



# Promoción de Exportaciones

Ministerio de Relaciones Exteriores  
Dirección General de Promoción de Exportaciones  
Año de inicio: 1987  
Año de término: Permanente

## 1. ANTECEDENTES

**Tipo de formulario:** Programa

**Años comparables de la información:** 3

**¿El programa cuenta con calificación ex ante?:** Si

**Unidad responsable:** DIRECCION GENERAL DE PROMOCION DE EXPORTACIONES

**Página web:** www.prochile.gob.cl

**Nombre del encargado:** Jorge O Ryan Schütz

**Cargo:** Director General

**Nombre contraparte monitoreo:** Paulina Espinoza Araneda

**Cargo:** Jefa Subdepartamento de Planificación y Seguimiento de resultados

**Señale el objetivo estratégico de la institución responsable que más se vincula al programa (acorde al Formulario A-1 Dirección de Presupuestos):** Fortalecer el crecimiento y diversificación de la oferta exportable a través de herramientas de promoción y el apoyo de la Red de oficinas comerciales de Chile en el exterior, que permitan concretar el cierre de negocios para el sector exportador.

**El Programa monitoreado, forma parte de un Sistema o Subsistema:**

El programa no presenta información.

## 2. DIAGNÓSTICO Y OBJETIVO

**Problema principal:** El número de empresas que exportan bienes y servicios es bajo en relación al total de empresas nacionales que podrían participar del proceso exportador. Por otra parte, Chile sigue siendo un exportador de productos primarios y particularmente de materias primas no renovables, como el mineral de cobre, lo que nos coloca en una situación compleja frente a bajas en el precio de estos commodities o desaceleraciones en las economías que son nuestros principales compradores. Finalmente, si bien se ha avanzado en materia de diversificación, gracias a los Tratados de Libre Comercio, continúa existiendo un alto grado de concentración de las exportaciones en pocas empresas, pocos mercados y productos.

**Propósito del programa:** Las empresas beneficiarias del programa que no exportan comiencen a exportar y las empresas que ya exportan se mantengan en esa condición y/o diversifiquen sus productos/servicios o mercados de destino.

### 2.1) Evaluaciones anteriores

El programa no presenta evaluaciones

## 3. POBLACIÓN

### 3.1) Población potencial

**Población potencial del programa:** El programa no presenta información.

**Cuantificación Población potencial:** 0

**Fuente de información:** El programa no presenta información.

**Unidad de medida:** El programa no presenta información.

### 3.2) Población objetivo

**Criterios de focalización del programa:** Empresas que pertenezcan a los sectores foco de ProChile: Agroalimentos, Industrias Creativas, Industrias y Servicios, con el objeto de contribuir a la diversificación de la matriz exportadora.

**Cuantificación Población objetivo:** 4.922

### 3.3) Población beneficiada

**Criterios utilizados para priorizar o identificar a los beneficiarios atendidos durante el año por el programa. Además, si corresponde, el mecanismo utilizado para ordenarlos:** El programa usará el orden de llegada como criterio de priorización para la atención de los beneficiarios. Todas aquellas empresas que cumplan con los criterios de focalización serán atendidas por el Servicio, en función de las capacidades de éste. Para 2016 se espera atender un número creciente de beneficiarios, alcanzando a 4.800 empresas exportadoras. Lo anterior solo si se obtiene la incorporación de recursos humanos y financieros adicionales.

**Señale cuál o cuáles de los criterios de focalización aplicados por el programa le permiten garantizar que la población beneficiada 2021 presenta en forma significativa el problema que da origen al programa:** 1. Sector productivo: Empresas que pertenezcan a los sectores foco

de ProChile: Industria, Industrias Creativas, Servicios, Agro alimentos y Productos del mar.

2. Perfil de atención: empresas que manifiestan interés en trabajar con ProChile.

3. Situación exportadora: empresas que registren exportaciones o potencial exportador.

4. Tamaño de las empresas: empresas con ingresos anuales por ventas y servicios y otras actividades del giro sean superiores a 0 UF y más de 1.000.000 UF.

**¿Cuál o cuáles son los criterios que se utilizaron para priorizar a la población beneficiada 2021, independiente de si éstos han sido o no declarados en el diseño ex ante del programa?:** El programa utiliza, en general, el orden de llegada como criterio de priorización para la atención de los beneficiarios. Todas las empresas que cumplan con los criterios de focalización serán atendidas por el Servicio, en función de las capacidades y recursos disponibles.

