio comercial y posibles aliados
2. Comunicar e invitar a ser parte de distrito co.
3. Taller: Encuentro inicial y sueño del barrio

¡Revisemos las buenas prácticas!





# ¡No olvides estas buenas prácticas en la fase de formación del grupo motor de tu **distrito co.**!



- Revisa información de fuentes oficiales para complementar el diagnóstico de tu barrio (informes gubernamentales, prensa, artículos o libros)
- Realiza entrevistas a actores claves del sector que puedan complementar tus hallazgos en fuentes oficiales.
- Por ejemplo, el municipio puede contar con estudios urbanos, económicos y demográficos del barrio. Puede ser útil pedir información en la Secretaría de Planificación Comunal (SECPLA) o la Dirección de Desarrollo Comunitario (DIDECO).

¿Cómo convocar a las personas?





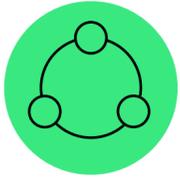
## ¿Cómo convocar a las personas?

Te recomendamos tener presente las siguientes líneas de acción para sumar más personas a este proyecto:

- 1 Crea una lista de correos electrónicos con los contactos y envía boletines o informaciones periódicas. ¡Recuerda que la transparencia es un valor!
- 2 Asegúrate de ofrecer contenido valioso y atractivo para mantener su interés.
- 3 Crea perfiles en plataformas populares como Facebook, Twitter o Instagram para compartir actualizaciones, noticias y contenido relevante. ¿Cuál es la red social que más ocupan en tu barrio?
- 4 Establece alianzas o haz propuestas de colaboración a cámaras de comercio y asociaciones empresariales para presentar el proyecto. Utiliza sus canales de comunicación (sitios web y redes sociales) para llegar a empresarios/as de diferentes escalas.



Sabemos que cuesta  
**romper el hielo** →



# Sabemos que cuesta romper el hielo...pero:

## No te limites

Invita a todas las personas e instituciones que forman parte del barrio comercial y puedan tener un rol.

## Expande tus contactos

No invites sólo a tus amigos. Incluye a otras personas u organizaciones que no conozcan (incluso a los que no te simpatizan tanto).

## Haz una lista

Anota a los y las posibles interesados/as e incluye su información de contacto (nombre, teléfono, mail, nombre del local u organización que representa, dirección y rubro).

## Contacto

Una vez hecho el listado, contacta uno a uno a los y las participantes.

Cuando lleguen las personas a las reuniones recuerda destacar que los valores esenciales de un distrito co. son la **colaboración** y la **participación** de todos los actores involucrados.

- **Pídeles ayuda:** solicita a los y las participantes que asuman la misión de difundir la iniciativa a tres personas que no hayan asistido, con el objetivo de promover su divulgación.
- **Reconoce a los entusiastas:** registra los datos de las personas que manifiesten un gran interés en el proyecto para invitarlas a promover el proyecto, ampliando la red de apoyo.

¡Estás cada vez más cerca de armar un grupo motor, **comencemos!**





# Reconocimiento del barrio comercial y posibles aliados

El primer paso para formar un **distrito co.** es sondear el interés de los/las locatarios/as y dueños/as de comercios o empresas vecinas.

Para ello recuerda:

1. Conocer el modelo de **distrito.co**
2. Informar y dar a conocer la iniciativa
3. Motivar a tus colegas y vecinos.

La siguiente actividad, es identificar a los y las posibles aliados/as, junto con sus intereses y motivaciones, para unirse a la iniciativa.

Luego de haber realizado un recorrido por el barrio y haber identificado a los actores clave, es necesario recopilar sus datos oficiales, por medio de un catastro y una descripción de las empresas y organizaciones del distrito.

Si eres nuevo en el distrito sigue los siguientes tips

1. Toma contacto con las organizaciones o gremios existentes.
2. Recorre el barrio y observa, anota y conversa con locatarios, autoridades y cliente para recolectar información que permita conocer la historia de nuestro distrito.

## Herramientas



¿Necesitas ayuda? Puedes utilizar las siguientes herramientas para entender lo que es un **distrito co.**, realizar un catastro y una descripción de las empresas y organizaciones del barrio.

→ **Catastro de empresas y grupos**

También puedes contactar al equipo de **distrito co.** en [www.distrito-co.cl](http://www.distrito-co.cl) o al correo [contacto@distrito-co.cl](mailto:contacto@distrito-co.cl)



# Catastro de empresas y grupos

## ¿Para qué sirve?

Para realizar un catastro y una descripción de las empresas y organizaciones del barrio. Para esto, se deberá recolectar, junto a los empresarios y otros colaboradores, información básica sobre las organizaciones presentes en el sector, sobre las características del comercio y los servicios y, también, sobre las personas involucradas. Esto permitirá contar con información actualizada para comprender la situación del barrio.

## Antes de partir

Con el mapa del barrio en mano, se debe dividir el barrio en sectores y asignar a una persona o una dupla a cada sector. Todo el barrio debe quedar cubierto.

## ¡Revisión de materiales!

- Mapa del barrio
- Fichas de catastro suficientes
- Lápices

## ¿Cómo se utiliza?

1. Camina por el barrio y entra a cada negocio o sede de organización que se encuentre en el camino.
2. Al entrar a cada lugar, preséntate y explica brevemente qué se está haciendo (es importante recalcar que la participación en el censo es voluntaria).
3. Una vez llenada la ficha del catastro, despídete agradeciendo la participación e invitando a sumarse a las futuras actividades del proyecto

Herramienta

## Catastro de empresas y grupos\*

---

Ubicación: \_\_\_\_\_

Barrio comercial: \_\_\_\_\_

¿Qué tipo de grupo es?

Asociación	<input type="checkbox"/>
Red	<input type="checkbox"/>
Organización comunitaria	<input type="checkbox"/>
Empresa asociativa	<input type="checkbox"/>
Otro: _____	
_____	
No están organizados	<input type="checkbox"/>

---

¿Cómo se llama su organización? \_\_\_\_\_

¿Desde qué año está organizada? \_\_\_\_\_

¿Cuántos integrantes son?

Mujeres:	Hombres:
----------	----------

---

¿Qué hacen? ¿Cuál es su actividad principal? \_\_\_\_\_

¿Con quiénes o para quiénes trabajan? \_\_\_\_\_

¿Dónde se ubican? \_\_\_\_\_

---

¿De dónde se proveen de insumos para sus actividades? \_\_\_\_\_

---

¿Qué instituciones les brindan apoyo? ¿En qué? \_\_\_\_\_

---

¿Qué capacitaciones, asistencia técnica u otro han recibido? \_\_\_\_\_

---

¿Qué acciones conjuntas desarrollan? \_\_\_\_\_

---

¿Qué han pensado hacer en conjunto hacia el futuro? \_\_\_\_\_

---

\* Esta herramienta se obtuvo del Programa de Fortalecimiento de Barrio Comerciales. Disponible en: <http://herramientas.barrioscomercialeschile.cl>

Fase 1 | Formación del grupo motor



Descarga la herramienta



# Comunicar e invitar a ser parte de **distrito co.**

Una vez sondeado el interés de los colegas vecinos, el siguiente paso es ampliar la invitación y convocar a otros actores y pares que estén interesados en fortalecer y revitalizar el distrito.

En esta instancia, es muy importante:

1. **Comunicar** la iniciativa y el modelo de **distrito co.**
2. **Informar** el papel que pueden cumplir todas las personas e instituciones
3. **Reforzar** el trabajo colaborativo y los beneficios para motivar a los y las asistentes.

Podemos organizar reuniones individuales o grupales en distintas locaciones dentro del distrito para presentarles la iniciativa, sus objetivos y evaluar su interés en participar.

## Tips para el éxito de la iniciativa

1. Es muy importante contar con un presupuesto que permita la implementación del **distrito co.**
2. Mientras más participantes, mayor presupuesto.
3. Busca apoyo institucional como el apoyo del municipio, cámaras de comercio, asociaciones gremiales, organizaciones no gubernamentales (ONG) o juntas de vecinos.
4. Informa tus gestiones a los diversos actores para tener una comunidad activa y dispuesta a participar.
5. Recuerda que los valores fundamentales del **distrito co.** son la asociatividad, la cooperación y la participación.
6. No olvides que el norte de **distrito co.** es el fortalecimiento de nuestro barrio y la obtención de beneficios para la comunidad.

### Herramientas

¿Necesitas ayuda? Puedes utilizar las siguientes herramientas para comunicar del proyecto e invitar a ser parte.

→ [Pauta de entrevista](#)

→ [Afiche Reunión oficial](#)





# Pauta de entrevista

## ¿Para qué sirve?

Esta pauta pretende guiarte para conversar con actores claves del barrio, locatarios, vecinos y personas que lo visitan para recoger elementos relevantes para desarrollar la visión del **distrito co.**

## Antes de partir

Identifiquemos con qué personas queremos hablar. Podemos contactarlas y agendar una hora para entrevistarles si sabemos que carecen de tiempo, o también podemos ir a visitarles y preguntarles si tienen tiempo para conversar un rato.

