

# PROGRAMA EN REFORMULACIÓN 2026

<b>Ministerio</b>	MINISTERIO DE AGRICULTURA
<b>Servicio</b>	INSTITUTO DE DESARROLLO AGROPECUARIO
<b>Programa</b>	Servicios de Apoyo a la Comercialización
<b>Tipo</b>	Reformulación
<b>Estado</b>	CALIFICADO
<b>Código</b>	PI130320170008628
<b>Calificación</b>	Recomendado Favorablemente

## Sección 1: Antecedentes

Código sistema

PI130320170008628

Nombre del Programa (420 caracteres)

Servicios de Apoyo a la Comercialización

Descripción del Programa (1.200 caracteres)

El Programa de Comercialización es un instrumento de fomento productivo que apoya la habilitación comercial e inserción de los pequeños agricultores en mercados de mayor valor, a los que no acceden fácil ni espontáneamente, especialmente en aquellos rubros agrícolas, pecuarios y conexos en los que la relación con la industria distribuidora no se da tan naturalmente. Centra su accionar, principalmente, en procesos de formalización, de agregación de valor y logística, de promoción comercial y de relacionamiento con los compradores y consumidores; valiéndose para ello de dos Componentes: Articulación a Mercados (apertura de nuevos canales o espacios de venta) y Habilitación Comercial (preparación de Proveedores para acceder a dichos canales).  
En la dimensión de oferta, centra su atención principalmente en los siguientes rubros: Hortalizas, Frutas, Miel, Huevos, Alimentos Procesados, Turismo Rural y Artesanías, que son los que, naturalmente, a nivel de pequeños agricultores, se comercializan a través de esquemas más básicos y precarios de venta.

**Información contraparte operativa de la formulación del Programa**

Servicio:	INSTITUTO DE DESARROLLO AGROPECUARIO
Unidad responsable de la formulación del Programa:	DIVISIÓN FOMENTO
Nombre responsable de la formulación del Programa:	Ivan Gajardo Caviedes
Cargo:	Encargado de programa
Teléfono del contacto:	2 2303 8214
Email de contacto:	igajardo@indap.cl; mketter@indap.cl

**Información contraparte del programa**

Nombre:	Francisco Gutierrez Perez
Cargo:	Jefe Departamento Planificación y Control de Gestión
Teléfono del contacto:	22 303 8113
Email de contacto:	fgutierrez@indap.cl; lbenavides@indap.cl

Información contraparte  
DIPRES

Nombre:	Mauricio Leiva
Email de contacto:	mlv@dipres.cl

Eje de acción del Programa

Crecimiento

Ámbito de acción del  
Programa

Fomento productivo

Asociar el programa con los  
objetivos institucionales (A1).

Descripción  
Fomentar el desarrollo de nuevas capacidades, con perspectiva de género en las y los pequeños agricultores, campesinas(os) y sus organizaciones, que posibilite el tránsito hacia sistemas productivos y comerciales sostenibles, resilientes al cambio climático e inclusivos con mujeres, jóvenes y pueblos originarios, mediante la entrega de un sistema de asistencia técnica y financiamiento innovador, con enfoque agroecológico, que permita su integración efectiva en el sistema agroalimentario del país.

Si el Programa cuenta con  
información para la ciudadanía  
o usuarios informe el/los links.  
(Sitio web, portal de  
información y postulación,  
entre otros).  
(500 caracteres)

<https://www.indap.gob.cl/plataforma-de-servicios>

Señale el año de inicio de  
ejecución del diseño  
reformulado.

2016

## Sección 2: Diagnóstico

Señale el **principal problema** público que el Programa abordará, **identificando la población** afectada. (500 caracteres)

Los pequeños agricultores tienen un limitado acceso y una frágil permanencia en canales de comercialización formales o estables, entendidos como aquellos de mejor retorno económico (por volumen o precio), continuidad de la demanda y mayor certidumbre, limitando la generación de ingresos provenientes de la actividad agropecuaria en los hogares de la Agricultura Familiar Campesina.

Presente el diagnóstico del problema señalado anteriormente y **datos cuantitativos** que evidencien su vigencia en la actualidad, dimensionando la brecha generada por dicho problema. (2.500 caracteres)

El 70% de los pequeños agricultores (99.500) vende su producto principal en predio, ya sea a consumidor final o a comerciantes (intermediarios), esquemas de venta que representan oportunidades débiles desde el punto de vista comercial y de generación de ingresos, por asimetrías de información (lo que les resta poder negociador), informalidad e intermitencia de las transacciones.

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

Estudio Línea Base de INDAP (2017)  
Base de Datos Institucional de usuarios atendidos (2024)

¿El programa tiene un mandato por Ley a ser ejecutado y/o corresponde a una función relevante definida en marco legal institucional?

No

Si la respuesta anterior es si, precise la Ley. (1.000 caracteres)

¿El programa cuenta con un mandato y monto definido por Ley?

No

Si la respuesta anterior es si, precise la Ley. (1.000 caracteres)

¿El problema afecta de modo particular a alguno de los siguientes grupos de población: **mujeres, pueblos indígenas, personas en situación de discapacidad, personas en situación de dependencia o condición migratoria**? (1.000 caracteres)

no

Más allá del mandato legal, explique por qué, desde el punto de vista de las políticas públicas, el Servicio debe participar en la solución de este problema (prioridad gubernamental, justificación de política pública, etc.). (1.000 caracteres)

La producción agrícola, al ser una actividad primaria, requiere bastante intermediación para la distribución de sus productos a los centros de consumo, lo cual hace que los agricultores reciban una parte muy ínfima del margen de comercialización, desventaja que se acrecienta en los pequeños agricultores. Una forma de reducir la intermediación y, por ende, aumentar el retorno económico es acometer pequeños procesos de transformación y/o distribución para insertarse en canales más estructurados y formales de venta. De ahí, que la comercialización de productos agropecuarios y conexos sea determinante en la capacidad de los pequeños agricultores de generar ingresos autónomos y, por ende, en la posibilidad de vivir de su actividad productiva y permanecer en el territorio. De ahí que uno de los ejes estratégicos actuales de la institución sea “Mercados inclusivos: Una AFCI más integrada y mejor posicionada en los Mercados”.