Existen algunas actividades que disponen de ciertos cupos, para lo cuál, aquellas empresas que cumplen de mejor manera los requisitos específicos de cada una de ellas, puede participar, para lo cual se establece un ranking de selección, previamente definido en las bases de postulación.

Para los fondos concursables, todas aquellas empresas que deseen postular y cumplan con los requisitos de las bases de la convocatoria, pueden hacerlo. Las empresas finalmente beneficiarias serán las que presenten los mejores proyectos de acuerdo al ranking final de proyectos evaluados y los recursos disponibles para el concurso.

**¿Se utiliza el Registro Social de Hogares (RSH) para seleccionar a los beneficiarios?:** No

**Cuantificación Población efectivamente beneficiada:** 3.355

**Desagregación de población beneficiada durante 2021:**

	Egreso durante 2021	Egreso posterior a 2021	Otros (desertores, fallecidos, etc.)	Total
<b>Ingreso previo a 2021 (arrastre)</b>	El programa no presenta información.	1.691	El programa no presenta información.	1.691
<b>Ingreso durante a 2021 (nuevo)</b>	El programa no presenta información.	1.664	El programa no presenta información.	1.664
<b>Total</b>	El programa no presenta información.	3.355	El programa no presenta información.	3.355

**Complete cómo se distribuyen los beneficiarios efectivos a nivel regional al 4to trimestre del año 2020:**

Región	Beneficiarios efectivos 2021
Arica y Parinacota	74
Tarapacá	41
Antofagasta	63
Atacama	62
Coquimbo	156
Valparaíso	266
Libertador General Bernardo OHiggins	193
Maule	275
Bíobío	155
Ñuble	105
La Araucanía	103
Los Ríos	49
Los Lagos	142
Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo	30
Magallanes y Antártica Chilena	49
Metropolitana de Santiago	1.592

**Nota:** En la tabla se despliegan sólo aquellas regiones para las que se cuenta con información de beneficiarios atendidos al 31 de diciembre de 2021. Los totales nacionales de beneficiarios se encuentran detallados en las secciones respectivas de este informe.

**Si no se cuenta con la desagregación regional, o bien, se realiza una desagregación de beneficiarios en una unidad territorial distinta, se solicita informar y justificar. (La justificación será considerada en el informe final):** El programa no presenta información.

**¿El programa cuenta con la desagregación del número de beneficiarios por aspectos territoriales (urbana, rural, otros)?:** No

**Cobertura del Programa:**

	2020	2021
<b>Población Objetivo</b>	4.922	4.922
<b>Beneficiarios Efectivos</b>	2.363	3.355

	2020	2021
Cobertura	0	0

## 4. ESTRATEGIA

El programa presenta 3 componentes.