## ¡Revisión de materiales!

- Pauta de entrevista impresa
- Lápices

## ¿Cómo se utiliza?

1. Al realizar el contacto, debemos explicarle al entrevistado, el objetivo de la entrevista en el contexto del proyecto que se está llevando a cabo y el tiempo estimado de duración de la conversación.
2. Antes de iniciar la conversación podemos pedir permiso para grabar la conversación por si quisiéramos repasar algún punto y tomar notas para no olvidar los temas más relevantes.
3. Iniciamos la conversación guiándonos con la pauta, pero tratando de mantener una conversación fluida y estando dispuestos a incorporar otras temáticas que salgan en la conversación.
4. Por último al terminar la entrevista, agradecemos la participación de los entrevistados y los dejamos invitados al encuentro inicial del grupo motor del **distrito co.**



Herramienta

## Pauta de entrevista

**Distrito co.** es un modelo de gestión de distritos comerciales para promover su mejora de forma sostenible y profesionalizada, a través de una alianza público-privada que canalice recursos privados hacia acciones colectivas. Para más información visita nuestro sitio web.

### CARACTERIZACIÓN

Cuéntame un poco de ti, ¿Cuál es tu nombre?, ¿Cuántos años tienes?

¿Qué haces en el barrio?, ¿Hace cuánto trabajas en él, vives o lo visitas?

Si es parte de una organización o empresa...

¿Cuál es el nombre de la organización o empresa en la que trabajas?

### EL BARRIO

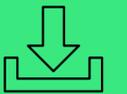
¿Cómo describirías el barrio?

¿Qué es lo que más rescatas del barrio?

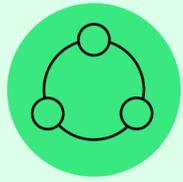
¿Cómo se ha transformado el barrio a lo largo de tu paso por él? Menciona un aspecto positivo de cambio y uno negativo.

### CIERRE

Para cerrar, nos gustaría saber si **te gustaría formar parte del grupo motor para formar un distrito co.**



Descarga la herramienta



# Afiche Reunión inicial

## ¿Para qué sirve?

Para comunicar sobre el proyecto e invitar a los diversos actores del barrio a participar del primer encuentro.

## ¡Revisión de materiales!

- Afiche impreso
- Scotch para pegar afiche

## ¿Cómo se utiliza?

1. Escoge lugares estratégicos para pegar el afiche.
2. Imprime la cantidad de afiches que quieras pegar en tu barrio.
3. Rellena los espacios en blanco con el día, la fecha, el lugar donde será el encuentro y la hora.
4. Agrega también la dirección del encuentro para que los participantes lleguen al lugar indicado.
5. Por último, reparte los afiches en los lugares seleccionados o difunde los afiches de forma digital a través de correo electrónico o redes sociales.

**distrito co.**

¡Te invitamos al  
**primer encuentro para  
soñar nuestro barrio!**

Ven a formar un distrito co. en comunidad

¿Qué es Distrito co.? Es un modelo de gestión de distritos comerciales para promover su mejora de forma sostenible y profesionalizada, a través de una alianza público-privada que canalice recursos privados hacia acciones colectivas. Para más información de esta iniciativa visita nuestro sitio web.

Este \_\_\_ de \_\_\_\_\_  
**Primer encuentro de nuestro barrio,**  
en \_\_\_\_\_

**¡Esperamos contar contigo en esta instancia  
de trabajo colaborativo!**

Descarga la herramienta

Dirección: | Horario: | Contacto:

DESARROLLADO POR **FCh** FUNDACIÓN CHILENA  
FINANCIADO POR **GS** **CORE**  
CON EL APOYO DE **ACHM** **CCS**  
COLABORADOR **CORFO** **info en**  
www.distritoco.cl



# Taller: Encuentro inicial y sueño del barrio

Y ahora...  
¡A dar forma a nuestro **distrito co.**!

Para preparar este taller ten en cuenta lo siguiente:

- A partir del grupo motor define al equipo organizador del taller y las personas que actuarán como facilitadores de la conversación.
- Define a los y las participantes (el listado inicial de participantes, serán los comercios, empresas y organismos identificados en la actividad 1).
- Define locación y horario.
- Prepara la invitación y difúndela.

¿Qué necesito para construir un sueño de barrio?

Primero, convoca a las personas interesadas y preséntales el modelo de **distrito co.** que construiremos colaborativamente.

Algunos de estos podría ser tu sueño de barrio

- Que sea uno de los principales puntos turístico de la ciudad
- Que sea reconocido por su diversidad
- Que sea ejemplo en el rescate del patrimonio cultural
- Que sea un referente gastronómico y festivo de la ciudad
- Que sea un espacio protegido para la vida de las personas
- Que sea un lugar sostenible

¡Redacten el  
de **ustedes!**





## Actividad 3

### Recuerda

- Sondear posibles voluntarios y voluntarias que te ayuden en la reunión de grupo motor.
- El sueño de barrio debe nacer de un consenso mayoritario entre los y las asistentes.
- Luego de la reunión, evalúa con el grupo motor el interés de las personas que participaron.

### Sugerencias

- Se sugiere realizar grupos de 5 a 6 personas para asegurar la participación de todos.
- Facilitar la conversación permitirá asegurar los resultados esperados.
- Lleva un acta de las personas asistentes al taller.



### Herramientas

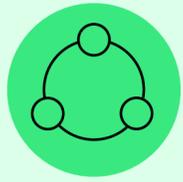
¿Necesitas ayuda? Puedes usar las siguientes herramientas para guiar este primer encuentro.



→ Acta de asistencia

→ El sueño del barrio





# El sueño del barrio

## ¿Para qué sirve?

Esta herramienta nos ayudará a definir como nos gustaría que fuera reconocido el distrito comercial. Esta visión será la que guiará las acciones que se irán tomando en el proceso.

### Antes de partir

Imprime la herramienta en un tamaño considerable para que 5 a 6 personas trabajen en él. Si no quieren imprimirla, no te preocupes, basta con que escriban la pregunta "¿cómo nos gustaría que fuera reconocido nuestro distrito comercial?" en un papelógrafo.

### ¡Revisión de materiales!

- Herramienta impresa o hecha a mano
- Post-it
- Lápices

### ¿Cómo se utiliza?

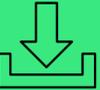
1. Primero dividiremos a los participantes en grupos de 5 a 6 personas para facilitar la conversación.
2. Una vez agrupados los participantes, se les deberá explicar el objetivo de la herramienta y se les entregará post-it y lápices para que comiencen dejando de forma personal sus comentarios
3. Para activar ese trabajo, pregúntense:
  - ¿Qué cambios les gustaría generar en el distrito y de qué manera?
  - ¿Cómo nos gustaría que fuera el distrito en 10 años?
  - ¿Qué nos gustaría que dijeran vecinos, locatarios, visitantes o agentes municipales del distrito?



Herramienta

## El sueño del barrio

¿Cómo nos gustaría que  
fuese reconocido nuestro  
distrito co.?



**Descarga la herramienta**



Fase 1 | Formación del grupo motor



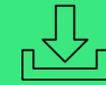


# ¡Convocamos a nuestros pares y los subimos al carro!

## ¿Qué nos llevamos de esta fase?

1. Un documento con una declaración del sueño que tenemos para nuestro distrito.
2. Una lista de voluntarios y voluntarias para conformar el grupo motor encargado de conformar el **distrito co.**

## ¿Cuáles de los siguientes pasos lograste realizar?



Agrupar los resultados aquí

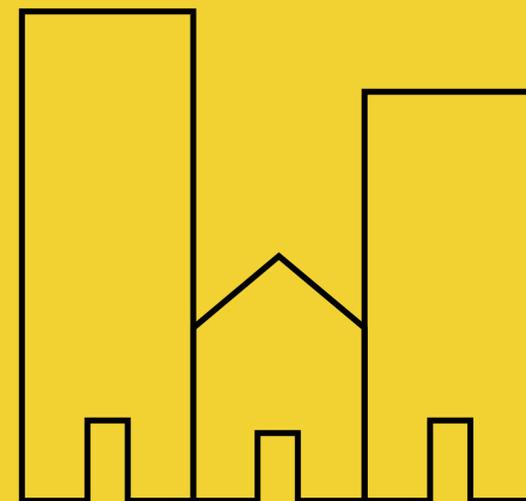
- Logramos entrevistar a personas relevantes para el proyecto
- Reunimos a los actores relevantes del proyecto además de algunos/as usuarios/as del distrito
- Realizamos un catastro de los comercios y organismos que forman parte del distrito
- Generamos una reunión inicial para formar nuestro **distrito co.**
- Acordamos una visión común para nuestro distrito
- Logramos dar con la historia de nuestro barrio o distrito

¡Sigamos con la **Fase 2!** →

FASE  
2

# Diagnóstico y Propuesta de valor del distrito

*Algunas preguntas guía* ¿Cómo está nuestro barrio?,  
¿Cuáles son sus problemáticas?, ¿Quiénes pueden  
apoyar a apalancar las iniciativas de mejora?

