

REFORMULACIÓN DE PROGRAMA 2021

Ministerio MINISTERIO DE ECONOMIA, FOMENTO Y TURISMO
Servicio SERVICIO DE COOPERACION TECNICA
Programa Fortalecimiento de Barrios Comerciales
Tipo Reformulación
Estado CALIFICADO
Código PI071620150009956
Calificación Objetado Técnicamente

Sección 1: Antecedentes

Código sistema

PI071620150009956

Nombre del Programa (420 caracteres)

Fortalecimiento de Barrios Comerciales

Descripción del Programa (1.200 caracteres)

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.

Identificación presupuestaria

Clasificador principal

Partida :	07	Subtítulo :	24
Capítulo :	16	Ítem :	01
Programa :	01	Asignación :	133

Clasificador secundario

Eje de acción del Programa

Crecimiento

Ámbito de acción del Programa

Emprendimiento

Sección 2: Diagnóstico

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

Los Barrios Comerciales tradicionales son menos preferidos por consumidores que otros formatos de comercio minorista, por ejemplo, supermercados y centros comerciales; es decir, tienen un bajo posicionamiento en el mercado. Esto se debe a que las empresas de comercio minorista y servicios agrupadas en barrios comerciales presentan una escasa capacidad de gestión comercial, organizada y representativa para impulsar mejoras en la propuesta de valor del Barrio que permita competir con los otros formatos. Entendiendo propuesta de valor como la combinación única de productos y atributos de la experiencia ofrecida a clientes que diferencian la oferta en el mercado; y capacidad de gestión comercial organizada las habilidades del conjunto de empresas u organización que las representa, para administrar el barrio mediante una la coordinación público-privada.

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

El 14,6 % de las ventas se concentra en micro y pequeñas empresas (ELE,2019). Además, según la CCS de Santiago el porcentaje de empresas del comercio que declara haber disminuido sus ventas en un año aumentó de un 17% a un 41% en 2019. La preferencia de los consumidores por otros formatos comerciales se refleja un crecimiento del 1,6% en ventas de supermercados en este mismo periodo (INE,2019) . Además, los centros comerciales alcanzaron 600 millones de visitas en un año, existiendo 12 centros comerciales en construcción que aumenta la competencia (La segunda, 2012) , lo cual refleja el bajo posicionamiento de los barrios comerciales, en relación a otros formatos de comercio minorista. Por otra parte, existe un bajo nivel de trabajo asociativo, solo un 12% de los chilenos cree que se puede confiar en la mayoría de las personas (EMV, 2014), y el 11,3% y 15,3% de micro y pequeñas empresas, respectivamente, participa de alguna instancia asociativa de cooperación, mientras que en las grandes empresas alcanzan un 43%. Según la encuesta de victimización del comercio el 52,8% de los comerciantes considera que adoptar medidas conjuntas con los locatarios ayudaría a reducir la delincuencia. Su baja capacidad asociativa indica que necesitan apoyo público para su desarrollo.

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

- 1) Cámara de Comercio de Santiago(CCS),2020.
- 2) Encuesta longitudinal de empresas, ELE 2019.
- 3) Encuesta Mundial de Valores (2010-2014).
- 4) Encuesta de Victimización del Comercio, 2018.
- 5) INE 2016.

Indique si el programa responde a un mandato legal (Ley, Decreto, Reglamento) y si en dicho mandato legal se establecen beneficios obligatorios, montos mínimos o coberturas mínimas de beneficios (1000 caracteres).

