



FICHAS EVALUACIÓN EX ANTE DE PROGRAMAS PÚBLICOS

FORMULACIÓN PRESUPUESTARIA 2020

MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES
DIRECCIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

DEPARTAMENTO DE ASISTENCIA TÉCNICA

DIVISIÓN DE CONTROL DE GESTIÓN PÚBLICA

DIPRES

2019

PROGRAMA REVISIÓN DE DISEÑO 2020

Ministerio MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES
Servicio DIRECCIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES
Programa Internacionalización de las pymes exportadoras
Tipo Revisión Diseño
Estado CALIFICADO
Código PI060220190012519
Calificación Recomendado Favorablemente

Sección 1: Antecedentes

Código sistema

PI060220190012519

Nombre del Programa (420 caracteres)

Internacionalización de las pymes exportadoras
--

Descripción del Programa (1.200 caracteres)

El programa Internacionalización de las pymes es un conjunto de acciones de capacitación y promoción comercial tendientes a fortalecer las competencias exportadoras en las empresas pymes de los sectores Industria manufacturera, Servicios, industrias creativas y productos del mar, con el objeto de que estas empresas exporten en forma sostenida en el tiempo.
--

Identificación presupuestaria

Clasificador principal

Clasificador secundario

Partida :	06	Subtítulo :	24
Capítulo :	02	Ítem :	01
Programa :	02	Asignación :	607

Unidad responsable de la formulación del Programa.

Servicio:	Dirección General de Promoción de Exportaciones
Unidad responsable de la formulación del Programa:	Dirección General de Promoción de Exportaciones - PROCHILE
Nombre responsable de la formulación del Programa:	
Cargo:	
Teléfono del contacto:	
Email de contacto:	

Información contraparte operativa de la formulación del Programa

Nombre:	
Cargo:	
Teléfono del contacto:	
Email de contacto:	

Información contraparte
DIPRES

Nombre:	
Email de contacto:	

Eje de acción del Programa

Gobierno y Asuntos Externos

Ámbito de acción del
Programa

Otro (especificar)

Sección 2: Diagnóstico

Describa el **principal problema público** que el Programa abordará, **identificando la población** afectada. (1.000 caracteres)

Las exportaciones son motor de crecimiento para las empresas y para el país; sin embargo, sólo el 1% de las empresas chilenas exporta (en países desarrollados representan alrededor del 5%; en la región, sólo Costa Rica se acerca a estos niveles), y están concentradas en grandes empresas, mientras que las empresas pymes, si bien representan el 21% del total de empresas a nivel nacional, sólo el 2% de ellas realiza envíos al exterior; para las micros, este porcentaje baja al 0,1%. Este pequeño porcentaje, se debe en parte al bajo número de empresas que permanece en el proceso exportador (entre 2015-2018 sólo el 25% de las pymes logró exportar los 4 años consecutivamente v/s el 55% de empresas grandes), lo que lleva a intermitencias en sus exportaciones y/o deserción exportadora. Esto no permite incrementar el número de empresas pymes exportadoras, ni que ellas aprovechen los beneficios de exportar, como por ejemplo, crecer en tamaño y consolidarse en el mercado nacional e internacional.

Presente **datos cuantitativos** que evidencien que el problema señalado anteriormente está vigente y que dimensionen la brecha generada por dicho problema. (1.500 caracteres)

Las empresas pymes representan el 18% del total de empresas, y sólo el 2% de ellas exporta, representando el 2,1% de los montos exportados en 2018. Si revisamos la situación de las micro empresas, el escenario es aún peor: representan el 60% de las empresas, y sólo el 0,1% de ellas exporta. A esto debemos sumar la baja permanencia exportadora que presentan estas empresas. Entre 2015 y 2018, 1 de cada 4 pymes que exportó en ese período, lo hizo durante los 4 años consecutivamente, v/s el 55% alcanzado por las grandes empresas en el mismo periodo. En el caso de las microempresas la cifra baja al 6%. Las empresas que no logran mantener sus exportaciones en forma consecutiva, presentan intermitencias importantes en sus exportaciones. Entre 2015-2018, el 30% de la pymes y el 49% de las micros exportó sólo un año; y el 25% de las pymes que exportó en 2015, dejó de hacerlo en 2018. En el caso de las micro representan el 32%. Estas cifras nos dicen que es mucho más fácil empezar a exportar que mantenerse en los mercados internacionales.