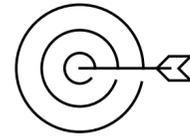




## Fase 2: Diagnóstico y Propuesta de valor del distrito

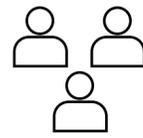
Intentaremos responder estas preguntas de la siguiente manera:

1. Levantando problemáticas, oportunidades de crecimiento, servicios a mejorar y nuevos servicios.
2. Definiendo una propuesta de valor de nuestro barrio, es decir, aquello que nos hace únicos.
3. Buscando potenciales aliados políticos, técnicos y financieros.



### Nuestro objetivo será

Entender el punto de partida del barrio. Reconocer las brechas y fortalezas para definir una estrategia y buscar apoyos y aliados.



### ¿Quiénes pueden participar?

Locatarios/as, propietarios/as, clientes, residentes del barrio, representantes de asociaciones gremiales, representantes de organizaciones culturales y sociales, representantes de autoridades locales y personas que se sientan interesadas por el proyecto.



### ¿Qué esperamos lograr?

Un diagnóstico del distrito sistematizado y una lista de servicios e iniciativas a implementar y/o mejorar.

### Actividades

1. Levantamiento de problemáticas, oportunidades de desarrollo y servicios a mejora.
2. Definir propuesta de valor y visión estratégica del barrio
3. Levantamiento de recursos y búsqueda de aliados políticos, técnicos y financieros

¡Revisemos las buenas prácticas!





# Pon atención a estas buenas prácticas para lograr mejor el objetivo de esta fase



- 1 **Identifica** actores o pares que estén relacionados con las problemáticas del barrio.
- 2 **Incorpora** iniciativas que contribuyan a mejorar el barrio.
- 3 **Proyecta** las iniciativas hacia 3 o 5 años plazo para reforzar el sueño de tu barrio.
- 4 **Vincula** las mejores propuestas a la intervención de espacios comunes.

Estas acciones nos permitirán generar un impacto duradero en nuestra comunidad y trabajar de manera efectiva en la transformación de nuestro barrio.

¿Cómo difundir la **convocatoria?**



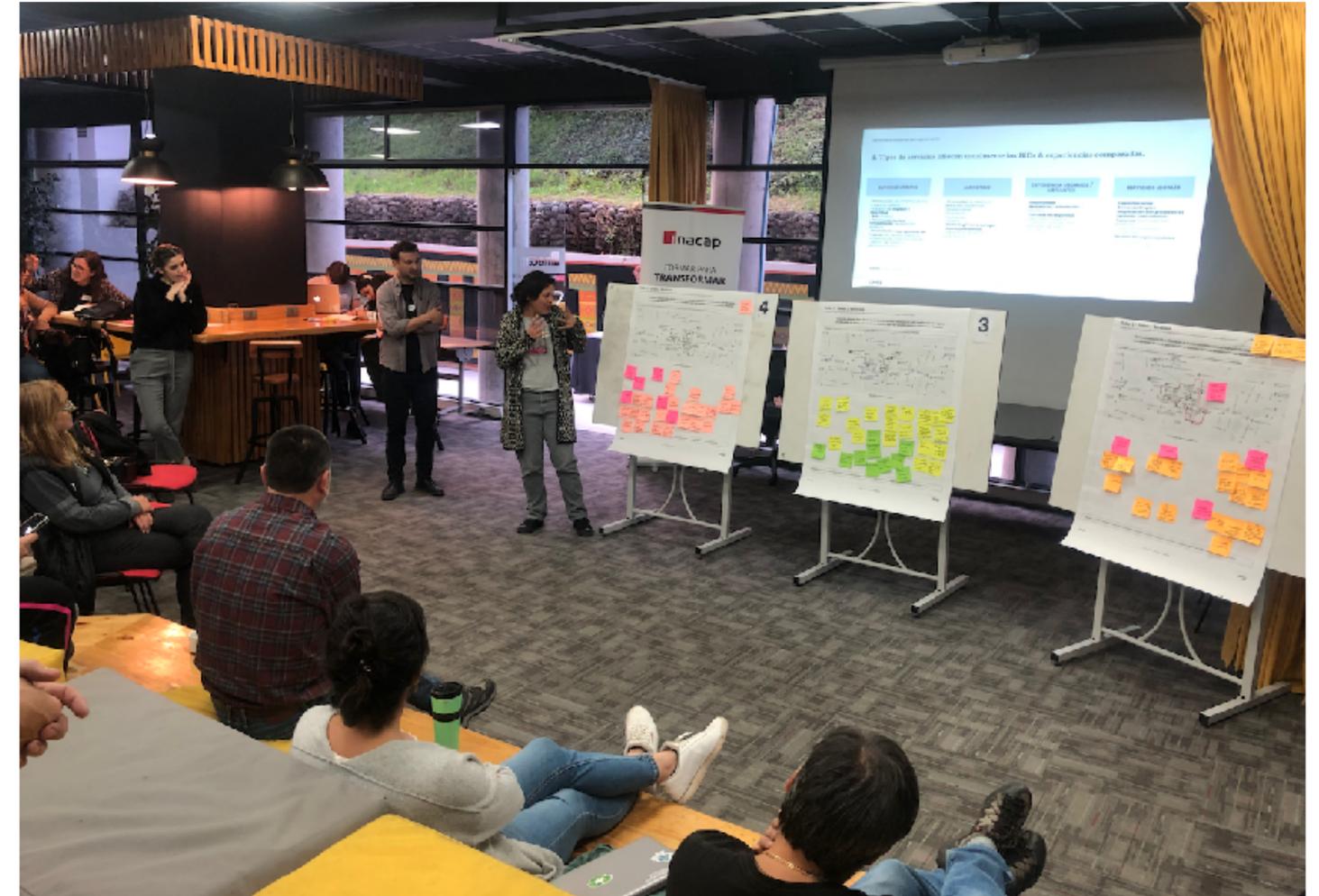


# ¿Cómo difundir de la mejor manera la convocatoria de esta fase?

Considera una invitación atractiva que despierte interés entre los distintos actores y pares sobre asistir y participar del taller. En lo posible, contacta a los y las participantes a través de diversos medios como grupos de WhatsApp, correos electrónicos y luego insistir por llamadas telefónicas.

## No olvides considerar

1. Hacer la reunión en un horario amigable
2. Reunir a representantes de diversos rubros
3. Buscar lugares de fácil acceso en el mismo territorio



Ya estamos listos para levantar más información en el camino a nuestro **distrito co.** →



# Levantamiento de problemáticas, oportunidades de desarrollo y servicios a mejora.

## Primero

Lo primero que tenemos que hacer es entender cómo está nuestro barrio.

Identificar las problemáticas para enfocarnos en aspectos que ayuden a alcanzar la visión soñada anteriormente.

Es importante, que los problemas sean de interés compartido por los y las integrantes del distrito y afecten los espacios comunes.

## Segundo

Pensemos los aspectos positivos del barrio. ¿Qué cosas podrían ayudar a mitigar las problemáticas anteriores?

Con este ejercicio podremos pensar posibles soluciones.

## Tercero

¿Ya conocen los problemas y beneficios del barrio? Ahora toca priorizarlos de acuerdo al grado de importancia o impacto.

No olvides que tenemos recursos limitados para cumplir este gran sueño.