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 con el problema y datos cuantitativos que avalen la relación con el mismo (500 caracteres)
Bajo nivel de confianza empresarial en el sector comercio	La Encuesta Mundial de Valores (2010-2014) muestra que solo un 12% de los chilenos cree que se puede confiar en la mayoría de las personas. Así Chile se ubica dentro del 30% de los países con menor confianza social del mundo y el más desconfiado de los países de la OCDE. El índice de confianza del comercio minorista, hoteles y restaurantes, primer semestre 2019, realizado por la Cámara Nacional de Comercio, alcanzó sólo 3,78 puntos de un total de 100, donde 0 es neutro (escala de -100 a 100)).
Baja asociatividad del sector comercio	En las grandes empresas un 43% participa en alguna instancia asociativa de cooperación, en tanto que solo el 11,3% de las micro empresas y el 15,3% de las pequeñas empresas lo hace (Encuesta longitudinal de empresas, ELE 2019). Según la encuesta de Victimización del Comercio, el 2° semestre de 2018 a nivel nacional se observa que el nivel de participación en asociaciones también es muy baja, siendo solo un 15,5% del comercio minorista
Escaso desarrollo de competencias para la gestión comercial	El 72,6% de los micro emprendedores declara nunca haber recibido una capacitación para la actividad económica que desarrolla (EME-6, 2020). Por otro lado, según ELE 2019,INE, solo un 24,5 % de las empresas que utiliza internet, realizó comercio electrónico en 2017. El 6,2% de las micro empresas y el 18,4% de las pequeñas empresas capacitó a sus trabajadores.
Inversión insuficiente para el mejoramiento de los espacios públicos.	Según la Cámara Chilena de la Construcción y en base a antecedentes del Pre Censo 2011 el 96% de las manzanas de las ciudades chilenas no posee una infraestructura básica deseables (calle, veredas en buen estado, luminarias, basureros, áreas verdes) (CCHC, 2017)
Baja diversificación de la oferta de bienes, servicios y beneficios	Del total de barrios comerciales, en el 61% existe una actividad económica que predomina en al menos el 50% de las empresas que los componen, siendo el comercio de alimentos la actividad dominante en el 33% de los barrios (Sistema Gestor de Barrios Comerciales de Sercotec, 2020)

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

Efecto	Datos cuantitativos que permitan dimensionar la relevancia del efecto.
Bajo crecimiento de las ventas del comercio minorista en comparación al del sector comercio y sus formatos.	Durante el año 2019, el sector comercio minorista vio disminuidas sus ventas en un 0,6%, periodo en el cual el sector comercio experimentó un crecimiento del 2,3% y supermercados un 1,6% (INE, 2919). Según la Cámara de Comercio de Santiago, en 2019 un 41% de empresas declara haber disminuido sus ventas en los últimos 12 meses, dejando muy atrás el 17% que reportó este comportamiento a mediados de 2018. Para estas empresas, los factores más recurrentes que afectan el crecimiento son la alta competencia en el mercado (80,8 %) y demanda limitada (70 %) (ELE, 2019).
Baja rentabilidad del sector comercio minorista	En abril de 2020, el Índice de Actividad del Comercio por Menor anotó una disminución mensual de 20,3% y una baja de 31,2% en doce meses (INE 2020). Según Encuesta de Micro Emprendimiento (EME-6), un 28,3% señala que la falta de clientes es la mayor limitante al crecimiento. Según esta misma encuesta, en promedio los empresarios realizan 18,5 horas semanales de trabajo no remunerado y alrededor del 50% de empresarios tiene rentas iguales o inferiores a \$300.000/mes.
Altos índices de victimización en centros urbanos de uso comercial	Según la encuesta de Victimización del Comercio, el 2° Sem 2018 a nivel nacional se observa que un 45,4% de los comerciantes minoristas declara haber sido víctima de algún delito o falta, de ellos un 30,8% corresponden a hurtos y el 90% de estos son recurrentes. Junto con esto, el 51,6% de los establecimientos considera que su barrio es poco o nada seguro. El 52,8% de los comerciantes, considera que adoptar medidas conjuntas con los locatarios ayudaría a reducir la delincuencia.
Aumento de tasa de desocupación de locales comerciales (aumento de tasa de vacancia)	Según estudio realizado por la consultora Real Source Servicios inmobiliarios,2015, la tasa de vacancia de locales comerciales que no se encuentran ubicados en centros comerciales(malls u outlets) se duplicó en un año de 2,1% a 4,0%. Lo anterior, sumado al crecimiento en términos de ingresos de los centros comerciales tradicionales (Parque Arauco y Mall Plaza, que aumentaron sus ingresos en un 9,5% y un 5,1% durante 2016 respecto del año anterior,respectivamente).