Seleccione los ODS con los que se vincula el programa actualmente. OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA AGENDA 2030 (ODS):  
 Conjunto de objetivos globales adoptados por las Naciones Unidas en el año 2015 como un llamado universal para erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad como parte de una nueva agenda de desarrollo sostenible (ONU, 2022).

1 Fin de la pobreza: No
2 Hambre cero: No
3 Salud y bienestar: No
4 Educación de calidad: No
5 Igualdad de género: No
6 Agua limpia y saneamiento: No
7 Energía asequible y no contaminante: No
8 Trabajo decente y crecimiento económico: No
9 Industria, innovación e infraestructura: No
10 Reducción de las desigualdades: Sí
11 Ciudades y comunidades sostenibles: No
12 Producción y consumo responsables: No
13 Acción por el clima: No
14 Vida submarina: No
15 Vida de ecosistemas terrestres: No
16 Paz, justicia e instituciones sólidas: No
17 Alianzas para lograr los objetivos: No

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

<b>Causa (150 caracteres)</b>	<b>Respalde el vínculo con el problema con datos cuantitativos que avalen la relación con el mismo (1.000 caracteres)</b>
Los pequeños agricultores enfrentan múltiples barreras para habilitarse comercialmente en canales formales, muchas de ellas complejas y costosas.	Los pequeños agricultores presentan brechas importantes para acceder a canales formales o estables de comercialización, enfrentando barreras legales, logísticas, comerciales, sanitarias y tecnológicas que varían según el rubro y formato de venta. Estas exigencias no siempre son simples, rápidas ni accesibles, lo que limita su habilitación comercial. Como resultado, la mayoría opera en canales de baja complejidad y menor exigencia: el 51,3% (72.600 agricultores) vende directamente en predio a consumidores finales, el 19% (26.900) a intermediarios, el 13,5% (19.100) en ferias locales o municipales, y el 6,1% (8.600) a feriantes, muchas veces cediendo margen de ganancia a intermediarios informales (Línea Base 2017).
Los pequeños agricultores carecen de conocimiento para acceder a canales de venta estructurados.	Los pequeños agricultores carecen del conocimiento necesario sobre el funcionamiento de los canales de venta más estructurados y de los instrumentos de fomento que permiten adecuarse a sus exigencias, lo que limita su capacidad de articulación comercial. Solo un 11,6% (6.290 productores) vende en canales formales como agroindustria, exportadoras, mercados mayoristas o instituciones, y apenas un 5,6% de la producción cuenta con certificaciones por atributos de calidad (Estudio de Línea Base 2017).
Los pequeños agricultores tienen escasa visibilización de la oferta frente a canales de venta estructurados	Los pequeños agricultores tienen escasa visibilización de su oferta, lo que dificulta atraer el interés de canales de venta más estructurados. Esta situación se refleja en que solo el 5,6% de su producción cumple con altos estándares de calidad orientados al mercado (Línea Base 2017).

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

Efecto o consecuencias negativas del problema en la población afectada (150 caracteres)	Alcance del efecto si no se implementa el programa y datos cuantitativos que permitan dimensionar la relevancia (1.000 caracteres)
Inestabilidad de la demanda	El 38,3% (54.200) de los productores declara tener dificultades para vender su producción y el 64,5% (91.300) declara como gravitante el problema de bajos precios o inestables (Estudio de Línea Base 2017).
Inmovilidad comercial y mantención de la informalidad	El 70,3 % (99.500) de los productores que venden, lo hacen en el predio o a intermediarios (Estudio de Línea Base 2017)
Bajos ingresos	El 75,5% (106.884) de los productores vende en canales informales de bajo volumen (Estudio de Línea Base 2017)

Indique concretamente en qué consiste la reformulación (ej.: incorporación de nuevos enfoques, incorporación de nuevos componentes, cambios en la estrategia de intervención, cambios en los criterios de focalización, etc.). (2.000 caracteres).

La reformulación del Programa responde a la necesidad de actualizar un diseño elaborado hace nueve años, construido en un contexto de escasa evidencia empírica sobre el funcionamiento de los canales de comercialización estructurados, especialmente en rubros poco atractivos para la industria formal o para ciertos segmentos de consumidores. La estrategia original, basada en supuestos superados por la experiencia acumulada en la implementación territorial, dio paso a un nuevo enfoque sustentado en oportunidades comerciales reales para la Agricultura Familiar Campesina e Indígena (AFCI), promoviendo un mayor relacionamiento institucional con actores de las cadenas de valor.

En este contexto, y tras la objeción técnica del programa en el proceso Ex Ante 2025, se realizó una revisión integral que derivó en una propuesta más coherente, operativa y alineada con las capacidades de la AFCI y las dinámicas actuales del mercado. La reformulación concreta incluye:

- (1) replanteamiento del diagnóstico y propósito estratégico
- (2) actualización de la base de cálculo de población potencial y objetivo, considerando la cartera efectiva de usuarios atendida en 2024 (excluyendo quienes solo accedieron a subsidios de emergencia)
- (3) redefinición de criterios de focalización para una mejor pertinencia
- (4) reorganización de componentes del programa según su despliegue operativo real
- (5) incorporación de nuevos enfoques, como fortalecimiento de circuitos cortos, vinculación con canales institucionales y privados, herramientas digitales, caracterización segmentada de usuarios, estrategia territorial, indicadores de resultado y uso proyectado de recursos.

## Sección 3: Población del Programa

### 3.1 Caracterización de la población

Caracterice la población potencial que corresponde a la población que presenta el problema público identificado en el diagnóstico. (1.500 caracteres)

Corresponde a aquellos pequeños agricultores (persona natural o jurídica), de distintos rubros agropecuarios o conexos, que venden la mayor parte de su producción y que tienen dificultad para comercializarla, por estar insertos mayoritariamente en canales de venta informales, de bajo volumen y/o poco estructurados.