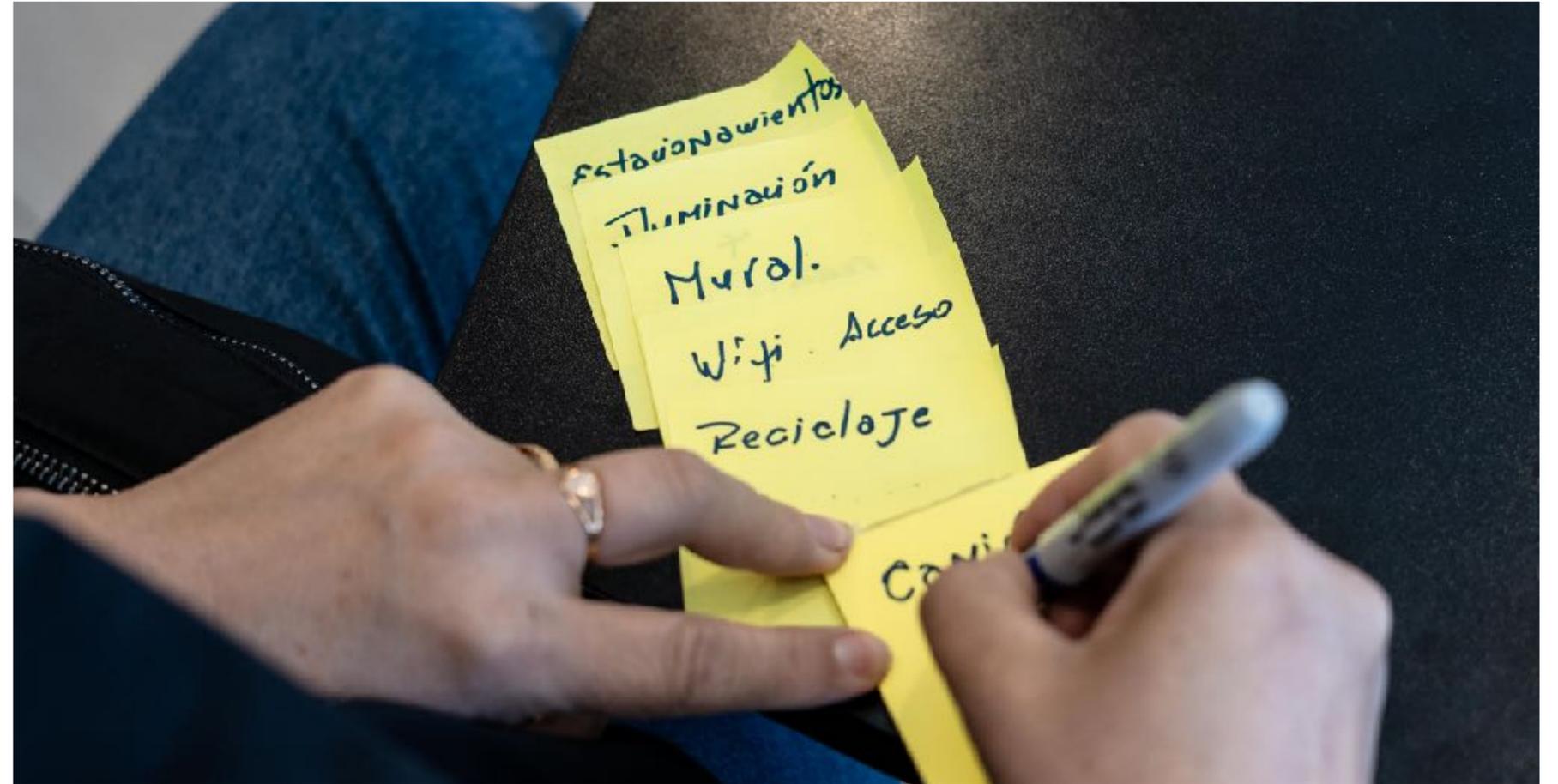
Es importante que pensemos en servicios e iniciativas que complementen a los servicios ofrecidos por los gobiernos locales, respondan a las necesidades detectadas y estén vinculadas a la intervención de espacios comunes.



## Actividad 1

### Sugerencias

- Las iniciativas deben ser planificadas con una perspectiva a corto y mediano plazo, considerando un horizonte de 3 a 5 años.
- Te sugerimos comenzar por iniciativas de bajo costo y alto impacto.
- Propicia que todos los actores y miembros del grupo expresen las problemáticas que nos afectan directamente y propongan posibles soluciones.
- Escucha con atención a todos los y las participantes para construir un sentido de pertenencia y legitimidad al **distrito co.**



### Herramienta



¿Necesitas ayuda? Puedes utilizar las siguientes herramientas para levantar las problemáticas y fortalezas del barrio:

→ Problemas, oportunidades y soluciones

→ Lista de iniciativas y servicios de mejora



# Problemas, oportunidades y soluciones

## ¿Para qué sirve?

Para entender cuales son las principales problemáticas y fortalezas del barrio y a partir de eso pensar cuáles son los servicios o iniciativas que se podrían desarrollar en áreas determinadas o de forma transversal para potenciar al barrio comercial.

### Antes de partir

Con el mapa del barrio, dibujemos los límites del distrito comercial para pensar en los servicios de forma localizada.

### ¡Revisión de materiales!

- Mapa del distrito comercial
- Herramienta impresa
- Post-it
- Lápices

### ¿Cómo se utiliza?

1. Como grupo, miremos el mapa y detectemos en qué áreas del barrio comercial existen oportunidades de mejora. Utilicemos la imagen para rayar y abrir la discusión en grupo.
2. Utilizando la herramienta impresa, plasmemos cuáles son los problemas y oportunidades de esta área en diferentes post-it. Será relevante señalar cuando estos correspondan a una calle en específico.
3. Por último pensemos y relacionemos, a partir de cada uno de esos problemas y oportunidades, servicios o iniciativas que podríamos implementar.



Herramienta

## Problemas, oportunidades y soluciones

Área de problemas y oportunidades

Área de servicios e iniciativas





**Descarga la herramienta**

UNIT
Fase 2 | Diagnóstico y propuesta de valor del distrito
distrito co.





# Definir propuesta de valor y visión estratégica del barrio

Para definir una propuesta de valor es importante que identifiquemos los atributos que caracterizan al barrio, le otorgan identidad y lo diferencian de otros barrios comerciales.

**¿Cómo reconocer una cualidad del barrio?**

**¡Pueden ser muchas!**

Estas cualidades que distinguen al barrio pueden ser de distintos tipos, como los clientes que frecuentan el barrio, la oferta comercial, los servicios disponibles, los atractivos turísticos, el ambiente del barrio, las características de los comerciantes, aspectos urbanísticos, entre otros.

Los atributos que nos diferencian de los demás son aquellos que debemos potenciar y usar a nuestro favor para mitigar las problemáticas y apalancar las mejoras.

El resultado de esta actividad es de gran relevancia porque nos ayudará a alinear nuestra hoja de ruta

## Herramienta

¿Necesitas ayuda? Puedes utilizar la siguiente herramienta que te permitirá idear sobre los atributos que ofrece el distrito y lo diferencian de otros, así como un espacio para plasmar una idea más concreta de lo que queremos para el barrio.

→ **Propuesta de valor y Visión del barrio**





# Propuesta de valor y visión del barrio

## ¿Para qué sirve?

Para identificar cuáles son los atributos que caracterizan al barrio y lo diferencian de otros. Con eso en mente, proyectar al barrio para plasmar una visión de futuro de este.

## ¡Ojo!

Guiemos la conversación para que acordemos en una idea lo más unificada y concreta posible, lo que será fundamental para planificar más tarde las acciones del distrito.

## Antes de partir

Como grupo discutamos cuáles son los atributos que diferencian al distrito. Estos pueden referir a productos, servicios, actividades, ubicación, accesibilidad, entre otros.

## ¡Revisión de materiales!

- Herramienta impresa
- Post-it
- Lápices

## ¿Cómo se utiliza?

1. Escribamos cada atributo discutido en un post-it en el primer cuadrante de la herramienta.
2. Luego, pensemos por cuáles de esos atributos queremos que las personas identifiquen al barrio y cuáles de esos atributos podrían potenciarse en el futuro.
3. Habiendo discutido eso, marquemos con un plumón los post-it destacados.
4. Por último, estando de acuerdo con esos atributos que queremos potenciar, nos pasamos al segundo cuadrante y discutamos dónde quiere llegar el barrio a largo plazo.



Herramienta

## Propuesta de valor y Visión del barrio

---

**Atributos diferenciadores**

¿Qué ofrece nuestro barrio que nos diferencia de otros?, ¿Qué valoran las personas como algo particular de nuestro barrio?

**¿Cuál es nuestra visión para el barrio?**

Plasmemos en una idea, cómo queremos que el barrio llegue a ser en 3-5 años.



**Descarga la herramienta**

UNIT
Fase 2 | Diagnóstico y propuesta de valor del distrito
distrito co.



# Levantamiento de recursos y búsqueda de aliados políticos, técnicos y financieros

¿Listo para levantar recursos? Te recomendamos los siguientes pasos:

- **Promueve** la participación y el trabajo en equipo.
- **Haz una lista** de posibles aliados políticos, técnicos y financieros que ayuden al **distrito co.** a alcanzar mejoras en las problemáticas propias del barrio. Esos aliados pueden ser: instituciones culturales, bancos, universidades, jjvv, funcionarios municipales, entre otros
- **Considera** el apoyo de instituciones y organizaciones externas para tener recursos y conocimientos que sea necesario desarrollar para mejorar aspectos de tu barrio.
- **Vincula** las oportunidades del barrio con aliados que trabajen temas similares y puedan potenciar los aspectos positivos del barrio.

## ¡Recuerda!

Nuestro objetivo es generar un cambio positivo y duradero en nuestro barrio.

## Sugerencia

También podemos buscar inspiración en experiencias exitosas de revitalización de otros barrios o comunidades similares.

## Herramientas

¿Necesitas ayuda? Puedes utilizar la siguiente herramienta para levantar en conjunto los recursos que se cuentan en el barrio y los que se deben ir a buscar para llevar a cabo las iniciativas identificadas en la actividad 1 y lograr nuestra visión de barrio.

→ Recursos/Lluvia de ideas    → Mapeo de aliados





# Recursos / Lluvia de ideas

## ¿Para qué sirve?

Para contar con una lista de los recursos y aliados necesarios para alcanzar mejoras en las problemáticas propias del barrio.

## ¡Revisión de materiales!

- Herramienta impresa
- Post-it
- Lápices

## ¿Cómo se utiliza?

1. En el primer cuadrante escribamos cuales son los recursos que necesitaremos para llevar a cabo las iniciativas conversadas.
2. Luego en el segundo cuadrante pensemos con cuales de esos recursos cuenta el barrio, cuáles no, y nombra a los actores que podrían ser los aliados que contribuyan al **distrito co.** a contar con esos recursos.

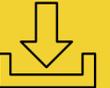


Herramienta

## Recursos / Lluvia de ideas

¿Qué **recursos** necesitamos para llevar a cabo nuestras iniciativas y lograr nuestra visión de barrio?