Señale la **fuentes** de dicha información (encuestas, referencias bibliográficas, etc.) entregando el respectivo link para acceder a ésta. (1.000 caracteres)

Anuario de las exportaciones chilenas 2018.

Dinámica de las empresas exportadoras en América Latina: El aporte de las pymes, CEPAL, junio de 2016 (<https://www.cepal.org/es/publicaciones/40296-dinamica-empresas-exportadoras-america-latina-aporte-pymes>).

Informe de resultados: Empresas en Chile. Cuarta Encuesta Longitudinal de Empresas, Unidad de Estudios, Agosto 2017, Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (<http://www.economia.gob.cl/2017/03/16/cuarta-encuesta-longitudinal-de-empresas-ele4.htm>)

Dinámica de las empresas exportadoras, Periodo 2002-2014, Unidad de Estudios, Ministerio de Economía, 2016.

Explique por qué el **Estado** a través de este Servicio debe participar en la solución de este problema (mandato legal, prioridad gubernamental, justificación de política pública, etc.). Adicionalmente, entregue antecedentes cuantitativos y/o cualitativos sobre los **beneficios sociales esperados** asociados a la implementación del programa ya sean éstos directos o indirectos, monetarios o no monetarios. De igual manera, identifique los costos sociales asociados a la implementación del programa. (2.000 caracteres)

En su rol de velar por los intereses de Chile y sus connacionales en su relacionamiento con el mundo, el Estado, a través de ProChile, contribuye al desarrollo del país, mediante la internacionalización de las empresas chilenas en los diferentes mercados internacionales. Por tal motivo, el actual programa de gobierno le ha encargado a ProChile levantar "...programas y actividades de promoción con foco en los servicios y desarrollar programas enfocados en las pymes exportadoras." En este sentido, y dado que las empresas pymes y micros presentan mayores dificultades para superar por sí solas, los requisitos de internación, ProChile cumple un rol muy importante en el apoyo, capacitación, entrega de información para enfrentar las dificultades, así como también identificar oportunidades para que las empresas puedan internacionalizar sus negocios. Existe evidencia de que las empresas que exportan, presentan tasas de crecimiento mayores a las de las empresas que permanecen en el mercado doméstico, de esta manera ProChile contribuye a una mayor generación de empleo y más beneficios para las personas que se relacionan con estas empresas.

Identifique las **principales causas** del problema, explicando brevemente las razones que llevan a concluir la existencia de un vínculo con el problema principal. Presente datos cuantitativos que avalen la existencia de este vínculo, identificando la fuente

Causa	Vínculo y datos cuantitativos que avalen la relación con el problema
<p>Mercados cambiantes. Los mercados son dinámicos, van cambiando las tendencias, se generan nuevos reglamentos o requisitos de acceso.</p>	<p>Es de vital importancia para las empresas contar con información actualizada de los cambios que se generan en los mercados internacionales para mantener sus actuales exportaciones, de lo contrario pueden perder los mercados ganados. Dentro de las dificultades para exportar que manifiestan las empresas, se menciona en segundo lugar: “altas exigencias del país o zona de destino”. Fuente: Cuarta Encuesta Longitudinal de Empresas, agosto 2017</p>
<p>Mercados internacionales altamente competitivos.</p>	<p>Las pymes exportadoras chilenas deben competir en precios, calidad y servicios no sólo con la oferta internacional de otras pymes, sino también con las grandes empresas; de lo contrario pueden perder sus clientes y dejar de exportar. Por tal motivo, un plan de fidelización y, capacitación para la diferenciación y adaptación a las nuevas tendencias es fundamental; así como buscar nichos de mercados que les permitan posicionarse.</p>
<p>Concentración mercados. Exportar pocos mercados vuelve vulnerable la permanencia exportadora frente crisis económicas y disminución de demanda externa</p>	<p>En 2017, el 85% de las pymes que dejaron de exportar, lo hacían a 1 sólo mercado. Exportar a pocos mercados vuelve muy vulnerable la permanencia exportadora de las empresas frente a crisis económicas y disminución de la demanda externa al no poder compensar la caída en la demanda en los mercados afectados con envíos hacia otros países. Fuente: Cruce de datos propios en base a informe, "Evolución de la Concentración en las Exportaciones Chilenas, DIRECON 2010".</p>

Mencione los **principales efectos** del problema en la población afectada. Presente datos cuantitativos que avalen la relevancia del efecto descrito indicando la fuente.