Nombre	Descripción
<p><b>Generación y difusión de información de comercio exterior</b> Sin información (tipo de beneficio)</p>	<p>Este componente pone a disposición de las empresas informes de comercio exterior que abordan materias de medidas arancelarias, subsidios, reglamentos técnicos, acceso y oportunidades, entre otros, en los mercados internacionales. Lo anterior, se logra a través del desarrollo de acciones enfocadas al monitoreo, recolección, selección, organización y procesamiento del conocimiento de los mercados internacionales; análisis, desarrollo y difusión de estadísticas, tendencias, oportunidades y alertas de mercados, incluyendo información sobre acceso a los mercados internacionales y barreras arancelarias y paraarancelarias (certificaciones, normativas y reglamentos), con el objeto de que las empresas puedan tomar las medidas correspondientes que les permitan el acceso y/o permanencia en los mercados internacionales. Esto, a través de información captada desde la Red de Oficinas Comerciales y el acceso a bases de datos y fuentes de información especializadas en comercio internacional.</p> <p><b>Producción al 4° trimestre 2021:</b> 1.111 Empresas que reciben informes de comercio exterior</p>
<p><b>Capacitación para el desarrollo de capacidades exportadoras</b> Sin información (tipo de beneficio)</p>	<p>Apoyo a las emp con potencial export y exportadoras, para el desarrollo o mejoras de sus capacidades de internacionalización y export, atendiendo la etapa de desarrollo en que éstas se encuentran, mediante la entrega de un programa de formación exportadora dividido en 3 niveles diferenciados: a. etapa de introducción: Taller 123 Exporta (bienes y servicios), coaching emprendedor; b. etapa intermedia: ciclo fortalece tu estrategia exportadora, talleres de mercado, ciclo marketing, coaching exportador, conferencias virtuales regiones/oficoms/empresas; c. etapa de profundización: misión de pre internacionalización, seminarios de mercado, ciclo financiero, mesas de trabajo regionales (sectoriales o transversales). Los servicios se entregan en Chile, en el extranjero u online. La modalidad de producción corresponderá a convocatorias abiertas, publicadas en página web de ProChile, difusiones en Direcciones Regionales, entre otras. Se realizan por personal de ProChile, expertos externos.</p> <p><b>Producción al 4° trimestre 2021:</b> 1.730 Empresas capacitadas</p>
<p><b>Acciones de promoción para la introducción, penetración y consolidación de mercados</b> Sin información (tipo de beneficio)</p>	<p>Desarrollar acciones destinadas a conocer in situ las oportunidades de mercado, canales de comercialización, tendencias de consumo, etc., a los cuales accederán las empresas con sus productos/servicios. Por otro lado, las asociaciones y empresas asociadas podrán diseñar, a través de Marcas Sectoriales, una estrategia para penetrar uno o más mercados internacionales. Para lo anterior, se pone a disposición de las empresas y asociaciones gremiales un conjunto de acciones tales como: Ferias Internacionales, Ruedas de Negocios, Misiones Comerciales, Agendas de Negocios, Concursos públicos sectoriales y empresariales. Modalidad de producción: convocatoria y co-financiamiento. Las actividades contempladas en el componente buscan acercar la oferta y demanda de productos chilenos y, aumentar así el número de empresas que exportan, mantener los negocios o diversificar los mercados en aquellas empresas que ya exportan y buscar nuevas oportunidades de negocio.</p> <p><b>Producción al 4° trimestre 2021:</b> 2.729 Empresas participantes en acciones de promoción</p>

**Explique brevemente en qué consiste la estrategia de intervención del programa, describiendo de qué manera se combinan los componentes (bienes y servicios) que entrega el programa para alcanzar su propósito.:** ProChile es la institución del Ministerio de Relaciones Exteriores encargada de la promoción de la oferta exportable nacional de bienes y servicios, de las empresas exportadoras y empresas con potencial exportador, la colaboración en el extranjero a las entidades que promocionan la inversión extranjera en Chile y el apoyo a la inversión chilena en el exterior. Para lo anterior, la Institución pone a disposición de las empresas un conjunto de herramientas que ayudarán a aumentar el número de empresas que exportan sus productos/servicios, favoreciendo el acceso a los mercados internacionales a empresas de diversos tamaños y sectores productivos, así como a superar las dificultades que enfrenten en su proceso de internacionalización, y aprovechar las oportunidades en los mercados. Los servicios ofrecidos por ProChile se resumen en los siguientes componentes: i) Generación y difusión de información de comercio exterior, disponer de información comercial, arancelaria y normas técnicas que permita a las empresas contar con información para la toma de decisiones de exportación y aprovechamiento de las oportunidades en los diferentes mercados, ii) Capacitación y asesorías para el desarrollo de capacidades exportadoras, entregar herramientas fundamentales para que las empresas, puedan desarrollar capacidades y competencias en gestión empresarial, orientadas a la internacionalización de sus negocios, iii) Acciones de promoción para la internacionalización de la oferta exportable. A través del cofinanciamiento de actividades comerciales ProChile ayuda a que las empresas chilenas puedan acceder a los mercados, conocer y acercarse a la demanda y ofrecer sus productos/servicios.