Estime la **población potencial**, que corresponde a la población que presenta el problema público identificado en el diagnóstico y su unidad de medida

Número	Unidad
56.010	unidades

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

Señale **cómo se estimó** (metodología) y **qué fuentes de datos se utilizó** para cuantificar la población potencial. (1.000 caracteres)

La estimación de la población potencial se basa en los hallazgos del estudio de "Línea Base de los usuarios de INDAP 2015", aplicados a la cartera actual de usuarios, acorde a la siguiente metodología:

[Población usuaria atendida el 2024] x % de agricultores que declararon vender parte de su producción x % de agricultores que declararon tener dificultades para vender su producción:  
 $163.032 \times 89,7\% \times 38,3\% = 56.010$

Indique si el programa se define como universal, esto es que la población objetivo es igual a la población potencial, y por ello no aplican criterios de focalización. En otras palabras, que no existen restricciones al acceso.

No

Justifique por qué no aplica para este programa definir criterios de focalización que permitan identificar la población objetivo. (800 caracteres)

Caracterice la población objetivo que corresponde a aquella parte de la población potencial que cumple los criterios de focalización. (1.500 caracteres)

La población objetivo es aquella parte de la población potencial que muestra una disposición inicial a transitar hacia un modelo de negocio formal (lo que se asoció con la Iniciación de Actividades) y/o que tiene una menor brecha de habilitación comercial que resolver para insertarse en algún canal comercial formal o estable (lo que se asoció con un menor índice de vulnerabilidad socioeconómica, correspondiente a un RSH  $\geq$  50%). Dicho criterio combinado, expresado como “% de usuarios con Iniciación de Actividades o con RSH  $\geq$  50%”, se obtuvo de la Base de Datos de usuarios atendidos 2024, resultando en un 33,8%. Dicho criterio porcentual se aplicó, luego, sobre la población potencial. Este criterio combinado, tiene la ventaja, de estar compuesto por dos parámetros objetivos y explícitos lo que facilitará, luego, la focalización del Programa.

Estime la **población objetivo** (aquella parte de la población potencial que cumple los criterios de focalización definidos anteriormente).

Número
18.931

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

Variable	Criterio	Medio de verificación
Iniciación de Actividades y Registro Social de Hogares (RSH)	Tener la Iniciación de Actividades o RSH $\geq$ 50%	Base de Datos Institucional (BDI) de usuarios de INDAP
Acreditación INDAP (12 HRB, activos menores a 3500UF y actividad principal silvoagropecuaria)	Vigente	Resolución de acreditación por Jefe Agencia de Área
Existencia del problema de comercialización	Declarar problema para comercializar el rubro principal	Ficha de postulación al Programa Encuestas de Margen Bruto de los Programas de Asesoría Técnica

Señale **cómo se estimó** (metodología) y **qué fuentes de datos se utilizó** para cuantificar la población objetivo (1.000 caracteres)

La estimación de la población objetivo se basa en un criterio calculado y extraído de la Base de Datos Institucional (proporción de usuarios que cumplen el primer criterio de focalización), acorde a la siguiente metodología:

[Población potencial 2024] \* % de usuarios con Iniciación de Actividades o RSH  $\geq$  50%:  
 $56.010 \times 33,8\% = 18.931$  agricultores.

El tercer criterio de focalización, en tanto, ya está contenido en el factor de “Población potencial” estimada.

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 y la entrega de beneficios será gradual a través de los años.

Describe la población beneficiaria del programa (1.500 caracteres)

La población beneficiada son productores o productoras que su principal ingreso proviene de una actividad silvoagropecuaria o actividad conexas, tiene su acreditación de INDAP vigente. Además el usuario tiene el inicio de actividades ante el SII, o en su defecto, tiene una calificación socioeconómica igual o mayor a 50%. Dependiendo de sus necesidades, se aplican los componentes o instrumentos que más se acomodan a las características del usuario y de la oferta.

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)

Los criterios de priorización están dados por tres variables propias de la demanda de la industria distribuidora formal, o de polos urbanos de consumidores, con la que el Programa pretende articular a los usuarios participantes:  
?Rubro: el cual determina los productos o servicios que resultan de interés para determinados compradores o perfiles de consumidores.  
?Canal Comercial: el cual define la magnitud de la demanda (mayorista o minorista), el modelo de abastecimiento y los requisitos de inclusión productos.  
?Región: la cual determina la existencia (actual o potencial) de determinados canales comerciales, la diversidad de productos y la continuidad de la oferta.

La combinación de estos tres factores determina, en buena medida, la chance de insertar de manera sostenible a un Proveedor de la AFC en un canal comercial más estructurado y define, a su vez, el trayecto a recorrer para quedar habilitado comercialmente. Es la demanda final quien selecciona al usuario a articularse.

Cuantifique **la población beneficiaria**, que corresponde a aquella parte de la población objetivo que cumple los criterios de priorización y que el programa planifica atender en los próximos 4 años

2026	2027	2028	2029
6880	7090	7300	7520

¿El programa cuenta con cupos preestablecidos de atención?

No

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

Dada la diversidad de rubros y canales comerciales que aborda el Programa (los cuales se individualizan en la sección 5.1 Estrategia de Intervención del Programa), con distintos modelos de compraventa, magnitud de la demanda y requisitos de acceso, como, a su vez, que el programa atiende a productores individuales y Empresas Asociativas Campesinas (Cooperativas y Sociedades comerciales), se ha optado por definir un criterio único y transversal de egreso que es el monto anual de ventas asimilándolo al “techo” que establece la Ley N°20.416/2010 para “Empresas de Menor Tamaño (EMT)” (que incluye a las micro, pequeñas y medianas empresas), que es de 100.000 UF.