Efecto	Alcance del efecto si no se implementa el programa y datos cuantitativos que permitan dimensionar la relevancia
Deserción exportadora	<p>El 41% del total de pymes que exportaron entre 2015-2018, lo hicieron sólo 1 año. En 2014, de las 1.953 pymes que exportaron, el 26% dejó de exportar (511 pymes).</p> <p>En promedio, 1 de 5 empresas exportadoras deserta cada año. Por tamaño de empresa al momento de su deserción exportadora, un 39,6% de ellas son pequeñas, un 18,1% son medianas, un 28,2% son microempresas y 14,1% son grandes.</p> <p>Fuente: Cruce de datos propios en base a informe, "Dinámica de las empresas exportadoras, periodo 2002-2014". Unidad de Estudios, enero 2016.</p>
Disminución de la tasa de crecimiento de las pymes	<p>Las empresas exportadoras tienen una mayor tasa de crecimiento que el resto de las empresas. De las pequeñas empresas existentes en el país el 2007, un 6,2% de ellas aumentó de tamaño en 2014, pasando a ser mediana o grande. Esta tasa se triplica en las pequeñas exportadoras, llegando a 26,9% las que aumentaron de tamaño.</p> <p>Para las medianas empresas el crecimiento fue de 13,3% versus un 21,1%.</p> <p>Fuente: Dinámica de las empresas exportadoras, periodo 2002-2014. Unidad de Estudios, enero 2016.</p>

Sección 3: Población del Programa

3.1 Caracterización de la población

Cuantifique la **población potencial**, que corresponde a la población que presenta el problema público identificado en el diagnóstico

Número	Unidad
5.949	empresas

Si la **unidad de medida** corresponde a "unidades", precise a qué se refiere con ello. (50 caracteres)

Señale **cómo se estimó y qué fuentes de datos se utilizó** para cuantificar la población potencial. (500 caracteres)

La población potencial fue estimada a partir de las empresas pymes y micros que han realizado exportaciones intermitentes en los últimos 9 años (2010-2018).
La población fue estimada a partir de los datos del Servicio Nacional de Aduanas y del Servicio de Impuestos Internos.

Defina la o las variables y **criterios de focalización**, teniendo presente que al menos uno de estos criterios de focalización debe permitir discriminar si la población objetivo efectivamente presenta el problema identificado en el diagnóstico

Variable	Criterio	Medio de verificación
Sector productivo	Empresas que pertenezcan a los sectores: Industria manufacturera, Servicios, industrias creativas y productos del mar.	1) Información proporcionada por el SII. 2) Declaración por parte de la empresa. 3) Ratificación del sector por parte del ejecutivo que atiende a la empresa.
Exportaciones intermitentes	Empresas que presenten exportaciones intermitentes dentro de los últimos 4 años.	1) Datos del Servicio Nacional de Aduanas. 2) Carta Certificada de exportaciones, para las empresas de los sectores de servicios e industrias creativas.
Perfil de atención	Empresas que manifiesten interés de trabajar con ProChile	Registro de actividad en el Sistema de Registro de Actividades de ProChile (SRA)
Inicio de Actividades	Empresas que presenten inicio de actividades ante el SII, con 2 años de antigüedad antes de ingresar al programa.	Registros del SII

Cuantifique la **población objetivo**, que corresponde a aquella parte de la población potencial que cumple los criterios de focalización

Número
3.571

El próximo año, ¿el Programa atenderá a toda la población objetivo identificada anteriormente o sólo a una parte?

El Programa atenderá parte de la población objetivo en 2020 y la entrega de beneficios será gradual a través de los años.

Señale los **criterios de priorización**, esto es aquellos criterios que permiten ordenar el flujo de beneficiarios dentro de un plazo plurianual, determinando en forma no arbitraria a quiénes se atiende antes y a quiénes después. (1.000 caracteres)

Con el objeto de ordenar el flujo de atención de los beneficiarios, el programa utilizará en primer lugar el criterio del orden de llegada para ordenar el flujo de atención, y que pertenezcan a los sectores de Industria manufacturera, Servicios, industrias creativas y productos del mar, en segundo lugar, se tomará en consideración la intermitencia en las exportaciones de las empresas postulantes, como población a la que esperamos atender; sólo en el caso de las empresas de los sectores de servicios e industrias creativas se incluirán aquellas empresas que no registren exportaciones en el Servicio Nacional de Aduanas, pero que declaren exportaciones a través de una carta certificada. Finalmente, las empresas deberán tener inicio de actividades con 2 años de antigüedad en SII, antes de ingresar al programa.