¿Qué **aliados** necesitamos para llevar a cabo nuestras iniciativas y lograr nuestra visión de barrio?



Descarga la herramienta



Fase 2 | Diagnóstico y propuesta de valor del distrito





# Mapeo de aliados

## ¿Para qué sirve?

Para contar con una lista de los recursos y aliados necesarios para alcanzar mejoras en las problemáticas propias del barrio.

### ¡Revisión de materiales!

- Herramienta impresa
- Post-it
- Lápices

## ¿Cómo se utiliza?

1. En el primer cuadrante escribamos cuales son los recursos que necesitaremos para llevar a cabo las iniciativas conversadas.
2. Luego en el segundo cuadrante pensemos con cuales de esos recursos cuenta el barrio (administración, oficina, equipo profesional, entre otros), cuáles no, y nombra a los actores que podrían ser los aliados que contribuyan al **distrito co.** a contar con esos recursos.



Herramienta  
**Mapeo de aliados**

**instituciones y organizaciones**  
(academia, instituciones culturales)

**Aliados técnicos, políticos y financieros**  
(municipalidad, carabineros, bancos)



**Descarga la herramienta**

UNIT
Fase 2 | Diagnóstico y propuesta de valor del distrito
distrito co.

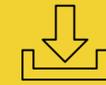


# ¡Ya tenemos un diagnóstico y visión de futuro para el distrito!

## ¿Qué nos llevamos de esta fase?

1. Diagnóstico del barrio sistematizado con:
  - A. Listado de problemáticas priorizadas.
  - B. Listado de servicios e iniciativas de mejora o implementación.
  - C. Documento con la visión para el **distrito co.** consensuada entre los y las participantes.
  - D. Listado de aliados identificados.

## ¿Cuáles de los siguientes pasos lograste realizar?



Agrupar los resultados aquí

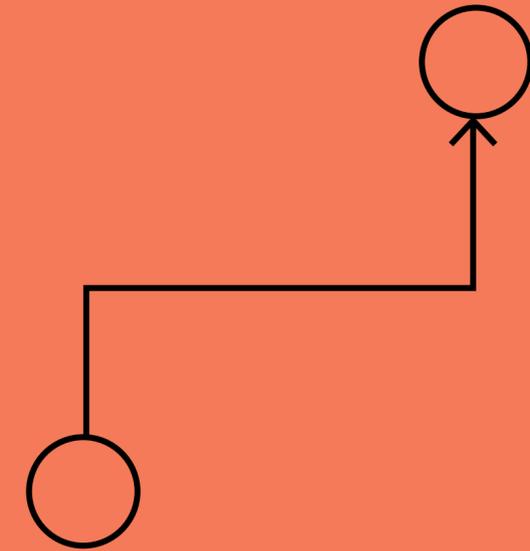
- Identificamos los atributos del distrito
- Identificar las problemáticas del distrito
- Priorizamos las problemáticas identificadas
- Ideamos servicios e iniciativas para abordar las problemáticas priorizadas
- Construimos la visión para nuestro **distrito co.**
- Identificamos los recursos que necesitamos para llevar a cabo las iniciativas identificadas
- Identificamos a los actores y aliados clave para impulsar las iniciativas

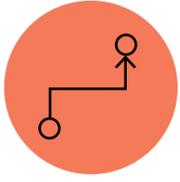
¡Sigamos con la **Fase 3!** →

FASE  
3

# Formulación de un Plan de acción

*Excelente* ¡Ya están listos para partir la co-creación de un plan de acción!

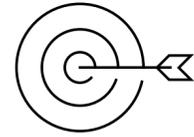




# Fase 3: Formulación de un Plan de acción

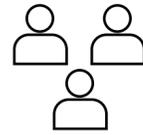
En esta fase trabajaremos en:

1. Elección de los servicios e iniciativas de mejora priorizados.
2. Definición del presupuesto y los mecanismos de financiamiento.
3. Elección de una gobernanza para el **distrito co.**
4. Difusión y validación del plan de acción y gobernanza.



## Nuestro objetivo será

Aterrizar las iniciativas en acciones concretas para construir una hoja de ruta que permita entender cómo avanza el proceso.



## ¿Quiénes pueden participar?

Locatarios/as, propietarios/as, clientes, residentes del barrio, representantes de asociaciones gremiales, representantes de organizaciones culturales y sociales, así como representantes de autoridades locales que se sientan interesados en participar del proyecto.



## ¿Qué resultados esperamos?

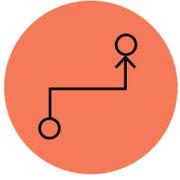
- Plan de acción por acuerdo mayoritario de los y las asistentes.
- Gobernanza del distrito co. validado por sus integrantes.

## Actividades

1. Elección de los servicios e iniciativas de mejora priorizados
2. Definición del presupuesto y mecanismos de financiamiento
3. Elección de una gobernanza para el distrito co.
4. Difusión y validación de plan de acción

¡Revisemos las buenas prácticas!



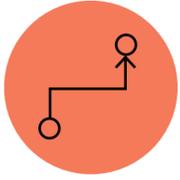


¡Pon atención a estas buenas prácticas para lograr mejor el objetivo de esta fase!



Pon atención a estas buenas prácticas para lograr mejor el objetivo de esta fase:

- 1 Coordina** la asistencia de múltiples actores para tener una reunión con presencia de personas que tengan relación con las problemáticas.
- 2 Gestiona** las distintas visiones de quienes participan para lograr una propuesta consensuada que integre a todas las personas.
- 3 Sugiere** una priorización de iniciativas pensando en tener victorias tempranas que ayudarán a convocar a más personas.
- 4 Define** un presupuesto en base a los servicios priorizados.



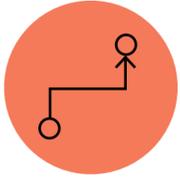
## ¿Ya convocaste a las personas? Recuerda:

1. Ponerte en contacto con asociaciones o colectivos.
2. Multiplicar el alcance de tu mensaje.
3. Mantener informados a los y las integrantes del distrito de manera proactiva y sistemática.
4. Recoge retroalimentación u opiniones de todas las personas interesadas.



**¡Comencemos!**





# Elección de los servicios e iniciativas de mejora priorizados

Una vez que hemos identificado los servicios e iniciativas necesarios para alcanzar la visión que queremos para nuestro distrito co., es fundamental establecer prioridades entre las propuestas presentadas.

## ¿Cómo priorizamos? Te sugerimos

- Categorizar los servicios e iniciativas de mejora por grado de complejidad para llevarla a cabo.
- Considerar su factibilidad e impacto.

## ¿Qué es lo más fácil y lo más difícil?

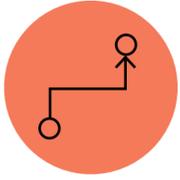
Entenderemos por complejidad simple aquellas iniciativas que se pueden coordinar entre los miembros del distrito co. y por complejidad alta aquellos servicios que necesitan a otras organizaciones o la intervención de autoridades locales para su ejecución.

### **Servicios coordinables por el distrito co.**

aquellos en los que podemos ejercer un mayor grado de influencia y control directo. Por ejemplo, instalar cámaras de seguridad en las fachadas de los comercios, fortalecer la marca del distrito a través de intervenciones físicas o mantener el aseo de veredas o instalar puntos de reciclaje.

### **Servicios que requieren de la colaboración y coordinación con otras organizaciones**

Estos servicios pueden involucrar aspectos como mejorar la coordinación y unificar los criterios de seguridad entre las policías, agilizar permisos para la realización de actividades o realizar mantenimiento de señaléticas de tránsito.



## Actividad 1



### ¿Qué es la factibilidad?

Se refiere a los recursos que tenemos para realizar las acciones que estamos proponiendo. Estos recursos pueden ser internos o externos y pueden corresponder a distintos tipos de recursos; tecnológicos, financieros, humanos, entre otros.

### ¿Y el impacto?

Es la visibilidad del servicio implementado produciendo mejoras en la experiencia de los visitantes del barrio.

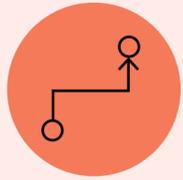
#### Herramientas

¿Necesitas ayuda? Puedes utilizar la siguiente herramienta que ayudará a priorizar las mejoras del barrio para quienes lo habitan, sus visitantes y locatarios, considerando el grado de impacto y factibilidad.

→ Mapa de priorización

→ Estudio de factibilidad legal y administrativa





# Matriz de priorización

## ¿Para qué sirve?

Para priorizar los servicios e iniciativas que serán implementadas en el plan de acción y que generarán mejoras para quienes lo habitan, sus visitantes y locatarios, considerando el grado de impacto y factibilidad.

### Antes de partir

Vuelve a la **“Lista de iniciativas y servicios de mejora”** de la actividad 1.2, ¡la necesitaremos para priorizar!

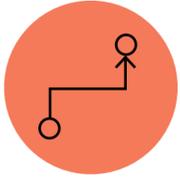
### ¡Revisión de materiales!