Indique en cuántos meses/años promedio egresarán los beneficiarios del Programa. En caso de que el programa no tenga un hito de egreso, justifique brevemente (1.000 caracteres)

0,00

¿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 un **beneficiario puede acceder más de una vez** a los beneficios que entrega el Programa. (1.000 caracteres)

Los usuarios pueden optar más de una vez a los beneficios del Programa, primero, porque, en general, el Programa no entrega apoyos puntuales y aislados, sino como parte de un proceso progresivo de habilitación comercial (que usualmente se completa en más de un año); y, segundo, porque, aun estando inserto ya en un canal comercial formal o estable, podría querer diversificar su oferta de productos, lo cual puede conllevar nuevos requisitos de inclusión (por ejemplo pasar de productos frescos a procesados), o bien, querer acceder a un nuevo canal de venta (ejemplo, pasar del canal de compras públicas a supermercados) con un modelo de abastecimiento distinto, que el usuario deberá aprender y adaptarse a una nueva forma de relacionamiento comercial.

Señale si el programa cuenta con un proceso de postulación para seleccionar a los beneficiarios. (500 caracteres)

Sí, cada componente del Programa cuenta con un proceso de postulación, en algunos casos como un chequeo de requisitos, en consonancia con el rubro y canal comercial en el que aspira insertarse; y, en otros, como un proceso concursable.

Describa brevemente cuál es la ruta del usuario para acceder al programa, desde su postulación hasta la entrega del beneficio. (3.000 caracteres)

Depende de cada componente, pero usualmente, hay una secuencia parecida que comprende los siguientes pasos:  
 Dimensión de inserción comercial, propiamente dicha (acceso al canal comercial):  
 Identificación de la oferta/ definición del canal comercial factible, según rubro y zona/ prospección de demanda con los compradores o espacios de venta específicos de dicho canal/ levantamiento de requisitos de ingreso/ en caso de cumplirlos, facilitación del nexo comercial inicial.  
 Dimensión de habilitación comercial (preparación para cumplir requisitos de ingreso):  
 Determinación de brechas, en relación a los requisitos de acceso/ identificación de instrumentos de fomento para resolver las brechas de acceso (o permanencia)/ llamado a postulación/ postulación, según los procedimientos administrativos de cada instrumento/ chequeo de admisibilidad/ evaluación y adjudicación/ entrega del incentivo a los beneficiarios (directa o indirecta)/ ejecución de los instrumentos de apoyo.

En virtud de los antecedentes provistos, se presenta la cobertura del Programa. (auto-llenado)

Cobertura	2026
Sobre población potencial (población beneficiaria / población potencial)	12,28 %
Sobre población objetivo (población beneficiaria / población objetivo)	36,34 %

### 3.2 Sistematización del proceso de selección de beneficiarios

¿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 (500 caracteres)

Sí  
 Parcialmente.  
 Se distinguen dos situaciones: En las iniciativas de articulación comercial, se cuenta con Nóminas de proveedores articulados (los que han realizado ventas) construidas manualmente, y que, en la mayoría de los casos, se recopilan desde fuentes externas (consulta a los productores o a las entidades compradoras). En los instrumentos de habilitación comercial, en tanto, al mediar un proceso de postulación dirimido por INDAP, sí se cuenta con registros centralizados e informatizados.

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)

Sí

Parcialmente.

En la dimensión de habilitación comercial, el proceso de postulación y acceso a los beneficios ocurre íntegramente dentro del INDAP, por ende, sí se cuenta con registros de identificación de los postulantes. No obstante, en la dimensión de articulación comercial, no todas las iniciativas conllevan gasto; varias de éstas surgen de la coordinación con instituciones externas, por lo cual, no siempre es posible pesquisar tan universal y oportunamente a los usuarios que venden.

¿Con qué otra información de **caracterización de postulantes y beneficiarios** cuenta el Programa? (Por ejemplo: sexo, edad, Región, categoría ocupacional, nivel socioeconómico, etc.). (500 caracteres)

El Programa por sí mismo no cuenta con un registro único e informatizado de usuarios postulantes y beneficiarios. No obstante, cuenta con Nóminas propias de cada iniciativa de articulación comercial que, aunque recogen, más bien, descriptores logísticos y comerciales (que favorezcan el relacionamiento con las entidades compradoras), sí se pueden cruzar con la Base de Datos institucional de usuarios de INDAP, para obtener las variables planteadas.

¿El Programa usa o utilizará el Registro Social de Hogares para caracterizar o seleccionar a sus beneficiarios?

Sí

¿El Programa cuenta con información de beneficiarios en el Registro de Información Social RIS?

No

## 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)

Contribuir al bienestar y sostenibilidad económica de la AFCl, mediante una mayor participación de los ingresos autónomos derivados de la comercialización de productos y/o servicios vinculados a la producción silvoagropecuaria, en el ingreso familiar

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

Aumentar la inserción de los pequeños agricultores en canales comerciales formales o estables, mediante acciones de articulación a mercados con mejores oportunidades de negocio y de habilitación comercial de Proveedores y productos.

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

<b>Indicador:</b>	Porcentaje de usuarios articulados a un canal comercial formal o estable año t respecto del total de usuarios atendidos en el Programa año t
<b>Fórmula de cálculo (numerador/denominador):</b>	$(N^{\circ} \text{ de usuarios articulados a un canal comercial formal o estable año } t / N^{\circ} \text{ de usuarios atendidos en el Programa año } t) * 100$
<b>Unidad de medida:</b>	%
<b>Dimensión: (eficiencia/economía/eficacia/calidad):</b>	Eficacia
<b>Periodicidad: (anual/semestral/trimestral)</b>	Anual
<b>Sentido de la medición: (Ascendente/Descendente)</b>	Ascendente
<b>Ámbito de control: (proceso/producto/resultado intermedio/resultado final)</b>	Resultado Intermedio

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

Situación actual		Situación esperada con Programa reformulado
2024	2025	2026
71,84	73,83	75,84

Describa la metodología utilizada para obtener los valores del numerador y denominador del indicador, tanto para sus valores actuales como esperados. (1.500 caracteres)

El numerador está dado por el número de RUT's únicos que tuvieron ventas en el canal comercial respectivo en el año t. El denominador, en tanto, está dado por el número de RUT's únicos que recibieron, al menos, una acción o instrumento de apoyo a la comercialización en cualquiera de los dos componentes del Programa (Acceso a mercados o Habilitación comercial)  
En ambos casos, numerador y denominador, se considera, tanto los agricultores ingresados al Programa el año t, como los que provienen de años anteriores, dado que la habilitación comercial, en esencia, es un proceso gradual y progresivo (por costo, autorizaciones requeridas y ruta lógica) y que no, necesariamente, concluye con el inicio de las ventas.