**¿El programa experimentó modificaciones o reprogramaciones en su ejecución a partir de la crisis sanitaria por el Covid 19?:** Si

- Población beneficiada
- Producción de uno o más componentes
- Ejecución presupuestaria

**Indique los cambios en la estrategia de intervención que se efectuaron a raíz del actual contexto sanitario (cambio de modalidades de producción, modificaciones de plazos, modificaciones de beneficiarios o cupos, u otros):** Los cambios en la estrategia de intervención que se efectuaron a raíz del actual contexto sanitario fueron:

- Cambio de modalidades de producción: siendo necesario pasar actividades de formato presencial a formato virtual o llevar a cabo la implementación de nuevas herramientas digitales como el One Click Import, que permite la conexión más directa entre un importador y un exportador. Los cambios de formato de actividad, han permitido mantener y en algunos casos aumentar la participación de empresas en acciones de promoción y en capacitación a menor costo, sin embargo, no existe un contacto directo entre el importador y el exportador y se dificulta más que se conozcan las características de los productos. Por otra parte, la herramienta OCI, impactó de manera importante en el aumento de la producción en el componente de acciones de promoción.

- Modificaciones de plazos: Las condiciones de la pandemia en distintos mercados obligaron a reformular constantemente las actividades, las estrategias, formatos de acciones, cargas de los equipos, etc., o en algunos casos conllevaron la no realización de la actividad.

**¿Estos cambios se mantendrán para la ejecución 2022 del programa?:** Si

#### **4.2) Ejecutores**

---

**Ejecución:** El programa no es ejecutado por instituciones distintas a la responsable del programa.

## 5. PRESUPUESTO

Programas presupuestarios según Ley de Presupuestos:

Partida presupuestaria	Capítulo	Programa
6	7	1

Presupuesto Inicial (Vigente al 4to trimestre año 2021) (\$miles): 28.158.718

Presupuesto Final (Vigente al 4to trimestre año 2021) (\$miles): 29.771.980

Presupuesto Inicial (Ley de Presupuesto 2022) (\$miles): 29.358.874

### 5.2) Presupuesto Total

Partida	Capítulo	Programa	Item	Asignación	Subtítulo	Gastos (\$miles)
6	7	1	0	0	21 (Gastos en personal)	17.961.141
6	7	1	0	0	22 (Bienes y servicios de consumo)	3.288.877
6	7	1	3	6	24 (Transferencias Corrientes)	3.869.292
6	7	1	0	0	29 (Adquisición de Activos No Financieros)	271.000

Total Gasto al 4to trimestre 2021 (\$miles): 25.390.310

### 5.3) Gasto Extrapresupuestario

¿El Programa recibió recursos adicionales a los entregados por la Ley de Presupuestos de la institución, o que no son identificados en los programas presupuestarios mencionados anteriormente?: Si

¿Recibió presupuesto por parte de los Gobiernos Regionales a través del Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR)?: Si

Complete cómo se distribuyen los beneficiarios efectivos a nivel regional al 4to trimestre del año 2020:

Región	Presupuesto (\$ miles)
Arica y Parinacota	21.974
Tarapacá	175.474
Antofagasta	120.000
Atacama	73.500
Coquimbo	8.275
Libertador General Bernardo OHiggins	45.240
Maule	93.901
Bíobío	105.642
Ñuble	100.000
Los Ríos	36.000
Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo	54.000
Metropolitana de Santiago	284.635
Total	1.118.641

¿Recibió recursos adicionales o extrapresupuestarios de otras fuentes?: Si

¿Recibió presupuesto por parte de Instituciones Privadas?: Si

Nombre de la Institución	Presupuesto (\$miles)
49 Instituciones	404.936

¿Recibió presupuesto por parte de Organismos Internacionales?: No

¿Recibió presupuesto por parte de otras fuentes?: Si

Nombre de la Institución	Presupuesto (\$miles)
Corfo	165.000
Ministerio de Energía	30.000

Total presupuesto adicional o extrapresupuestario del programa 2020 (\$miles): 1.718.577

### 5.4) Gastos FET y Fondos especiales

¿Dentro de los gastos ejecutados según Ley de Presupuestos 2021, informados anteriormente, se ejecutaron recursos provenientes del Fondo de Emergencia Transitorio (FET)?: No

¿Dentro de los gastos ejecutados según Ley de Presupuestos 2021, informados anteriormente, se ejecutaron recursos provenientes de Fondos Especiales del Tesoro Público (Fondo para Pymes e Innovación)?: No