Sección 3: Población del Programa

3.1 Caracterización de la población

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
2.615	unidades

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

Barrios comerciales

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

POBLACIÓN POTENCIAL BARRIOS COMERCIALES: Para el cálculo de la población potencial se consideran los rubros económicos con más representación de Barrios, Comercio al por mayor y menor reparación de vehículos automotores y motocicletas, actividades de alojamiento y servicios de comida, que ascienden a 457.560 empresas (SII,2019). Por otra parte, se considera el porcentaje de empresas del giro por comunas que se encuentran aglomeradas geográficamente en relación al total de empresas por comuna (40%, datos disponibles Sercotec) y el número promedio de empresas por barrio según registros de Sercotec (n= 70). Así la población potencial del programa asciende a 2.615 barrios posibles.

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
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.	Antecedentes del Registro Civil, organizaciones funcionales de la comuna de acuerdo a la Ley 19.418, información de Servicio de Impuestos Internos sobre información tributaria de organizaciones
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).	Levantamiento de información de acuerdo al Servicio de Impuestos Internos
Tamaño del barrio	Barrios que contengan un mínimo de 30 establecimientos de comercios y/o servicios.	Consulta situación tributaria de terceros en portal WEB de SII, realizada y verificada por Sercotec. Levantamiento de información de acuerdo al SII
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)	Documentación fotográfica que de cuenta de la presencia de comercio lineal en el área en que se encuentra el barrio.
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.	Levantamiento de información en terreno y aparición del barrio en medios de comunicación y/o redes sociales, o en su caso conocida por la presencia de hitos patrimoniales

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

Número
393

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

Para la estimación de la población objetivo se calcula en base a la población potencial de barrios (n= 2.615) y el criterio de focalización de asociatividad (15% de las empresas participa de asociaciones con empresas de su barrio, ELE 5, 2018) y la estimación de barrios por comunas que nos permite llegar a una población objetivo de 393 Barrios Comerciales.

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.

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)

El Comité de Gerentes de Sercotec, realizará una evaluación de las postulaciones recibidas y admisibles, de acuerdo a atributos y potencial de desarrollo del Barrio Comercial, articulación y capacidad de gestión de la organización y la justificación y objetivos de la organización para el fortalecimiento del Barrio Comercial.
 En base a la evaluación obtenida por cada barrio, el Comité de Gerentes confeccionará un ranking de mayor a menor puntuación. Atendida la disponibilidad presupuestaria y/o de cupos disponibles, determinará los barrios seleccionados como beneficiarios. En dicha evaluación se considerará los recursos asignados en función del tamaño y/o grado de desarrollo de barrio, respetando los montos máximos establecidos.
 A fin de garantizar representatividad regional, el Comité de Gerentes seleccionará al menos un barrio por región, considerando el que haya obtenido la mejor puntuación de los barrios postulados y evaluados de la respectiva región, según el ranking.

(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 cumple los criterios de priorización y que el programa atenderá en los próximos 4 años

2021	2022	2023	2024
40	60	60	60

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

El egreso de un barrio comercial es después que cumpla con la ejecución de las distintas etapas consideradas del programa y cumplir con las exigencias técnicas establecidas al inicio de la ejecución. Debe cumplir con las etapas de activación comercial y de revitalización comercial.

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

3,00 AÑOS

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

No

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)

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

	2021
Sobre población potencial (población beneficiaria / población potencial)	1,53 %
Sobre población objetivo (población beneficiaria / población objetivo)	10,18 %

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)

Si, el Servicio cuenta con una Plataforma y sistema de soporte de información, denominado Sistema Gestor de Barrios. En cuanto a reportabilidad dispone del sistema denominado Microstrategy donde se puede elaborar resúmenes estadísticos del programa. Glosa presupuestaria; GLOSA 7.