- Herramienta impresa
- Post-it
- Lápices

## ¿Cómo se utiliza?

1. Teniendo la Plantilla de servicios e iniciativas en mano, comenzaremos uno a uno a ubicarlos en uno de los 4 cuadrantes.
2. La ubicación de los servicios e iniciativas dependerá de los 2 criterios antes mencionados: Impacto y factibilidad
  - **Impacto:** Pensemos ¿cuáles son o podrían ser las mejoras en la experiencia de los visitantes del barrio, quiénes lo habitan y los locatarios?
  - **Factibilidad:** Pensemos, ¿cuáles son los recursos que debiesen estar involucrados y cuál es el grado existente de cooperación y articulación de actores que deberán estar vinculados a esta intervención?





# Definición del presupuesto y mecanismos de financiamiento

En base a los servicios priorizados podemos optar por dos caminos para su financiamiento:

1. Calcular el costo de las iniciativas priorizadas para ponernos una meta de aportes que nos permita alcanzar un monto.
2. Definir aportes de los y las socios/as para definir en qué servicios priorizados usaremos los recursos.

## ¿Cómo sugerimos hacerlo?

Creemos que una vez priorizados los servicios e iniciativas que quieren mejorar se calcule el monto que deben juntar con aportes de locatarios, socios u otros actores que quieran ser parte de distrito co. El cálculo del monto del aporte monetarios puede ser proporcional a la cantidad de ventas o por prorratesos.

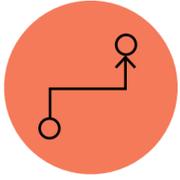
Siempre nos basaremos en los servicios priorizados y en el perfil de cada proyecto para luego estimar los costos, definir los recursos y desarrollar los servicios e iniciativas priorizadas.

### ¡Ojo!

Sabemos que el tema del financiamiento genera incertidumbre o desconfianzas. Por eso es relevante informar oportunamente, ser transparentes y buscar mecanismos que permitan llevar una adecuada contabilidad de los recursos recibidos.

### ¡Muy importante!

Los actores que no participarán del aporte monetario, pueden colaborar por medio de otros recursos, por ejemplo, las universidades promoviendo proyectos comunitarios a través de los estudiantes, creación de productos, como campañas comunicacionales, diseño gráfico, entre otros.



## Actividad 2

### ¿Cómo sugerimos hacerlo?

- ¿Cuáles fueron los servicios priorizados?
- ¿Cuál es el monto del aporte?
- ¿Qué tipo de aporte se hará? ¿monetario, no monetario o en horas de trabajo? (Coordinación, investigación, difundiendo, conocimientos de la academia, facilitando espacios de encuentro, etc).
- ¿Quiénes aportarán? (Pequeños, medianos o grandes locales comerciales; organizaciones culturales, academia, juntas de vecinos, etc).



### ¡Ojo!

- La definición del financiamiento del distrito co. será clave para viabilizar el plan de acción.
- Los distritos co. no tienen fines de lucro.
- Los distritos co. pueden recibir fondos adicionales tanto del sector público como del privado.

### Herramientas

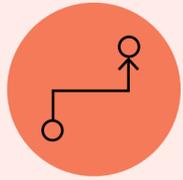


¿Necesitas ayuda? Puedes utilizar las siguientes herramientas para identificar en conjunto las principales (y posibles) fuentes de financiamiento, el presupuesto estimado por cada iniciativa priorizada, el monto de la cuota, quiénes pagan y cálculo del monto, así como los incentivos que movilizarán a los y las asociados/as a participar de la iniciativa.

→ Presupuesto de los servicios priorizados

→ Mecanismos de financiamiento





# Mecanismos de financiamiento

## ¿Para qué sirve?

Para identificar en conjunto las principales (y posibles) fuentes de financiamiento, el monto de la cuota, quiénes pagan y cálculo del monto, así como los incentivos que movilizarán a los asociados a participar de la iniciativa.

### Antes de partir

Tengamos a la mano los servicios priorizados y el presupuesto en la actividad anterior para recordarlos y tenerlos muy presente.

### ¡Revisión de materiales!

- Herramienta impresa
- Post-it
- Lápices

## ¿Cómo se utiliza?

1. Teniendo en mente un estimado del presupuesto necesario para desarrollar los servicios e iniciativas priorizados, definiremos cuáles serán las principales fuentes de financiamiento con las que contamos.
2. Luego, definiremos quiénes aportarán de forma monetaria y quiénes no. Quiénes aporten económicamente ¿cuánto aportarán?
3. Es relevante definir el monto de la cuota, pero también cómo lo calcularemos. El cálculo del monto del aporte puede ser proporcional o de acuerdo a la cantidad de ventas o por prorrateos.
4. Por último, hay que pensar y discutir los incentivos que podrían movilizar a nuestros pares y otros actores para motivarlos a participar.



Herramienta

## Mecanismos de financiamiento

**Presupuesto**

¿Cuáles son las principales (y posibles) fuentes de financiamiento?

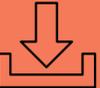
¿Cuál es el presupuesto estimado?

**Cuotas**

¿Quiénes pagan?

¿Cuál es el monto de la cuota?

¿Cómo se calcula el monto de la cuota? (propuesta de fórmula)



**Descarga la herramienta**

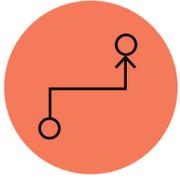
**Incentivos**

¿Cuáles son los incentivos que movilizarán a los asociados?



Fase 3 | Formulación de un Plan de acción





# Elección de una gobernanza para el **distrito co.**

## ¿Gobernanza? ¿Qué es la gobernanza?

Es el modelo de organización del distrito co. Aquí se definen los roles y responsabilidades, a cargo de personas y equipos con funciones y metas específicas.

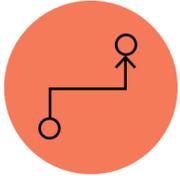
La gobernanza del **distrito co.** se puede estructurar en tres grupos:

1. **Equipo consultivo:** aconseja al equipo directivo respecto a temáticas específicas.
2. **Equipo directivo:** entrega lineamientos estratégicos y vela por el desarrollo del plan de acción en fondo y forma.
3. **Equipo operativo:** gestiona el día a día y ejecuta las acciones necesarias para implementar los servicios e iniciativas de mejora plasmadas en el plan de acción.

Estos grupos de gobernanza deben estar compuestos por los y las representantes de diversos sectores y tipos de organizaciones que forman parte del distrito co. Es importante mencionar que el equipo operativo debe ser un grupo externo para lograr la gestión profesionalizada.

## ¿Qué iniciativas podemos organizar para echar a andar la gobernanza?

- Recolección de firmas
- Voto electrónico
- Voto directo y presencial
- Instancias de plebiscito con los actores del barrio.



## Actividad 3

### Antes de elegir a los equipos considera:

- La selección de estos representantes se debe realizar de manera transparente y democrática
- Es importante que los y las integrantes del equipo operativo cuenten con experiencia y conocimiento profesional en materia de gestión de proyectos.
- Idealmente se debe trabajar con personas que conozcan el distrito.

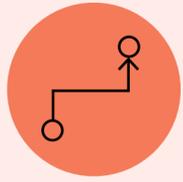


### Herramientas



¿Necesitas ayuda? Puedes utilizar la siguiente herramienta para facilitar la votación de los equipos.

- **Gobernanza del distrito co.**
- Documento con posibilidades de figuras legales y sus pro y contras para el modelo de **distrito co.**
- Documento con posibles maneras de acordar con la municipalidad la operación de **distrito co.** en el espacio público



# Gobernanza del **distrito co.**

## ¿Para qué sirve?

Para compartir una visión común sobre el modelo de gobernanza del **distrito co.** de nuestro barrio y votar por quienes serán los participantes de este.

## ¡Revisión de materiales!

- Herramienta impresa
- Post-it
- Lápices

## ¿Cómo se utiliza?

1. Primero debemos explicar a las y los participantes, cual es el rol que define a cada equipo; consultivo, directivo y operativo.
2. Teniendo en consideración estas definiciones, debemos registrar los nombres de personas que pueden formar estos equipos y a qué organización/empresa representan.



Herramienta

## Gobernanza del **distrito co.**

<b>Equipo consultivo:</b> aconseja al equipo directivo respecto a temas específicos
<b>Equipo directivo:</b> entrega lineamientos estratégicos y vela por el desarrollo del plan de acción en fondo y forma
<b>Equipo Operativo:</b> gestiona el día a día y ejecuta las acciones necesarias para implementar los servicios e iniciativas de mejora plasmadas en el plan de acción

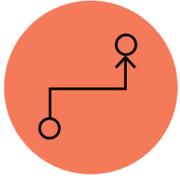


**Descarga la herramienta**



Fase 3 | Formulación de un Plan de acción





# Difusión y validación del plan de acción

## Camarón que se duerme...

Para despertar interés y lograr la participación de todos los y las involucrados/as es necesario llevar a cabo una serie de actividades e intervenciones físicas de difusión en el barrio.