(Sólo si marcó que la entrega de beneficios será gradual en los años). **Cuantifique la población beneficiaria**, que corresponde a aquella parte de la población objetivo que el programa planifica atender en los próximos 4 años

2020	2021	2022	2023
745	827	933	1066

Explique los **criterios de egreso** en base a los cuales se determinará que un beneficiario se encuentra egresado del Programa. (1.000 caracteres)

Cuando una empresa beneficiaria haya realizado exportaciones por 4 años consecutivos, se encontrará en condiciones para egresar del programa.

Indique en cuántos meses/años promedio **egresarán** los beneficiarios del Programa

4,00 AÑOS

¿Pueden los beneficiarios acceder más de una vez a los beneficios que entrega el Programa?

Si

En caso de respuesta afirmativa, explique las **razones** por las cuales **beneficiario puede acceder más de una vez** a los beneficios que entrega el Programa. (1.000 caracteres)

Las empresas pueden acceder a todos los componentes, en atención a su status o preparación frente al proceso exportador, pasando de forma consecutiva o paralela por: Capacitación para el fortalecimiento de capacidades exportadoras; y Acciones de promoción para la consolidación de mercados, con el objeto de desarrollar un plan de internacionalización sostenible en el tiempo, y no sólo realizar acciones aisladas.

El proceso de consolidación y/o diversificación de una empresa es un proceso largo en el tiempo, que requiere adquisición de conocimientos por parte de la empresa a cerca del mercado nuevo al cual quiere exportar, adaptación y preparación para la competencia en los mercados, fidelización de clientes y, prospección y mantención de mercados; situación que no se logra en un año, por lo que los beneficiarios puedan acceder al programa más de 1 vez al año y por más de 1 año.

En virtud de los antecedentes provistos, se presenta las coberturas del Programa:

Cobertura	2020
Sobre población potencial (población beneficiaria / población potencial)	12,52 %
Sobre población objetivo (población beneficiaria / población objetivo)	20,86 %

3.2 Sistematización del proceso de selección de beneficiarios

Si

¿El Servicio cuenta con **sistemas de registros** que permitan identificar agregadamente a los **beneficiarios** (RUT, RBD, Datos de Contacto, etc.)? Si su respuesta es afirmativa, descríbalos. Además, señale si el Programa tiene una glosa presupuestaria que le obligue a remitir información de resultados al H. Congreso Nacional o a Dipres. Indique subtítulo, ítem, asignación y número de glosa. (500 caracteres)

Contamos con un Sistema de Registro de empresas participantes en actividades organizadas por ProChile (SRA), que registra la actividad realizada, fecha, empresas y nombre de personas asistentes, cargo, mail, género, entre otros; y un sistema CRM que almacena información de contacto y caracterización de beneficiarios, como herramienta para oferta de servicios. Los datos en CRM incluyen: rut empresa, contactos, nombre o razón social, dirección, teléfono, cargo, tamaño, sector, entre otros.

Si

Si existe un **proceso de postulación a los beneficios** del Programa ¿El Servicio cuenta con **sistemas de registros** que permitan identificar a los postulantes (RUT, RBD, Datos de Contacto, etc.)? Si su respuesta es afirmativa, descríbalos. (500 caracteres)

El Servicio cuenta con un sistema de registro de postulantes por actividad ofertada. Se proyecta realizar ajustes a dicho sistema, que permita realizar inteligencia sobre la información que recopila. Para la identificación de postulantes se utilizan las fuentes del SII (tamaños) y Aduana (condición exportadora). La selección es a través de un proceso, en que las empresas postulan en línea, y se aplican criterios de selección específicos para cada actividad (previamente publicados).

¿Con qué otra información de **caracterización de postulantes y beneficiarios** cuenta el Programa? (Por ejemplo: demográfica, geográfica, económicas, sociales, laborales, etc.). Describa y mencione si esta información se encuentra centralizada y accesible. (500 caracteres)

El Servicio cuenta con información del SII respecto de la razón social, tamaño, región, inicio de actividades, actividad económica, entre otros; y del Servicio Nacional de Aduanas información respecto de las exportaciones de las empresas.

