

Reporte Evaluación Ex Ante de Diseño 2021

Fortalecimiento de Barrios Comerciales

SERVICIO DE COOPERACION TECNICA

Reformulado - Objetado Técnicamente

I.- ANTECEDENTES

1. Descripción

El Programa de Fortalecimiento de Barrios Comerciales es un instrumento que tiene como objetivo contribuir al aumento de la competitividad del comercio minorista y empresas de prestación de servicios de barrios comerciales. Además, se plantea fortalecer y revitalizar los barrios comerciales en las diferentes regiones del país, con el fin de apoyar la gestión comercial de las empresas y las entidades presentes en el barrio, junto con la agregación de valor de las condiciones del entorno físico y urbano en el cual se insertan los barrios. Se espera mediante financiamiento de los proyectos asociativos la construcción o fortalecimiento del capital social entre las comunidades de los empresarios y los actores del barrio, de manera de asegurar la sostenibilidad del programa en el largo plazo, en cuanto a la coordinación del desarrollo comercial y urbano.

II.- DISEÑO DEL PROGRAMA

1. Propósito

Barrios comerciales mejoran su posicionamiento en el mercado mediante la instauración de una gestión asociativa y el fortalecimiento de su propuesta de valor (combinación de bienes, servicios y otros atributos que forman la experiencia que el barrio ofrece a sus clientes).

2. Componentes

Componente	Unidad de medida de Producción	Gasto estimado 2021 (Miles de \$ (2020))	Producción estimada 2021 (Unidad)	Gasto unitario estimado 2021 (Miles de \$ (2020))
Fortalecimiento de la gestión asociativa del Barrio Comercial	Número de barrios (Agrupaciones u organizaciones de barrios)	530.000	40	13.250
Fortalecimiento de la Oferta de Valor del Barrio Comercial	Número de barrios	1.010.000	40	25.250
Gasto Administrativo		200.000		
Total		1.740.000		
Porcentaje gasto administrativo		11,5%		

3. Población

I. Descripción y cuantificación de la población potencial

2.615 Barrios comerciales.

II. Criterios de focalización para determinar población objetivo

Variable	Criterio
Organizaciones legalmente constituidas y vigentes (asociatividad)	Barrios que se encuentren en comunas donde se acredita la existencia de organizaciones constituidas y vigentes contando con un RUT en el SII o con la constitución legal y RUT en tramite.
Tamaño de las empresas	Barrios que contengan organizaciones donde sus socios son al menos 50% de micro o pequeñas empresas (con iniciación de actividades- SII).
Tamaño del barrio	Barrios que contengan un mínimo de 30 establecimientos de comercios y/o servicios.
concentración de empresas	Que el barrio se encuentre inserto en un espacio público de uso comercial o mixto, con continuidad relevante de comercios (comercio lineal)
Identidad del Barrio	Barrios que tienen una identidad reconocida como zona comercial tradicional dentro de su área de influencia, que puede ser local, comunal, provincial y/o Regional.

III. Población y cobertura

Concepto	2021	2022	2023	2024
Población Objetivo	393	393	393	393
Población Beneficiaria	40	60	60	60
Cobertura (Beneficiaria/Potencial)	1,5%	2,3%	2,3%	2,3%
Cobertura (Beneficiaria/Objetivo)	10,2%	15,3%	15,3%	15,3%

Evaluación Ex Ante de Diseño – Proceso de Formulación Presupuestaria 2021

4. Seguimiento (indicador de propósito y fórmula de cálculo)

Nombre del Indicador	Fórmula de Cálculo	2019 (Efectivo)	2020 (Estimado)	2021 (Estimado)
Cambio en el nivel de ventas de los barrios comerciales participantes en el programa.	$\left(\frac{\text{Suma de las ventas alcanzadas por las empresas del barrio durante el año (t+n)} - \text{suma de las ventas alcanzadas por las empresas del barrio durante el año (t)}}{\text{suma de las ventas alcanzadas por las empresas del barrio durante el año t}} \right) * 100$	Sin información	Sin información	Sin información
Porcentaje de barrios que han apalancado recursos económicos públicos y/o privados para realizar acciones y proyectos de fortalecimiento de la gestión asociativa y de la propuesta de valor en relación al total de barrios participantes en el Programa	$\left(\frac{\text{Número de barrios comerciales que apalancan recursos monetarios publico/privado para realizar acciones de mejora de la oferta comercial en el periodo (t+2) en relación a recursos apalancados en el año (t) al inicio del programa}}{\text{Número de barrios comerciales beneficiarios del programa en el año t}} \right) * 100$	Sin información	Sin información	Sin información

III.- EVALUACIÓN EX ANTE (OBSERVACIONES DIPRES)

Calificación final:	Objetado Técnicamente	
Pilar evaluado	Revisión	Cumple con mínimo del pilar
Comentario General	La primera sección de Diagnóstico no cumple con el estándar mínimo exigido, por lo cual ha sido calificada como Insuficiente. Dada la relación directa que tiene esta sección con las posteriores (Población; Objetivos y Seguimiento y; Estrategia y Componentes), no se continuará con el resto de la evaluación (quedando con insuficiencia todas las secciones), hasta que esta primera sección cumpla con la suficiencia requerida.	
Diagnóstico del problema	<p>Si bien se entrega mucha información en esta sección, se deduce que el problema principal es que los barrios comerciales tienen una escasa capacidad de gestión comercial, organizada y representativa, que les permita competir con otros formatos de comercio. Cabe profundizar en el problema central a abordar de modo de poder evaluar sus resultados, sin que ello impida que a través de la ejecución del programa se contribuya a resolver otros problemas asociados. De la lectura, se podría desprender que el problema central es la falta de asociatividad, lo que una vez resuelta les facilitaría el abordaje de los otros problemas (gestión comercial y representatividad).</p> <p>Considerando el problema definido, los datos entregados no apuntan directamente a ese problema, sino más bien a que se prefieren otros tipos de comercio minorista, pero no existe evidencia que eso se deba al problema señalado por el Servicio.</p> <p>Si bien se entiende un vínculo con el problema, la formulación de los efectos no están asociados al alcance descrito.</p> <p>Profundizado el problema principal, se deberían revisar también las causas, ya que la baja asociatividad como causa podría ser una redundancia del problema central (gestión comercial organizada y representativa).</p>	I
Población		I
Objetivos y seguimiento		I
Estrategia y componentes		I
Calificación diseño		OT

I: Insuficiente, S: Suficiente, RF: Recomendado Favorablemente, OT: Objetado Técnicamente.