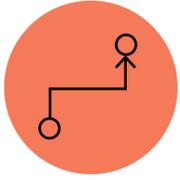
### Para ello considera

- La creación de una imagen de marca.
- Comunicar y promocionar en distintos medios lo que se está haciendo.
- Generar presencia en redes sociales.
- Pedir apoyo a municipalidad o instituciones afines.



### Para legitimar el plan de acción

- Convoca a los beneficiarios finales, especialmente a quienes contribuyen con recursos al **distrito co.**
- Crea mecanismos de participación.
- Establece formas de difusión transparentes y democráticas.
- Incluye a las personas involucradas en la toma de decisiones (a través de un plebiscito, por ejemplo).



## Actividad 4

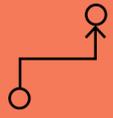
### El medio para aprobar el plan de acción debe ser consensuado y considerar:

- Fecha de la votación (día y hora).
- Medio (presencial, digital o mixto).
- Quórum mínimo de decisión.
- Plazo para informar resultados.
- Medio para informar el resultado de la votación.

### ¡Ojo!

- **Involucra a múltiples actores** como organizaciones sociales, vecinales y representantes de organizaciones gremiales.
- **Informa** de manera previa el plan de acción para que el proyecto se vea tangible y atractivo.
- **Revisa** experiencias del mismo distrito en cuanto a validación de acciones comunitarias. ¿Nos van a creer o no? ¿cómo podemos tomar en cuenta las buenas experiencias?



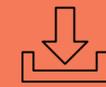


# ¡Ya tenemos nuestro plan de acción!

## ¿Qué nos llevamos de esta fase?

1. Documento Plan de Acción para el distrito.

## ¿Cuáles de los siguientes pasos lograste realizar?



Agrupar los resultados aquí

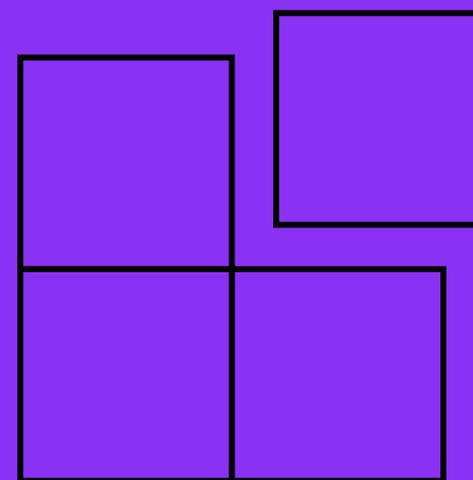
- Identificamos las posibles fuentes de financiamiento
- Clasificamos los servicios e iniciativas por grado de complejidad
- Priorizamos los servicios e iniciativas a implementar en el corto-mediano plazo.
- Definimos el monto del aporte
- Definimos una propuesta de gobernanza
- Construimos un mecanismo para validar el plan de acción y la gobernanza propuesta

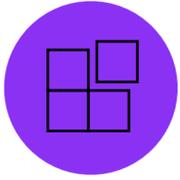
¡Casi terminamos,  
vamos a la **Fase 4!**

**FASE**  
**4**

# Implementación y seguimiento del Plan de acción

**¡Felicitaciones!** Ya tienen un plan de acción.  
La implementación y el seguimiento están por delante.

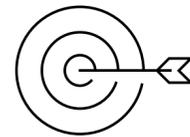




# Fase 4: Implementación y seguimiento del Plan de acción

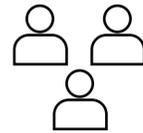
En esta fase trabajaremos en:

1. Recolección de aportes y/o cuotas.
2. Desarrollo de los servicios e iniciativas.
3. Seguimiento y evaluación de la implementación.



## Nuestro objetivo será

Entender cuál es el punto de partida del barrio; cuáles son las brechas y fortalezas para definir una estrategia de desarrollo y buscar apoyo y aliados.



## ¿Quiénes pueden participar?

Representantes del equipo de Gobernanza de **distrito co.**



## ¿Qué resultados esperamos?

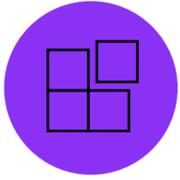
Plan de seguimiento y evaluación.

## Actividades

1. Recolección de aportes y/o cuotas
2. Desarrollo de los servicios e iniciativas
3. Seguimiento y evaluación de la implementación

¡Revisemos las  
**Buenas prácticas!**





# Recolección de aportes y/o cuotas

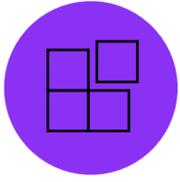
Para avanzar en las mejoras del barrio que definieron en la etapa anterior, es necesario calcular el monto y el listado total de participantes que contribuirán a su financiamiento.

Aunque ya se levantó el diagnóstico del barrio en la fase 2, al momento de desarrollar un proyecto es importante estar seguro de las actividades a realizar y sus costos para que las personas tengan claro lo que tienen que impulsar y financiar.

¡Mientras más transparente y clara sea la información más personas podrían sumarse al proyecto!

## Para recolectar los fondos te recomendamos los siguientes pasos:

1. Generar una reunión para dar a conocer el proyecto.
2. Explicar los tramos de cuotas dependiendo de cuánta gente participa del proyecto. Por ejemplo, si un proyecto vale 100, cuánto es la cuota si participan 20 personas, si participan 40 o si participan 60. ¡Mientras más gente participe menor será la cuota!
3. Explicar el mecanismo de recaudación y sus opciones:
  - A. Vía transferencia a una cuenta dedicada específicamente a estos fines creada por el grupo motor.
  - B. En cheque
  - C. Efectivo.
4. Informar a las personas del distrito.co cuanto dinero se ha recaudado.
5. Hacer acciones de información (mail, WhatsApp, etc) para cobrar a quienes todavía no lo han hecho.

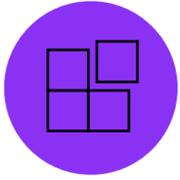


## Actividad 1

**Para contar con aportes no monetarios, se recomiendan los siguientes pasos:**

1. Convocar a los actores que se comprometieron a facilitar espacios, concurrir con profesionales u ofrecer algún otro servicio.
2. Organizar con ellos qué ofrecerán, cada cuánto tiempo y quién será la contraparte de la institución que ofrece un espacio o servicio.
3. Establecer un grupo de coordinación, con una persona responsable de distrito-co para hacer seguimiento.





# Desarrollo de los servicios e iniciativas

Con los aportes recaudados y los proyectos con financiamiento, se inicia el desarrollo de los servicios e iniciativas.

## Los pasos que se deben seguir son:

1. Establecer la gobernanza de cada proyecto: quién es el coordinador y quiénes más deben estar presentes.
2. Reunirse con el municipio o los municipios del distrito.co para establecer un canal oficial. Esto se hace para que:
  - A. El municipio esté informado de los servicios o mejorar y pueda apoyar en coordinaciones necesarias.
  - B. El municipio pueda apoyar con información que sea útil para considerar en la ejecución.
  - C. El municipio oriente y acelere la obtención de trámites y permisos que se requieran para llevar a cabo el proyecto.
3. Desarrollar una carta Gantt con fechas, actividades y responsables para gestionar el proyecto.
4. Crear un flujo de trabajo donde semanalmente el grupo a cargo del proyecto revise los avances y destrabe cuellos de botella.
5. Diseñar y ejecutar acciones de difusión que muestren el avance del proyecto a los participantes de **distrito co.** Pueden ser infografías, mails, sesiones o charlas informativas.

## ¡Ojo!

Es importante que la transparencia esté presente en todo momento del proyecto y los participantes sepan los avances y también los retrocesos que puedan existir!

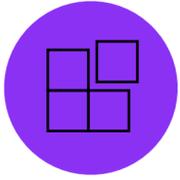
### Herramienta



¿Necesitas ayuda? Puedes revisar la siguiente herramienta para entender qué es una Carta Gantt y como se usa.

→ **Carta Gantt**





# Seguimiento y evaluación de la implementación

Dice el viejo refrán que “lo que no medimos, no se puede mejorar”.

Aquí privilegiaremos mediciones que permitan demostrar el valor de las mejoras para quienes visitan el barrio, de manera que más locatarios y vecinos puedan sumarse.



Para esto sugerimos seguir los siguientes pasos:

1. **Establecer** indicadores asociados a los objetivos que se establecieron para el barrio. Por ejemplo, si nuestro objetivo es mejorar la seguridad, los indicadores deben ser la reducción de delitos, la cantidad de denuncias, la percepción de los vecinos sobre la inseguridad, etc.
2. **Crear** un instrumento que permita medir el “antes” y el “después”. Es decir, antes que comience el proyecto debemos crear una sencilla pauta que podamos compartir y difundir por diversos canales (código QR a visitantes, vecinos, locatarios, etc) preguntándoles, por ejemplo, si consideran que el sector “A” del barrio genera seguridad al caminar o transitar.
3. **Repetir** el cuestionario una vez implementado el servicio mes tras mes, para conocer cómo avanzan las percepciones de las personas. No importa que le preguntemos a personas distintas, lo importante es que preguntemos lo mismo que antes. Esto se llama crear una línea de base (la primera encuesta) y una línea de salida (la segunda encuesta).