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 Plataforma de clientes que permite el registro de los postulantes para que puedan acceder a los diferentes servicios que tiene la institución. Datos generales; Rut, nombre, apellido, fecha de nacimiento. Datos de contacto como región, provincia, comuna, localidad. Registros de empresa tales como; rut, giro, rubro, entre otros registros.

¿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 cuenta con información de los polígonos de los barrios participantes, región, comuna, características de los grupos asociativos locales (GAL), etc.

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 aumento de la competitividad de los barrios comerciales.

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

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)

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

Indicador:	Cambio en el nivel de ventas de los barrios comerciales participantes en el programa.
Fórmula de cálculo (numerador/denominador):	$((\text{Suma de las ventas alcanzadas por las empresas del barrio durante el año (t+n)} - \text{suma de las ventas alcanzadas por las empresas del barrio durante el año (t)}) / \text{suma de las ventas alcanzadas por las empresas del barrio durante el año t}) * 100$
Unidad de medida:	%

Señale el valor actual y esperado (proyectado con el efecto de la reformulación) del indicador.

Situación actual		Situación esperada con Programa reformulado
2019	2020	2021
0,00	0,00	0,00

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

Desde las carpetas tributarias de los empresarios(as) pertenecientes al barrio comercial se obtendrán las ventas anuales declaradas en el Formulario 22 de los años (t) y (t+n). Una vez calculadas las diferencias de las ventas anuales entre ambos años para cada empresario(a), se identificarán aquellos barrios que aumentaron sus ventas anuales. A partir de esto, se calculará el porcentaje de Barrios que obtienen aumentos en sus ventas con respecto al total de Barrios beneficiarios del programa.

¿El Programa tiene año de término?

Sí, el Programa tiene proyectado un año de término

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

2027

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)

El Programa tiene un horizonte de atención de aproximadamente tres años, con una cobertura promedio de 60 barrios, estimando atender a la población objetivo de 368 barrios comerciales en 5 versiones del mismo, dependiendo de los resultados obtenidos, cumplimiento de indicadores y atendiendo al problema principal identificado.
El programa tendrá un margen definido de 7 años. Según la proyección de la población atendida por año, en un escenario de cobertura constante, se estima que para el año 2027 se podría llegar a la cobertura del 100% de la población objetivo.

(Sólo si marcó que el Programa tiene fecha de término indefinida). Señale el año en el cual el Programa planea lograr su **plena implementación (estará en régimen) y, por lo tanto, podrá cuantificar resultados relevantes y ser sometido a una evaluación de continuidad**

0

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

Indicador:	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
Fórmula de cálculo (numerador/denominador):	$((\text{Número de barrios comerciales que apalancan recursos monetarios publico/privado para realizar acciones de mejora de la oferta comercial en el periodo (t+2) en relación a recursos apalancados en el año (t) al inicio del programa} / \text{Número de barrios comerciales beneficiarios del programa en el año t})) * 100$
Unidad de medida:	%

Señale el valor actual y esperado (proyectado con el efecto de la reformulación) del indicador.

Situación actual		Situación esperada
Año 2019	Año 2020	Año 2021
0,00	0,00	0,00

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

El Programa apunta a fortalecer y revitalizar los barrios comerciales en las diferentes regiones del País, financia proyectos asociativos orientados a generar y/o consolidar una estrategia común en torno a barrios comerciales, que potencie sus atributos comerciales e identitarios, permitiendo así su diferenciación de otros comercios competidores. La experiencia internacional en programas y proyectos de este tipo señalan un periodo de consolidación de al menos 5 años, y los barrios presentan disminución de delitos, aumento de frecuencias de visitantes, mejoras en el entorno del barrio y un aumento de la identidad de Barrio. Se entenderá por apalancamiento de recursos todos los aportes externos a la inversión que Sercotec realice en el barrio, se consideran el aporte obligatorio de la organización del barrio el cual es pecuniario y valorizado y los aportes de terceros públicos y/o privados, que pueden ser pecuniario y/o valorizado, que se materializan a través de convenios o similares con el barrio a través de Sercotec o directamente con la organización del barrio.