### 5.5) Gasto por Componente

Componente	Gasto (M\$)	Detalle
------------	-------------	---------

Generación y difusión de información de comercio exterior	3.863.730	Corresponde principalmente a gastos operacionales relacionados con la realización de iniciativas de la línea generación y difusión de información, tales como suscripciones, bases de datos, estudios de mercados, entre otros. Y, el gasto en personal del Servicio que participa en la provisión de estos servicios.
Capacitación para el desarrollo de capacidades exportadoras	815.608	Corresponde principalmente a gastos operacionales relacionados con la realización de iniciativas de las líneas Talleres, Seminarios y Coaching, entre otras. Y, el gasto en personal del Servicio que participa en la provisión de estos servicios.
Acciones de promoción para la introducción, penetración y consolidación de mercados	11.970.433	Corresponde principalmente a gastos operacionales de iniciativas de las líneas: Concursos; Campañas de Marketing; Ferias Internacionales; Agencias de comunicaciones; Expo Dubai 2020; ProChile a tu medida; Showroom, Workshop, Muestras; Pitch, Go Global, Softlanding; Misiones comerciales y Ruedas de negocios, entre otras. Y, el gasto en personal del Servicio que participa en la provisión de estos servicios.

**Total Gasto por Componentes al 4to trimestre 2020 (\$miles): 16.649.771**

#### 5.6) Detalle regional - Gasto componente

Región	Total ejecutado
Nivel central	16.649.770
Total	16.649.770

#### 5.7) Gasto Administrativo

Partida	Capítulo	Programa	Item	Asignación	Subtítulo	Gastos (\$miles)
6	7	1	141	0	21 (Gastos en personal)	6.899.240
6	7	1	1461	0	22 (Bienes y servicios de consumo)	3.288.876
6	7	1	3376	0	29 (Adquisición de Activos No Financieros)	271.000
<b>Gasto Total por Subtítulo (M\$)</b>						<b>10.459.116</b>

**Gastos administrativos provenientes de recursos extrapresupuestarios:** El programa no presenta información.

**Total Gasto Administrativo al 4to trimestre 2020 (\$miles): 10.459.116**

**Detalle qué incluyen los gastos administrativos del Programa, especificando si se establecen por glosa presupuestaria u otro tipo de normativa:** Montos correspondiente a las remuneraciones a nivel nacional e internacional, gastos fijos de la administración, gastos financieros y mantenimiento de oficinas en el exterior y sede central, mas el mantenimiento de oficinas regionales.

#### 5.8) Resumen Presupuestario

**Recursos ejecutados (\$miles) (a): 25.390.310**

**Gastos extrapresupuestarios (\$miles) (b): 1.718.577**

**Total Ejecutado del programa (\$miles) Considera recursos ejecutados y gastos extrapresupuestarios (a+b): 27.108.887**

**Gastos componentes (\$miles) (c): 16.649.771**

**Gastos administrativos (\$miles) (d): 10.459.116**

**Total Ejecutado del programa (\$miles) Considera gastos componentes y administrativos (\$miles) (c+d): 27.108.887**

**Gasto por Beneficiario:**

	2019	2020	2021
Gasto por Beneficiario	12.258	11.065	8.608
Presupuesto Ejecutado			

## 6.1) Indicadores de Propósito

Nombre del Indicador	Fórmula de Cálculo	2020 (efectivo al 31 de Diciembre)	2021 (estimado al 31 de Diciembre)	2021 (efectivo al 31 de Diciembre)	2022 (estimado al 31 de Diciembre)
Porcentaje de empresas atendidas por el Programa que comienzan a exportar o diversifican mercado o producto/servicio	<p>(Número de empresas atendidas por el Programa entre t-3 y t, que comienzan a exportar o diversifican mercado o producto/servicio entre t-3 y t/Número de empresas atendidas por el Programa entre t-3 y t)*100</p> <p><b>Metodología y definiciones conceptuales incorporadas en las fórmulas de cálculo del indicador o de los indicadores, indicando fuente de información:</b> Para el cálculo del indicador se consideraron los registros según los sistemas de ProChile, de empresas beneficiarias del programa entre los años 2018 y 2021 (t-3 y t) y que comenzaron a exportar o que diversificaron mercado o producto/servicio entre t-3 y t.</p> <p>Fuentes de información utilizadas:</p> <p>a) Sistema CRM y SRA ProChile con datos de las empresas beneficiarias de ProChile y los servicios recibidos.</p> <p>b) Exportaciones: Servicio Nacional de Aduanas.</p>	31%		38%	41%

Señale la evidencia que le permitió definir la situación proyectada de los indicadores, detallando la forma en que se determinaron los valores entregados (información histórica o de programas existentes, metas institucionales, etc.): La proyección se basa en los valores efectivos de indicador entre 2018-2021.