Sección 4: Objetivos y Seguimiento

4.1 Resultados esperados del Programa

Indique el **fin del Programa**, entendido como el objetivo de política pública al que contribuye el Programa. (250 caracteres)

Disminuir el número de empresas pymes que dejan de exportar y aumentar el tamaño de las pymes exportadoras (incluye empresas micro de los sectores servicios e industrias creativas).

Indique el **propósito del Programa**, entendido como el resultado directo que el Programa espera obtener en los beneficiarios, una vez ejecutado. (250 caracteres)

Incrementar el número de empresas pymes de los sectores de industria manufacturera, productos del mar, servicios e industrias creativas que permanecen en el proceso exportador (incluye empresas micro de los sectores servicios e industrias creativas).

Señale el **indicador** a través del cual se medirá el logro del propósito (entendido como un indicador asociado a la variable de resultado señalada en el propósito)

Indicador:	Porcentaje de empresas atendidas por el Programa que logran exportar en forma permanente.
Fórmula de cálculo (numerador/denominador):	$(N^{\circ} \text{ de empresas atendidas por el Programa en } t \text{ que exportan intermitentemente entre } t-4 \text{ y } t-1 \text{ que logran exportar en forma permanente entre } t+1 \text{ y } t+4 / N^{\circ} \text{ empresas atendidas por el Programa en } t \text{ que exportan intermitentemente entre } t-3 \text{ y } t) * 100$
Unidad de medida:	%

Señale el valor actual y esperado del **indicador**

Situación actual		Situación esperada
Año 2018	Año 2019	Año 2020
22,30	21,66	23,98

Señale la **metodología o evidencia**, que permite definir la situación actual y esperada. (1.500 caracteres)

La evidencia de datos se sustenta, por un lado, en sistemas de información con que cuenta la institución, en los que se registran los clientes al momento de entrega del servicio o actividad y, por otro, en información de comercio exterior proveniente del Servicio Nacional de Aduanas (SNA) y en información del tamaño y sectores productivos de las empresas, del Servicio de Impuestos Internos (SII).

La situación actual y proyectada se calculó en base información histórica del SNA respecto del número empresas pymes exportadoras de sectores industria manufacturera, servicios, industrias creativas y productos del mar clientes de ProChile que exportaban intermitentemente durante 4 años anteriores al período de medición y que lograran exportar los 4 años siguientes, ininterrumpidamente.

El año t corresponde año en que recibe beneficio, mientras que el año de medición del indicador corresponde a t+4. Para el año 2015 el indicador tuvo un resultado de 19,18%, en 2016 18,44% y en 2017 26,77%.

¿El Programa tiene año de término?

No, el Programa tiene una duración indefinida.

(Sólo si marcó que el programa tiene año de término) Indique el año de término proyectado para el programa

0

Justifique la fecha de término del Programa, ya sea definida o indefinida. (1.200 Caracteres)

El trabajo con las empresas para que puedan mantenerse exportando es de largo plazo. Estimamos que después de 4 años exportando, las empresas pueden considerarse como exportadoras permanentes. Por otro lado, después de 4 años de trabajo, el porcentaje de empresas que alcanza el resultado esperado, se estima alcance un 26% aprox. para las empresas atendidas por el programa. En este sentido, esperamos apoyar a un número cada vez mayor, por lo que, consideramos el programa sea de carácter indefinido.

(Sólo si marcó que el Programa tiene fecha de término indefinida) Señale el año en el cual el Programa planea lograr su plena implementación (régimen) y puede cuantificar resultados relevantes, y por ello someterse una evaluación de continuidad

2022

Si corresponde, señale el indicador adicional que permita complementar la medición de resultados

Señale el valor actual y esperado del indicador.

Señale la metodología o evidencia, que permite definir la situación actual y esperada. (1.000 caracteres)

4.2 Información de resultados esperados

Indique la o las **fuentes de información** (institucionales u otras) de donde se obtendrán las variables que conforman el indicador de propósito identificado en la sección de resultados (500 caracteres)

Se utilizará como fuente el SRA y CRM, con datos de las empresas atendidas, del SII se obtendrá el tamaño; del SNA las exportaciones y se comprobará la permanencia exportadora. Para las pymes de los sectores servicios e industrias creativas, se complementarán exportaciones a través de carta certificada, que incluye fecha de exportación, monto, servicio realizado y país destino.