4.2 Información de resultados esperados

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)

Se cuenta con un sistema de información y reportabilidad que permite medir periódicamente el indicador de propósito definido. El sistema informático tiene considerado registrar la información de cada barrio y de los empresarios participantes, la información de aportes de recursos de terceros (públicos o privados) que apalanque el programa, la información es levantada de los barrios participantes del programa, desde el Plan de Acción Comercial y Urbana y de las bases de datos de Sercotec.

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).

Si

En caso de respuesta negativa, describa las acciones concretas, planificadas o en ejecución, para contar con dichos medios a partir del próximo año (500)

Sección 5: Estrategia y Componentes

5.1 Estrategia de intervención del Programa

Explique en qué consiste la **estrategia** de intervención del Programa, describiendo brevemente las relaciones de causalidad que determinarían que los componentes propuestos son suficientes para lograr el propósito. Se debe describir además la secencialidad de la intervención, señalando en orden cronológico las acciones que realiza el programa para entregar sus bienes y/o servicios a la población beneficiaria, detallando pasos y actores relevantes del proceso. (1.500 caracteres)

A la luz de la experiencia internacional, existen aspectos y áreas vinculadas sistémicamente donde se concentran las principales brechas y oportunidades de mejora de los barrios para posibilitar su crecimiento armónico e integral, respondiendo a ello el programa aborda 5 ámbitos o ejes de desarrollo; fortalecimiento de la asociatividad, mejoras de la oferta comercial, identidad, imagen y comunicación, mejoras del pequeño negocio, puesta en valor de la imagen urbana e identidad del barrio comercial y entorno seguridad y medio ambiente. Estos ámbitos se plasman en el Modelo de desarrollo de barrios comerciales de Sercotec, el cual es coherente con las actividades que financia en calidad de subsidio al barrio y al plan de trabajo en terreno que contiene la metodología y una serie de actividades e hitos que son facilitados por profesionales denominados gestores de barrio. A su vez, el programa se divide en el tiempo en dos etapas; la primera etapa de Activación Comercial (1 año), a través del plan de trabajo y actividades financiadas se busca el fortalecimiento de la organización representativa del barrio, la realización de acciones conjuntas dirigidas a la activación comercial, la definición de una estrategia de desarrollo y un plan de acciones de mejora consensuadas para el barrio comercial, la articulación de los actores locales, entre otras. Segunda etapa de Revitalización Comercial: (1 a 2 años), cuyo objetivo es consolidar el modelo de gestión asociativa a nivel Barrio Comercial, iniciado en la Primera Etapa. En esta etapa se da un rol más activo de la organización de empresarios en la implementación de actividades y proyectos en el barrio comercial, buscando dejar instalada una metodología de trabajo asentada en procesos participativos de planificación, ejecución de iniciativas, junto con la puesta en marcha de servicios comunes para el barrio comercial sustentados en la corresponsabilidad y cooperación público-privada. Para el ingreso de barrio al Programa, se implementa una convocatoria concursable, considerando una cobertura nacional y regional, asignando un n° de cupos por región, de acuerdo a disponibilidad presupuestaria. La selección de los barrios, es realizada por el Comité de Gerentes de Sercotec, a través de una pauta de evaluación, que considera el cumplimiento de requisitos y asigna una valoración a determinados criterios, generando un ranking que determina los barrios con mayor puntaje y seleccionados según cupo, los cuales ingresan a la primera etapa del programa. Sercotec asigna un presupuesto marco a cada barrio, el cual se determina y asigna anualmente de acuerdo a las bases de convocatoria y exige un cofinanciamiento obligatorio en efectivo de la organización del barrio, el cual incrementa con la ejecución del programa en el tiempo.