## 6.2) Indicadores Complementarios

Nombre del Indicador	Fórmula de Cálculo	2020 (efectivo al 31 de Diciembre)	2020 (estimado al 31 de Diciembre)	2021 (efectivo al 31 de Diciembre)	2022 (estimado al 31 de Diciembre)
	<b>Metodología y definiciones conceptuales incorporadas en las fórmulas de cálculo del indicador o de los indicadores, indicado fuente de información:</b>				

Señale la evidencia que le permitió definir la situación proyectada de los indicadores, detallando la forma en que se determinaron los valores entregados (información histórica o de programas existentes, metas institucionales, etc.): El programa no presenta información.

## 7. OTROS ATRIBUTOS

### 7.1) Enfoque de Derechos Humanos

De acuerdo con el proceso de implementación, ¿el programa incorporó algún(os) Enfoque(s) y/o perspectiva(s) de Derechos Humanos?: No

Justifique por qué no se incorpora algún Enfoque y/o perspectiva de Derechos Humanos: El programa no presenta información.

### 7.2) Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)	Meta/s
5. Igualdad de género: Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas	5.5 Velar por la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles de la adopción de decisiones en la vida política, económica y pública
8. Trabajo decente y crecimiento económico: Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos	8.1 Mantener el crecimiento económico per capita de conformidad con las circunstancias nacionales y, en particular, un crecimiento del producto interno bruto de al menos un 7% anual en los países menos adelantados
8. Trabajo decente y crecimiento económico: Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos	8.3 Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de empleo decente, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y alentar la oficialización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, entre otras cosas mediante el acceso a servicios financieros

Indique de manera concreta qué elementos del programa permite contribuir a los ODS identificados: El programa no presenta información.

### 7.3) Pobreza Multidimensional

El programa no presenta información.

Contribución a disminuir la pobreza por ingresos. El programa no presenta información.

## 8. OBSERVACIONES DE LA INSTITUCIÓN

### 8.1) Diseño

¿El programa cuenta con observaciones sobre el apartado de Diseño?: El programa no presenta información.

### 8.2) Población

¿El programa cuenta con observaciones sobre el apartado de Población?: Si

Variación significativa de la población beneficiada: Si

**Observación:** La población beneficiada registró una variación significativa respecto al año anterior, explicada principalmente por el aumento en la producción del componente "Acciones de promoción para la introducción, penetración y consolidación de mercados", explicado principalmente por mayor cantidad de empresas con envío de oportunidades gracias a la implementación de la herramienta One Click Import y a la generación de agendas de negocio.

**No reporte o hay información incompleta sobre la población beneficiada o de sus desagregaciones:** El programa no presenta información.

**Modificación o ajustes en la definición de una(s) de la(s) poblaciones:** El programa no presenta información.

Otro(s): El programa no presenta información.

### 8.3) Estrategia

---

¿El programa cuenta con observaciones sobre el apartado de Estrategia?: Si

Variación significativa de la producción de componentes: Si

**Observación:** El componente "Acciones de promoción para la introducción, penetración y consolidación de mercados" tuvo una producción muy superior al año pasado, explicada principalmente por el aumento en el envío de las oportunidades de negocio, gracias a la implementación de la herramienta One Click Import, un servicio online que permite atender eficientemente una solicitud de importación y poner en contacto a importadores y exportadores. Por otra parte, por un aumento considerable en la generación de agendas de negocios.

**No reporta o no aplica reportar producción de componentes:** El programa no presenta información.

**Modificación o ajuste de uno(s) de lo(s) componentes:** El programa no presenta información.

**Periodo de intervención difiere del año calendario:** El programa no presenta información.

Otro(s): El programa no presenta información.

### 8.4) Indicadores

---

¿El programa cuenta con observaciones sobre el apartado de Indicadores?: El programa no presenta información.

### 8.5) Presupuesto

---

¿El programa cuenta con observaciones sobre el apartado de Presupuesto?: No

### 8.6) Observaciones Generales

---

¿El programa cuenta con observaciones sobre otros apartados?: El programa no presenta información.