¿Esta información se encuentra centralizada y accesible oportunamente?, en caso de ser así, detalle

No

En caso de respuesta negativa, describa las acciones concretas, planificadas o en ejecución, para contar con dicha información a partir del próximo año

La información antes descrita se obtiene de diferentes sistemas, se realizan cruces correspondientes, se procesa y determina el resultado del indicador. La información no se encuentra centralizada en un solo sistema, pero se dispone oportunamente. Actualmente, el Servicio se encuentra trabajando en la centralización de la información en CRM u otro sistema utilizado para estos fines.

Sección 5: Estrategia y Componentes

5.1 Estrategia de intervención del Programa

Explique brevemente en qué consiste la **estrategia** de intervención del Programa, describiendo brevemente la hipótesis y relaciones de causalidad que determinarían que los componentes propuestos son suficientes para lograr el propósito. Señale si la estrategia de implementación contempla una etapa inicial como piloto. Adicionalmente, identifique si para la implementación del Programa se requiere la tramitación de un convenio de transferencia, reglamento, bases de licitación o concurso. (2.500 caracteres)

El programa está orientado a empresas pymes de los sectores industria manufacturera, servicios, industrias creativas y productos del mar, y microempresas de los sectores de servicios e industrias creativas, que exporten intermitentemente (en ambos casos, pymes y micro).

El programa contempla en una etapa inicial, la realización de un Autodiagnóstico, y una entrevista por parte de un ejecutivo regional con las empresas de todos los sectores para identificar las brechas que presentan y que las ha llevado a exportar intermitentemente, posteriormente se las ofrecerá capacitación y asesorías en la generación de planes de negocios exportadores, incluyendo información sobre cambios en las reglamentaciones y requisitos en los mercados, actualización de tendencias de consumo, nichos de mercado, logística y estrategias comerciales. También se entregarán herramientas para que las empresas puedan diferenciarse y adaptarse a las nuevas tendencias de consumo en los mercados, lo que les permitirá enfrentar de manera más preparada la competencia internacional a la cual se enfrentan, tanto en los mercados donde ya están presentes, como en los nuevos mercados a los cuales deseen ingresar. Asimismo se entregará información para que las empresas puedan desarrollar sus propios planes de comercio electrónico, como herramienta de comercialización internacional. Por otro lado, se realizarán diversas acciones de promoción, para que las empresas puedan desarrollar planes de fidelización con sus clientes actuales, así como prospectar nuevos mercados, lo que les permitirá fortalecer sus posiciones en los mercados actuales, aumentar su competitividad e incrementar los mercados a los cuales llegan, y así, disminuir el riesgo de dejar de exportar frente a crisis internacionales o disminuciones en la demanda externa. Dentro de las acciones de promoción contempladas se encuentran: misiones comerciales, ruedas de negocios, visitas a ferias, networking, entre otros; estas acciones también les ofrece a las empresas la posibilidad de conocer en los mercados las nuevas tendencia y tecnologías aplicadas, para introducir mejoras en sus procesos y/o productos/servicios.

Mencione las **articulaciones** necesarias con otros programas (de la institución o de otras instituciones públicas o privadas), si corresponde. Indique cómo se operativizan (coordinan y controlan) dichas articulaciones y qué rol cumple cada institución y Programa. Además, señale si el Programa apalancará recursos financieros de fuentes externas (públicas o privadas) (1.000 caracteres)

ProChile se ubica al final de la cadena pública de organismos de fomento, especializándose en el apoyo a la internacionalización de las empresas. Por otro lado, Sercotec a través de los Centros de Desarrollo de Negocios (CDN) y CORFO apuntan a fortalecer a las empresas en los ámbitos productivos. Por tanto, la articulación de este programa con los organismos mencionados se basa en la derivación de empresas exportadoras hacia el programa. Esta derivación sucede a nivel de las unidades de atención a clientes, es decir, nuestras Direcciones Regionales y las Oficinas Regionales de CORFO y CDNs territoriales respectivos.