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 consiste en un ajuste del propósito que permitirá responder de mejor forma al problema definido y por consiguiente un ajuste en los componentes, lo que permitirá alcanzar de manera más eficaz el propósito definido. De esta forma, se avanza en la materialización de un segundo componente que incluye las prestaciones que originalmente se entregaban en los componentes "Fortalecimiento de la oferta comercial" e "Implementación de equipamiento urbano y entorno". Este ajuste concilia de manera más fidedigna con la gestión y ejecución del programa y se alinea de manera más consistente con su propósito.

Señale las **razones que justifican la reformulación** del Programa. (Ej.: evaluaciones anteriores, necesidades de coordinación con otros programas, nuevas orientaciones de política, etc.). (2.000 caracteres)

En virtud de evaluaciones intermedias del programa, análisis de resultados de la primera implementación del mismo, y por nuevas orientaciones institucionales el Programa se está adaptando a nuevas necesidades de los Barrios, respondiendo en mejor forma para la solución del problema principal identificado por atender en su versión inicial. La adaptación del programa permitirá dar respuesta más efectiva a los requerimientos actuales de los barrios comerciales.

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)

Existe la posibilidad de articular recursos con entidades de nivel regional como FNDR, Programa de Mejoramiento Urbano (Subdere) o presupuestos sectoriales de Ministerios como el de Vivienda y Urbanismo, Interior por intermedio de la Subsecretaría de Prevención del Delito, Subsecretaría de Turismo. El programa exige participación y coordinación con los municipios respectivos. En general Sercotec, asume un rol de secretaria técnica y ejecutor de los proyectos y las instituciones relacionadas un rol de coordinación y seguimiento conjunto con Sercotec de los proyectos financiados y monitoreo de los recursos en ejecución. A través de estas articulaciones se podrá aumentar el fondo del subsidio entregado por Sercotec o bien aumentar la cobertura de los barrios beneficiados.

5.2 Componentes

Componente 1	
Nombre del componente, identificando claramente el bien o servicio que se entrega (200 caracteres)	Fortalecimiento de la gestión asociativa del Barrio Comercial
Unidad de medida de producción (100 caracteres)	Número de barrios (Agrupaciones u organizaciones de barrios.)
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. (500 caracteres)	Apunta al fortalecimiento de una organización jurídica representativa de los intereses del barrio, de acuerdo al Modelo de Desarrollo de Barrios Comerciales y un plan de trabajo que contiene la metodología de trabajo, a través de una serie de fases, actividades e hitos, los cuales son facilitados en terreno mediante profesionales que disponen los Agentes Operadores de Sercotec, denominados gestores de barrio. Quienes impulsan y facilitan el cumplimiento del modelo de desarrollo y plan de trabajo de Sercotec
Describa brevemente la modalidad de producción del componente (ej.: fondo concursable, asignación directa, subsidio a la demanda, etc.). (500 caracteres).	Esta asistencia y plan de trabajo para la gestión asociativa la recibirán todos los barrios que ingresen en el marco de la convocatoria nacional regulada por bases de concurso, los cuales establecen requisitos y criterios de evaluación, sobre los cuales se seleccionarán a los barrios beneficiarios que accederán a un financiamiento, sujeto a rendición. Los recursos son ejecutados a través de un Agente Operador de Sercotec.
Señale los actores relevantes 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)	Los agentes operadores estarán a cargo de ejecutar el plan de trabajo y metodología del programa, disponiendo profesionales en terreno para ello, de acuerdo a un plan de trabajo tipo entregado por Sercotec. El agente firmará un contrato con la organización representante o el mandatario/a de las agrupaciones beneficiarias del barrio, donde indica los recursos que recibirá en subsidio y la asistencia técnica a través de un plan de trabajo para fortalecer la gestión asociativa del barrio.