**¡Ojo!**

Lo que debemos medir es si mejoramos en los indicadores en nuestra línea de salida (la segunda encuesta) respecto de la línea base (la primera encuesta).

## Herramienta



¿Necesitas ayuda? puedes utilizar la siguiente herramienta para comenzar a diseñar como mediremos el impacto de nuestro servicios o iniciativas desarrolladas.

→ **Medición de impacto**





# ¡Ya estamos armando nuestro distrito co.!

## ¿Qué nos llevamos de esta fase?

1. Un detalle de los posibles aportes económicos y no económicos de los participantes.
2. La organización del proyecto y una propuesta de gobernanza para realizarlo.
3. Una estrategia de medición de resultados para demostrar el éxito del proyecto.

## ¿Cuáles de los siguientes pasos lograste realizar?

- Informamos de manera transparente el valor de los proyectos a financiar
- Recolectamos distintos aportes que nos permiten financiar los proyectos priorizados.
- Diferenciamos los aportes económicos y no económicos que se ejecutarán para el éxito del proyecto.
- Coordinamos con la municipalidad y otros organismos públicos los lineamientos del proyecto para alcanzar su óptima realización
- Organizamos al grupo gestor del proyecto y le asignamos tareas y responsables específicos.
- Generamos indicadores medibles relacionados al objetivo del proyecto.
- Desarrollamos un instrumento para medir antes de iniciar la ejecución del proyecto.
- Medimos los resultados esperados una vez que haya pasado un mes del inicio del proyecto.

Caso de estudio distrito  
**Plaza Nuñoa**

# Caso de estudio distrito Plaza Ñuñoa



Plaza Ñuñoa es un barrio donde locatarios/as, propietarios/as, asociaciones gremiales y culturales, representantes de la cámara de comercio, bancos y empresas, así como representantes de la autoridad local se unen en torno a la co-creación para desarrollar un distrito comercial. En la actualidad, el barrio cuenta con más de 180 patentes comerciales registradas en las comunas de Ñuñoa, distribuidas en diversos rubros y tamaños. Este barrio destaca por ser un lugar con una vibrante mezcla de gastronomía, residencia y turismo, convirtiéndose en un animado polo comercial con una amplia variedad de opciones.

## ¿En qué consistió el proceso?

Se desarrollaron cuatro talleres durante un periodo de cuatro semanas, desde el 18 de abril al 9 de mayo, en los cuales participaron representantes de locales y asociaciones comerciales de Plaza Ñuñoa. El propósito de estos talleres fue crear un plan de acción adaptado a las necesidades y características específicas de la comunidad local del distrito.

## ¿Quiénes participaron?

En el proceso participaron más de 25 personas, incluyendo locatarios/as, propietarios/as, asociaciones gremiales y culturales, juntas de vecinos, representantes de empresas, así como representantes de la municipalidad de Recoleta y Providencia, SERCOTEC, CORFO y GORE RM.



### Objetivo para el distrito

«Convertir al barrio Plaza Nuñoa en un destino turístico nacional con sello familiar, que sea seguro, con identidad de barrio, que rescate su historia y que sea amable para sus residentes y visitantes».



### Aprendizaje

Un valioso aprendizaje de la experiencia de Plaza Nuñoa fue la importancia de la coordinación y convocatoria con los distintos actores del territorio. En este caso, se destacó la habilidad de Hugo Cordova (representante de la Cámara de Comercio) para establecer relaciones positivas con los locatarios, propietarios de comercios históricos del barrio y autoridades locales.



Caso de estudio distrito  
**Bellavista**

# Caso de estudio distrito Bellavista



Bellavista es un barrio donde los y las comerciantes, asociaciones gremiales, organizaciones culturales, academia, juntas de vecinos y representantes de la autoridad local se unen en torno a la co-creación para desarrollar un distrito comercial. En la actualidad, el barrio cuenta con más de 315 patentes comerciales registradas en las comunas de Providencia y Recoleta, distribuidas en diversos rubros y tamaños. Este barrio destaca por ser una zona histórica y turística, con una gran riqueza patrimonial y social en la ciudad de Santiago.

## ¿En qué consistió el proceso?

Se llevaron a cabo cuatro talleres a lo largo de cuatro semanas desde el 13 de abril hasta el 4 de mayo, en distintos espacios del barrio con la participación de representantes de locales y asociaciones comerciales de Bellavista. El propósito de estos talleres fue crear un plan de acción adaptado a las necesidades y características específicas de la comunidad local del distrito.

## ¿Quiénes participaron?

En el proceso participaron más de 25 personas, incluyendo locatarios, propietarios, asociaciones gremiales y culturales, juntas de vecinos, representantes de empresas, así como representantes de la municipalidad de Recoleta y Providencia, SERCOTEC, CORFO y GORE RM.



### Objetivo para el distrito

«Convertir al barrio Bellavista en uno de los principales destinos turísticos de Chile, rescatando su valor cultural y patrimonial y que sea reconocido mundialmente por su diversidad y por la revalorización de su historia».



### Aprendizaje

Durante el desarrollo de los talleres de co-creación, una de las principales dificultades presentadas fue alinear los intereses de las autoridades locales de ambas comunas (Providencia y Recoleta) con las problemáticas levantadas por los actores del barrio.



# Agradecimientos

Este es un proyecto del Gobierno de Santiago, desarrollado por Fundación Chile (FCH), con el apoyo de la Asociación Chilena de Municipalidades, la Cámara de Comercio de Santiago y la colaboración de CORFO RM.

Agradecemos a las más de 70 personas que participaron de los talleres de co-creación para la conformación de un **distrito.co**, los más de 40 comercios y empresas participantes, miembros de Fundación Chile (FCH), el Gobierno Regional Metropolitano (GORE), la Asociación Chilena de Municipalidades y la Cámara de Comercio de Santiago, y también a funcionarios de servicios públicos como SERCOTEC, CORFO, Subsecretaría de Prevención del Delito, Sernatur, Seremi de Economía RM, la Municipalidad de Ñuñoa, la Municipalidad de Recoleta, la Municipalidad de Providencia y otras instituciones públicas que retroalimentaron valiosamente esta guía desde su experiencia. En específico:

Alejandra Córdova  
Alejandro Giagnoni  
Álvaro Bustos  
Álvaro Jadue  
Ariel Muñoz  
Arnaldo Troncoso  
Beatriz Núñez  
Boris Suazo  
Camila Caro  
Carla Meier  
Carlos Soublette  
Carlos García  
Carlos Manzur  
Carlos Sato  
Carolina Caselli  
Carolina Pérez  
Christian Leyton

Cinthia Mardones  
Corina Cáceres  
Cristián Blanc  
Cristián Rodríguez  
Cristián Yurich  
Cristián Pinilla  
Cristián Reyes  
Cristián Tagini  
Cristóbal Arellano  
Cristóbal Beltrán  
Cristóbal Velázquez  
Dafne Ulloa  
Daniel Lisperguer  
Daniela Jiménez  
David Molina  
Edgardo González  
Enrique Sarras

Eric Saldívar  
Felipe Correa  
Felipe Gajardo  
Fernando Court  
Florencio Contreras  
Francisca Sepúlveda  
Francisco Agüero  
Francisco Walker  
Gabriel Segovia  
Gabriela Barría  
George Lever  
Gloria Moya  
Gonzalo Flores  
Héctor Daniel Quintana  
Hugo Beltrán  
Hugo Córdova  
Hugo Fernández

Javier Lagos	Macarena Seppi	Nicolás Meneses	Roger Rosas	Verónica Pino
Javiera Becerra	Magdalena Calcagni	Nicole Castro	Sebastián Astorga	Víctor Soto
José Luis Escobar	Magdalena Cavada	Norma Slimming	Sebastián Iglesias	Victoria Ossandón
José María Llop	Manuel Rojas	Omar Villalobos	Sebastián Ulloa	Virginia Kueupil
Juan Carlos Urrutia	Manuel Sandoval	Orlando Vergara	Silvana Otazo	Virginia Cordero
Juan Salinas	Marcelo Leyton	Pablo Concha	Sofía Valenzuela	Virginia Sánchez
Juan Urrutia	Marcos Krauss	Paola Fernández	Soledad Castro	Vitorio Davenessio
Julia Vergara	María Eugenia Puelma	Paola Rojas	Susana Concha	Yasna González
Julián González	María José López	Paula Castillo	Tania Gutknecht	
Julio Villegas	María José Pichara	Paulina Ureta	Tania Rebolledo	
Karen Vergara	María José Varetto	Pedro Pablo Rossi	Tania Rosselot	
Lina Bilbao	María Paz Illanes	Pilar Phillips	Valentina Leppe	
Luis Alberto López	Mauricio Brito	Ramón Rosas	Valentina Quiroga	
Luis Bravo	Mauricio Reinoso	Raquel Opazo	Valeria Besoain	
Macarena Cabezas	Maximiliano Cortez	Ray Gallegos	Valeria Vega	
Macarena Alegre	Mónica Rodríguez	Rodrigo Barrientos	Verónica Reyes	
Macarena Ruiseñor	Nay Roa	Rodrigo Lafuente	Verónica Paz	

# distrito ∞.