Indique la o las fuentes de información desde donde se obtendrán los datos de las variables (numerador y denominador) que conforman el indicador de propósito y del indicador adicional, si corresponde. (500 caracteres)

Las fuentes de información serán, por una parte, los registros de usuarios con ventas propios de las distintas iniciativas de articulación comercial del Programa; y, por la otra, las bases de datos de usuarios que recibieron algún instrumento de apoyo en habilitación comercial (asesorías, servicios y/o inversiones). La fusión de ambas fuentes de información compondrá la Base de Datos de RUT's únicos atendidos por el Programa.

Respecto de las fuentes de información mencionadas anteriormente ¿El Servicio cuenta con los medios que le permitan capturar la información necesaria para el (los) indicador (s) de propósito, en forma sistemática y oportuna? En caso de respuesta afirmativa, describa brevemente esos medios (encuestas, plataformas, recolección de datos en terreno, bases de datos, etc.) (500 caracteres).  
En caso de respuesta negativa, describa las acciones concretas, planificadas o en ejecución, para contar con dichos medios a partir del próximo año (500 caracteres).

No

La recopilación de información del numerador es lenta y complicada, ya que depende de fuentes primarias externas, que debe ser colectada por 2-3 unidades dentro de INDAP, lo que dificulta su sistematización.  
El año 2025 se procurará diseñar un formato único de Base de Datos de usuarios articulados comercialmente, con información básica del Proveedor, canal comercial al que se articularon y productos vendidos, para implementarla a contar del 2026, con la expectativa, luego, de informatizarla.

Señale si los resultados de este indicador se pueden desagregar según las siguientes categorías:

Territorio

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.). (1.000 caracteres)

La información basal del año 2024 se obtuvo del Informe anual de Comercialización, elaborado por el Dpto. de Comercialización y Desarrollo Productivo. A partir de dicho indicador basal, se proyecta un incremento de dos puntos porcentuales en cada año, considerando, por un parte, que el presupuesto del Programa, prácticamente, no ha variado en los últimos dos años, más allá del reajuste; y, por la otra, a que, como se señaló anteriormente, los procesos de habilitación comercial (hasta quedar en condiciones de ofertar y vender) son lentos y progresivos y, aun así, siempre habrá una cierta proporción de negociaciones que no se traducen en compraventas por desacuerdo de precios entre agricultores y compradores.

¿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, sea que se señaló un año de término o que se marcó como programa de duración indefinida. (1.200 caracteres)

Atendiendo, por una parte, a que la brecha entre población beneficiaria actual y población objetivo todavía es amplia; y, por la otra, a que hay plataformas comerciales ventajosas creadas por el Programa, que se sostienen en la medida que un conjunto de agricultores acuda y permanezca vendiendo (lo que se traduce en una oferta más diversa y atractiva para compradores y consumidores) se plantea una duración indefinida del Programa.

Señale el año en el cual el programa logrará su plena implementación con los cambios propuestos en la reformulación e identifique hitos relevantes que permitan cuantificar resultados (intermedios y/o finales del programa)

2026

#### 4.2 Información de resultados esperados

Si corresponde, señale el **indicador adicional** que permita complementar la medición del propósito.

<b>Indicador:</b>	Porcentaje de usuarios articulados sosteniblemente a un canal formal o estable los años t y t-1 respecto del total de usuarios articulados a un canal formal o estable el año t-1.
<b>Fórmula de cálculo (numerador/denominador):</b>	$(N^{\circ} \text{ de usuarios articulados a un canal formal o estable consecutivamente años } t \text{ y } t-1 / N^{\circ} \text{ total de usuarios articulados a un canal formal o estable año } t-1) * 100$
<b>Unidad de medida:</b>	%
<b>Dimensión: (eficiencia/economía/eficacia/calidad):</b>	Eficacia
<b>Periodicidad: (anual/semestral/trimestral)</b>	Anual
<b>Sentido de la medición: (Ascendente/Descendente)</b>	Ascendente
<b>Ámbito de control: (proceso/producto/resultado intermedio/resultado final)</b>	Resultado Final

Señale el valor actual y esperado del indicador adicional.

Situación actual		Situación esperada
Año 2024	Año 2025	Año 2026
80,16	82,13	84,15

Describe la metodología utilizada para obtener los valores del numerador y denominador del indicador, tanto para sus valores actuales como esperados (1.000 caracteres)

El numerador está dado por el número de RUT's únicos que tuvieron ventas en el canal comercial respectivo los últimos dos años consecutivos; vale decir, considera únicamente a los usuarios que permanecieron vendiendo (con dos o más años insertos en el canal). El denominador, en tanto, está dado por el número total de RUT's únicos que tuvieron ventas en el respectivo canal comercial el penúltimo año; vale decir, incluye tanto a los usuarios que continuaron vendiendo de un año a otro, como también a los que no lo consiguieron.

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)

La fuente de información es el Informe del Programa de Comercialización que genera todos los años el Departamento de Comercialización y Desarrollo Productivo, que genera una primera versión a fines de diciembre y luego, una actualización, en marzo de cada año (una vez que los registros, tanto de usuarios articulados, como de usuarios atendidos, están cerrados).