5.2 Componentes

Componente 1	
Nombre del componente	Capacitación para el fortalecimiento de capacidades exportadoras
Unidad de medida de producción	Nº Empresas que participaron en acciones de capacitación y/o reciben asesorías

<p>Describa brevemente el componente, identificando cuál es el bien o servicio provisto al usuario final (ej.: becas, asesorías, subsidios, capacitación, etc.). (400 caracteres)</p>	<p>A través de un campus virtual se entregará información para cubrir brechas de las empresas para abordar un proceso de exportación exitoso. También Seminarios, Talleres y Coaching especializados; y una “Aceleradora de exportaciones” (capac. y asesoría con alto enfoque práctico, que finaliza con reuniones con potenciales compradores). Se dispondrá en pag web ProChile capsulas de micro aprendizaje.</p>
<p>Precise la modalidad de producción (ej.: fondo concursable, asignación directa, subsidio a la demanda, etc.). (400 caracteres).</p>	<p>La modalidad de producción es asignación directa a través de convocatorias abiertas, publicadas en página web de ProChile. Algunas actividades son sin co financiamiento y en otras, el copago dependerá de cada actividad. Al finalizar las capacitaciones se realizarán encuestas de satisfacción para medir la conformidad de los beneficiarios. Las asesorías serán entregadas por ejecutivos de ProChile.</p>
<p>Señale los actores relevantes que participan en el proceso de provisión (agentes operadores intermediarios, centros profesionales, consultores, etc.), identificando si corresponde mecanismos de rendición de cuentas. (400 caracteres)</p>	<p>Los servicios serán provistos mediante contratación de relatores (seleccionados mediante convocatorias), licitaciones para la contratación de servicios externos, consultoría, diseño e implementación para el aula virtual, desarrollo de nuevos contenidos en formación exportadora, entre otros. Las asesorías serán entregadas por los ejecutivos regionales de ProChile.</p>

<p>Componente 2</p>	
<p>Nombre del componente</p>	<p>Acciones de promoción para la consolidación de mercados</p>
<p>Unidad de medida de producción</p>	<p>Nº de Empresas participantes en acciones de promoción</p>
<p>Describa brevemente el componente, identificando cuál es el bien o servicio provisto al usuario final (ej.: becas, asesorías, subsidios, capacitación, etc.). (400 caracteres)</p>	<p>Se ofrecerá un conjunto de acciones de promoción de la oferta exportable chilena foco del programa, tales como: misiones comerciales, ruedas de negocios, traida de compradores, participación en ferias internacionales, entre otros. También comprende fondos concursables y acciones de promoción para la innovación y la internacionalización del emprendimiento empresarial.</p>

<p>Precise la modalidad de producción (ej.: fondo concursable, asignación directa, subsidio a la demanda, etc.). (400 caracteres).</p>	<p>Convocatorias abiertas en pág web ProChile, mail, etc. Asignaciones directas y fondos concursable con co financiamiento (se financian participaciones en ferias, degustaciones y/o exhibiciones de productos, asesorías legales, información de mercado, misiones comerciales, entre otros). Cofinanciamientos máx: 65% del proyecto postulado.</p>
<p>Señale los actores relevantes que participan en el proceso de provisión (agentes operadores intermediarios, centros profesionales, consultores, etc.), identificando si corresponde mecanismos de rendición de cuentas. (400 caracteres)</p>	<p>Los actores que intervienen en la provisión de los servicios, son fundamentalmente los funcionarios de ProChile, que actúan en las convocatorias y organización de las actividades ofrecidas. Adicionalmente, se licita la contratación de salones, productoras u otros necesarios para la correcta provisión de los servicios antes descritos.</p>

5.3 Nivel de producción

Componentes	Unidad de medida de producción	2020
Capacitación para el fortalecimiento de capacidades exportadoras	N° Empresas que participaron en acciones de capacitación y/o reciben asesorías	137
Acciones de promoción para la consolidación de mercados	N° de Empresas participantes en acciones de promoción	485

Sección 6: Uso de Recursos

6.1 Estimación de gastos

Señale los gastos totales del Programa

Componentes		2020 (miles de \$)
Capacitación para el fortalecimiento de capacidades exportadoras	Total Componente	60.000
Acciones de promoción para la consolidación de mercados	Total Componente	1.300.721
Gastos administrativos		0
Total		1.360.721

Gastos por beneficiario.

Indicador Programa	Año 2020 (miles de \$ / beneficiario)
	1.826,47

Gastos por unidad de producción de componente

Componentes	Año 2020 (miles de \$ / unidad de componente)
Capacitación para el fortalecimiento de capacidades exportadoras	437,96
Acciones de promoción para la consolidación de mercados	2.681,90

Porcentaje de gastos administrativos o no asociados directamente a la provisión de los componentes del Programa

Indicador gasto	Año 2020 (Estimado)
	0,00 %