Componente 2	
Nombre del componente, identificando claramente el bien o servicio que se entrega (200 caracteres)	Fortalecimiento de la Oferta de Valor del Barrio Comercial
Unidad de medida de producción (100 caracteres)	Número de barrios
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. (500 caracteres)	Mediante este componente se entrega un financiamiento marco a la organización por un periodo de tres años, mediante la celebración de contratos anuales que establecen el monto de subsidio que corresponda, de acuerdo a las bases de convocatoria y a disponibilidad presupuestaria, previa evaluación de cumplimiento de hitos anuales. Mediante este subsidio se financian actividades indicadas en el instructivo de actividades financiables del programa, el cual tiene directa relación con el modelo de desarrollo de barrios comerciales. Las actividades financiables se clasifican en los 5 ámbitos del programa, las cuales entre otras se encuentran las siguientes; capacitaciones, talleres/charlas, asistencias técnicas orientadas a la formación de habilidades blandas, comunicativas, trabajo en equipo, resolución de conflicto, formación de líderes y planificación, consultorías, estudios, asistencias técnicas y pasantías dirigidas a diseñar e instalar servicios para los asociados de la organización (asesorías legales, contables, negociación conjunta de servicios), eventos para dar a conocer la identidad del barrio; generación y difusión de una marca del barrio; implementación de mejoras al entorno del barrio (fachadas, señaléticas, murales) y asesorías técnicas en gestión de residuos.
Describa brevemente la modalidad de producción del componente (ej.: fondo concursable, asignación directa, subsidio a la demanda, etc.). (500 caracteres).	La modalidad corresponde a una convocatoria nacional regulada por bases de concurso, los cuales establecen requisitos y criterios de evaluación, sobre los cuales se seleccionarán a los barrios beneficiarios que accederán a un financiamiento, sujeto a rendición. Los recursos son ejecutados a través de un Agente Operador de Sercotec.
Señale los actores relevantes 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)	Los agentes operadores estarán a cargo de ejecutar los recursos de los proyectos beneficiarios. El agente firmará un contrato con la organización representante o el mandatario/a de las agrupaciones beneficiarias del barrio. La ejecución de las compras y contrataciones asociadas al proyecto se realizará a través de compra asistida, modalidad de reembolso u otras que establezca el procedimiento de rendiciones de Sercotec

5.3 Nivel de producción

Componentes	Unidad de medida de Producción	2021
Fortalecimiento de la gestión asociativa del Barrio Comercial	Número de barrios (Agrupaciones u organizaciones de barrios.)	40
Fortalecimiento de la Oferta de Valor del Barrio Comercial	Número de barrios	40

Sección 6: Uso de Recursos

6.1 Estimación de gastos

Señale los gastos estimados del Programa, separando por componentes y gasto administrativo.

Componentes		2021 (miles de \$)
Fortalecimiento de la gestión asociativa del Barrio Comercial	Total Componente	530.000
Fortalecimiento de la Oferta de Valor del Barrio Comercial	Total Componente	1.010.000
Gasto administrativo (*)		200.000
Gasto total		1.740.000

(*) Corresponde al gasto no asociado directamente a la provisión de los componentes. Por ejemplo: gasto en servicios de apoyo (soporte informático, personal, adquisiciones, etc.), remuneraciones del equipo directivo, etc.

Gasto promedio por beneficiario (auto-llenado)

Indicador Programa	Año 2021 (miles de \$ / beneficiario)
	43.500,00

Gastos promedio por unidad de producción de componente (auto-llenado)

Componentes	Año 2021 (miles de \$ / unidad de componente)
Fortalecimiento de la gestión asociativa del Barrio Comercial	13.250,00
Fortalecimiento de la Oferta de Valor del Barrio Comercial	25.250,00

Porcentaje de gastos administrativos (auto-llenado)

Indicador gasto	Año 2021 (Estimado)
	11,49 %