Respecto de las fuentes de información mencionadas anteriormente ¿El Servicio cuenta con los medios que le permitan capturar la información necesaria para el (los) indicador (s) de propósito, en forma sistemática y oportuna? En caso de respuesta afirmativa, describa brevemente esos medios (encuestas, plataformas, recolección de datos en terreno, bases de datos, etc.) (500 caracteres).  
En caso de respuesta negativa, describa las acciones concretas, planificadas o en ejecución, para contar con dicha información a partir del próximo año (500 caracteres)

No

La recopilación de información, del numerador y denominador, es lenta y complicada, ya que depende de fuentes primarias externas, colectada por 2-3 Unidades dentro de INDAP, lo que dificulta su sistematización.  
El año 2025 se procurará diseñar un formato único de Base de Datos de usuarios articulados comercialmente, con información básica del Proveedor, canal comercial al que se articularon y productos vendidos, para implementarla a contar del 2026, con la expectativa, luego, de informatizarla.

Señale si los resultados de este indicador se pueden desagregar según las siguientes categorías:

Territorio

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.). (1.000 caracteres)

La información basal del año 2024 se obtuvo del Informe anual de Comercialización, elaborado por el Dpto. de Comercialización y Desarrollo Productivo. A partir de dicho indicador basal, se proyecta un incremento de dos puntos porcentuales en cada año, considerando, por un parte, que el presupuesto del Programa, prácticamente, no ha variado en los últimos dos años, más allá del reajuste; y, por la otra, a que, como se señaló anteriormente, los procesos de habilitación comercial (hasta quedar en condiciones de ofertar y vender) son lentos y progresivos y, aun así, siempre habrá una cierta proporción de negociaciones que no se traducen en compraventas por desacuerdo de precios entre agricultores y compradores.

## Sección 5: Estrategia y Componentes

### 5.1 Estrategia de intervención del Programa

Explique brevemente en qué consiste la **estrategia** de intervención del Programa, describiendo para cada programa, al menos los siguientes aspectos: a) la hipótesis causal de programa; b) las relaciones de causalidad que determinarían que los componentes propuestos son suficientes para lograr el propósito; c) la secuencia de participación, si corresponde, en que los/las beneficiarios/as accederán a los componentes, y cómo se asegura que al acceder a ellos se logra resolver el problema; d) 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. (5.000 caracteres)

La estrategia de intervención se situará siempre en un determinado canal comercial, rubro y zona geográfica, pues es la combinación de estas tres variables la que determinará la posibilidad real de generar cupos de provisión de productos o nuevos espacios de venta, como también los requisitos para optar y permanecer en éstos.

El Programa se enfoca, básicamente, en aquellos canales comerciales formales o estables a los que los pequeños agricultores no acceden fácil ni espontáneamente y en los que la relación directa con la industria o los consumidores no se ha dado naturalmente, los que se individualizan en el siguiente cuadro:

Canal comercial | Rubros | Magnitud de la demanda  
En predio a consumidor final | Turismo Rural | Minorista  
Mercados Locales o Municipales | Hortalizas frescas, Frutas frescas, Alimentos procesados, Miel y Huevos | Minorista  
Mercados Mayoristas | Hortalizas frescas, Frutas frescas (5-6 especies) | Mayorista  
Supermercados | Hortalizas frescas | Mayorista  
Instituciones Públicas | Hortalizas frescas, Hortalizas preelaboradas, Frutas frescas, Miel y Huevos | Mayorista  
Tiendas de Especialidad | Alimentos procesados, Miel y Artesanías | Minorista  
Ferias Temáticas (Expos) | Alimentos procesados, Artesanías y Turismo Rural | Minorista

La estrategia debe ser capaz de reconocer e internalizar la particularidad de funcionamiento de estos siete canales comerciales, por cuanto, es ahí donde reside la demanda y los esquemas de compraventa a los que los productores se deben adaptar.

En lo sustantivo, la estrategia consiste básicamente en abordar dos grandes ámbitos inherentes al desarrollo de nuevos negocios.

Por una parte, fortalecer la capacidad de relacionamiento comercial de los productores con empresas compradoras formales o polos urbanos de consumidores, lo que da origen al primer componente del Programa: Articulación a Mercados.

Por la otra, apoyar el cumplimiento progresivo de los requisitos de inclusión y permanencia en tales empresas o segmentos de consumidores, cuyo número y complejidad dependerá del rubro y del canal comercial en el que se pretenda insertarse, lo que da origen al segundo componente del Programa: Habilitación Comercial.

En términos generales, la secuencia que sigue el Programa para hacer disponibles estos componentes para los agricultores es la siguiente:

Articulación a Mercados:

Detección de oportunidades de negocio, asociadas a rubros, zonas y canales comerciales/  
Identificación de formato de articulación comercial (encadenamiento comercial o espacio físico de venta)/ articulación con instituciones compradoras o administradoras de espacios de comercialización/ caracterización de modelos o de compraventa y requisitos de acceso.

Habilitación comercial:

Convocatoria de agricultores (en función de canal comercial, rubro y zona)/ difusión de modelos o de compraventa y requisitos de acceso/ manifestación de interés por articularse a determinado canal comercial/ postulación a instrumentos específicos de habilitación comercial/ asignación y ejecución de instrumentos de habilitación comercial.

Proporcione evidencia de experiencias nacionales o internacionales exitosas que avalen la pertinencia de esta estrategia para la solución del problema principal identificado en el diagnóstico. (1.500 caracteres)

INDAP es la institución de fomento productivo que más ha profundizado y persistido en el diseño y desarrollo de modelos de encadenamiento comercial y de circuitos cortos en el sector rural, a través de alianzas público-privadas o público-públicas. Por lo tanto, la evidencia más pertinente y útil proviene de la propia Institución, las cuales se consignan en el Informe de Comercialización que emite anualmente la División de Fomento. Entre dichas iniciativas, destacan las siguientes: Programa de Alianzas Productivas, Programa de Compras Públicas, Encadenamientos con Supermercados, Convenio con Mercado Lo Valledor, Mercados Campesinos, Tiendas Mundo Rural y Ferias Temáticas (nacionales o regionales). En cada una de ellas se han diseñado y perfeccionado modelos de vinculación comercial que han resultado ventajosos para agricultores y compradores, consignando el Informe cifras de venta y evolución de las mismas en varias de estas iniciativas.

Mencione las **articulaciones** necesarias con otros programas, de la institución o de otras instituciones públicas o privadas. Indique cómo se operativizan (coordinan y controlan) dichas articulaciones y qué rol cumple cada parte involucrada. Además, señale si el Programa apalancará recursos financieros de fuentes externas (públicas o privadas). Finalmente, indique si para su implementación el Programa requiere la tramitación de un convenio de transferencia o bases de licitación. (1.500 caracteres)

la articulación se da en dos dimensiones: externa e interna:

En el frente externo, las articulaciones se establecen, por una parte, con empresas o instituciones compradores de productos (por ej, cadenas de supermercados, instituciones públicas compradoras de alimentos, empresas proveedoras de servicios de alimentación, tiendas de especialidad, agencias de viaje y tour operadores) y, por la otra, con empresas o instituciones propietarias o administradoras de espacios de comercialización (mercados mayoristas, centros comerciales, municipios, recintos feriales).

También dichas articulaciones se entablan con instituciones reguladoras de algún aspecto del ejercicio de la actividad comercial (por ejemplo, MINSAL, DAES, Chilecompra, Municipios, SERNATUR, etc.).

La forma de articulación, en ambos casos, es mediante convenios de colaboración (alianzas formales), o acuerdos de trabajo más flexibles y puntuales (mesas de coordinación), en que se identifican ámbitos de interés común y acciones a desarrollar por cada una de las partes, acordes a sus conocimientos y competencias.

En el frente interno, las articulaciones se establecen, mayoritariamente, con dos programas de INDAP: Programa de Asociatividad Económica (PAE) y Programa de Desarrollo de Inversiones (PDI).

La articulación con estos Programas se da a través de la focalización de una parte del presupuesto entre los usuarios y proveedores del Programa de comercialización, y definiendo el tipo de apoyos más pertinentes de financiar

¿El programa se complementó con otro programa de su misma institución u otra?

Si

Complementariedad 1	Nombre de la institución 1	Ministerio de Economía, Fomento y Turismo
	Nombre del programa con que se complementa 1	SERCOTEC
	Tipo de complementariedad 1	Entrega de bienes y/o servicios
	Describa cómo se operativizó la complementariedad durante el año 2025 1	El Programa de Comercialización, enfocado en productores silvoagropecuarios o actividades conexas, puede complementarse con los Centros de Negocios y el Programa de Fortalecimiento Cooperativo de SERCOTEC, los cuales entregan asesoría técnica, apoyo en gestión empresarial y fortalecimiento organizacional. Esta articulación permitiría potenciar la asociatividad, mejorar capacidades de gestión y ampliar el alcance comercial de los productores vinculados al programa.

Complementariedad 2	Nombre de la institución 2	Ministerio del Trabajo y Previsión Social de Chile
	Nombre del programa con que se complementa 2	SENCE
	Tipo de complementariedad 2	Entrega de bienes y/o servicios

	<p>Describa cómo se operativizó la complementariedad durante el año 2025 2</p>	<p>Para los productores silvoagropecuarios o actividades conexas que participan en el Programa de Comercialización, el convenio con SENCE representa una oportunidad para ampliar las temáticas de capacitación, especialmente en áreas como comercialización digital, logística, normativa sanitaria o negociación comercial. Esto permitiría fortalecer las competencias requeridas para acceder a mercados más exigentes y mejorar la sostenibilidad de las iniciativas comerciales.</p>
--	--	---

Con relación al propósito declarado del programa. ¿Este tiene como propósito u objetivo principal avanzar hacia la garantía del pleno ejercicio de la autonomía y los derechos de las mujeres y niñas, superando las desigualdades de género?

c) El programa no tiene ninguna relación o contribución a la igualdad de género (No relacionado)

Solo si en la pregunta anterior selecciona b); detalle las actividades o medidas indirectas que el programa planifica implementar (2.000 caracteres)

Solo si seleccionó a) o b) en la pregunta anterior; Seleccione el tipo de derecho al que el programa contribuye en mayor medida, ya sea a través de su propósito o de las acciones u medidas que se espera implementar (este campo es aplicable a aquellos programas que seleccionaron "Directo" o "Indirecto")

**5.2 Componentes:** *Describa brevemente el bien y/o servicio que se provee a través del componente (ej.: becas, asesorías, subsidios, capacitación, etc.), señalando características técnicas, tiempo de duración o ejecución, y montos máximos o mínimos, si corresponde. (1500 caracteres)*

<b>Componente 8</b>	
Nombre del componente, identificando claramente el bien o servicio que se entrega (200 caracteres)	Articulación a Mercados
Unidad de medida de producción (100 caracteres)	Número de agricultores que se articulan a algún tipo de canal comercial formal o estable.
Tipo de beneficio	Asesorías Técnicas
Beneficio específico	Asesoría en Fomento Productivo
Señale la causa o causas a la que este componente contribuye en mayor medida de acuerdo con las identificadas en el diagnóstico del programa (150 caracteres)	Carecen del conocimiento de los modelos de funcionamiento de los canales más estructurados de venta y escasa visibilización de su oferta

<p>Describa brevemente el componente, identificando cuál es el bien o servicio provisto al usuario final (ej.: becas, asesorías, subsidios, capacitación, etc.). (500 caracteres)</p>	<p>El bien provisto a los agricultores es soporte institucional, capacitación y asesorías técnicas, conducentes a una inserción guiada en canales comerciales formales o estables, mediante dos formatos de alianzas interinstitucionales:</p> <p>1) Alianzas con empresas compradoras de productos (ej. cadenas de supermercados, instituciones públicas, tiendas de especialidad).</p> <p>2) Alianzas con instituciones propietarias o administradoras de espacios de comercialización que tengan ya un flujo de potenciales compradores (ej. mercados mayoristas, centros comerciales, municipios y recintos feriales).</p> <p>La duración de tales alianzas y sus características técnicas no son transversales, sino específicas de cada rubro y canal comercial que aborden.</p>
<p>Describa brevemente la <b>modalidad de producción</b> del componente (ej.: fondo concursable, asignación directa, subsidio a la demanda, etc.). (500 caracteres).</p>	<p>El componente se ejecuta, bajo la figura de alianzas estratégicas que pueden ser formales (convenios de colaboración, con o sin desembolso de recursos) o informales (acuerdos de trabajo, sin desembolso de recursos). Las que sí conllevan gasto público (ej: producción de Ferias Temáticas), se ejecutan mediante contratos de prestación de servicios o contratos de arriendo.</p> <p>Los usuarios, acceden a vender en tales plataformas comerciales mediante procedimientos de postulación o asignación directa</p>
<p>El componente es ejecutado por el Servicio</p>	<p>Si</p>
<p>Señale los <b>actores relevantes</b> que participan en el proceso de provisión del componente (agentes operadores intermediarios, ONGs, consultores, municipios, etc.), identificando, si corresponde, mecanismos de rendición de cuentas. (400 caracteres)</p>	<p>Las empresas o instituciones compradoras de productos (incluidas las mandantes de compra pública) y, por la otra, las instituciones propietarias y/o administradoras de espacios de comercialización.</p> <p>En el caso de las alianzas que conllevan transferencia de recursos se rinden, según sea el caso, por contratos de prestación de servicios o, tratándose de Convenios, por la circular N°30 de la CGR.</p>

<p><b>Componente 9</b></p>	
<p>Nombre del componente, identificando claramente el bien o servicio que se entrega (200 caracteres)</p>	<p>Habilitación Comercial</p>
<p>Unidad de medida de producción (100 caracteres)</p>	<p>Número de agricultores que recibieron algún instrumento de apoyo en habilitación comercial</p>
<p>Tipo de beneficio</p>	<p>Asesorías Técnicas</p>
<p>Beneficio específico</p>	<p>Asesoría en Fomento Productivo</p>
<p>Señale la causa o causas a la que este componente contribuye en mayor medida de acuerdo con las identificadas en el diagnóstico del programa (150 caracteres)</p>	<p>pequeños agricultores tienen brechas importantes respecto de las barreras de entrada que tienen los canales formales y estables</p>
<p>Describa brevemente el componente, identificando cuál es el bien o servicio provisto al usuario final (ej.: becas, asesorías, subsidios, capacitación, etc.). (500 caracteres)</p>	<p>El bien provisto a los agricultores es, básicamente, asesorías e inversiones para cumplir requisitos de acceso y mejorar el desempeño comercial de los Proveedores. La duración y características técnicas de los apoyos depende del rubro (tipo de productos) y del canal comercial específico (de mayor o menor complejidad), estableciéndose la siguiente clasificación general:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Asesorías especializadas y acotadas: formalización jurídica (si procede), sanitaria (Resolución Sanitaria de Salas de Proceso), comercial (desarrollo de imagen de marca).</li> <li>– Asesorías especializadas más permanentes: inocuidad y calidad alimentaria, gestión comercial y logística, y marketing alimentario</li> <li>– Inversiones: principalmente, equipamiento de Tiendas Mundo Rural y puestos de Mercados Campesinos.</li> </ul>

<p>Describa brevemente la <b>modalidad de producción</b> del componente (ej.: fondo concursable, asignación directa, subsidio a la demanda, etc.). (500 caracteres).</p>	<p>El componente se provee, según el tipo de instrumento habilitador:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Asesoría Especializada: asignación directa</li> <li>– Gestor Comercial: focalizado en Empresas Asociativas Campesinas y Grupos de hecho. Asignación Directa</li> <li>– Sello Manos Campesinas: Sello diferenciador por calidad y procedencia. Postulación por ventanilla (continua)</li> <li>– Sabores del Campo: asesoría en calidad alimentaria para productos procesados. Llamado a postulación.</li> <li>– Inversiones para la comercialización: Concurso</li> </ul>
<p>El componente es ejecutado por el Servicio</p>	<p>Si</p>
<p>Señale los <b>actores relevantes</b> que participan en el proceso de provisión del componente (agentes operadores intermediarios, ONGs, consultores, municipios, etc.), identificando, si corresponde, mecanismos de rendición de cuentas. (400 caracteres)</p>	<p>Los actores relevantes de este componente son los Gestores Comerciales, los prestadores del Programa de Asesoría Especializada y los Consultores de los Programas Sello Manos Campesinas, Sabores del Campo y Turismo Rural.</p> <p>En este componente todas las acciones conllevan gasto público, por lo cual se rinden por los mecanismos que establecen cada uno de los instrumentos.</p>

**5.3 Nivel de producción:** Señale el nivel de producción de cada componente, dato que debe ser consistente con la población beneficiaria 2026 y con las estimaciones de gasto

Componentes	Unidad de medida de Producción	2026
Articulación a Mercados	Número de agricultores que se articulan a algún tipo de canal comercial formal o estable.	5.016
Habilitación Comercial	Número de agricultores que recibieron algún instrumento de apoyo en habilitación comercial	3.440

## Sección 6: Uso de Recursos

### 6.1 Estimación de gastos

Señale los gastos totales del Programa

Componentes		2026 (miles de \$)
Articulación a Mercados	Total Componente	1.183.824
Habilitación Comercial	Total Componente	552.435
Gasto administrativo (*)		0
Gasto total		1.736.259

Gasto por beneficiario

Indicador Programa	Año 2026 (miles de \$ / beneficiario)
	252,36

Señale la(las) asignación(es) presupuestaria(s) con las que financia o se financiaría el programa (en caso de ser un programa nuevo, indique la asignación donde se solicitan nuevos recursos en la Solicitud Total 2026 = petición total + instancia excepcional)

Gastos por unidad de producción de componente

Componentes	Año 2026 (miles de \$ / unidad de componente)
Articulación a Mercados	236,01
Habilitación Comercial	160,59

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

Indicador gasto	Año 2026 (Estimado)
	0,00 %

Detalle qué incluyen los gastos administrativos del Programa estimados especificando por cada subtítulo y si se establecen por glosa presupuestaria u otro tipo de normativa.  
(1000 caracteres)