

PROGRAMA EN REFORMULACIÓN 2024

Ministerio	MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES
Servicio	DIRECCIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES
Programa	Promoción de Exportaciones
Tipo	Reformulación
Estado	CALIFICADO
Código	PI060220130001332
Calificación	Recomendado Favorablemente

Sección 1: Antecedentes

Código sistema

PI060220130001332

Nombre del Programa (420 caracteres)

Promoción de Exportaciones

Descripción del Programa (1.200 caracteres)

Este programa, forma parte del conjunto de programas e iniciativas que aborda los problemas de posicionamiento económico-comercial de Chile en el exterior, teniendo como objetivo que las empresas beneficiarias del programa que no exportan comiencen a exportar y las empresas que ya exportan se mantengan en esa condición y/o diversifiquen sus productos/servicios o mercados de destino. Para ello, el programa pone a disposición acciones para la introducción, penetración y consolidación de mercados, tales como la participación en ferias internacionales, fondos concursables para proyectos, entre otros. Además,, realiza capacitaciones para el desarrollo de capacidades exportadoras y entrega información de comercio exterior para ayudar a las empresas a enfrentar los mercados en los que quiere internacionalizarse.
--

Unidad responsable de la formulación del Programa.	Servicio:	Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales
	Unidad responsable de la formulación del Programa:	Dirección de Promoción de Exportaciones - PROCHILE
	Nombre responsable de la formulación del Programa:	IGNACIO FERNÁNDEZ RUIZ
	Cargo:	Director de Promoción de Exportaciones
	Teléfono del contacto:	+56 2 3322 0000
	Email de contacto:	ifernandez@prochile.gob.cl

Información contraparte operativa de la formulación del Programa	Nombre:	Paulina Espinoza
	Cargo:	Jefa Subdepartamento de Planificación y Seguimiento de Resultados
	Teléfono del contacto:	+56 2 3322 0000
	Email de contacto:	pespinoza@prochile.gob.cl

Información contraparte
DIPRES

Eje de acción del Programa	Crecimiento
Ámbito de acción del Programa	Fomento productivo
Asociar el programa con los objetivos institucionales (A1).	<p data-bbox="516 289 651 319">Descripción</p> <p data-bbox="516 331 1523 449">Impulsar el proceso de internacionalización de las empresas representativas de todas las regiones, incorporando la perspectiva de género en las herramientas institucionales que van en apoyo a estas empresas, con especial énfasis en las MiPymex de Servicios, Industrias 4.0, Economía Creativa y Agro & Alimentos.</p> <p data-bbox="516 462 1471 548">Impulsar la diversificación de la oferta exportable y los mercados de destino a través de herramientas de promoción que potencien el comercio exterior inclusivo, incorporando la perspectiva de género en su análisis, diseño e implementación.</p> <p data-bbox="516 560 1526 646">Contribuir al desarrollo sostenible e inclusivo de Chile, a través del apoyo en el proceso de internacionalización de empresas lideradas por mujeres, que pertenezcan a pueblos originarios, empresas que cuenten con gestión sostenible o sean empresas innovadoras.</p>
Año de inicio de ejecución del diseño.	
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.prochile.gob.cl/

Sección 2: Diagnóstico

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

En Chile, el número de empresas que exportan bienes y servicios es bajo en relación al total de empresas nacionales que podrían participar del proceso exportador. Adicionalmente, se observa intermitencia en los años que exportan, y otras dejan de exportar. Por otro lado, si bien se ha avanzado en materia de diversificación, gracias a los Tratados de Libre Comercio, continúa existiendo un alto grado de concentración de las exportaciones en pocas empresas y pocos mercados.

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

En promedio, entre 2019 y 2021, solo el 0,47% de las empresas en Chile realizaron exportaciones. Por otro lado, entre 2012 y 2022 la cantidad de empresas exportadoras se ha mantenido estable, prácticamente sin variación (+0,49 %), pero con una alta tasa de intermitencia. En 2021, el 29% de las empresas que exportaron ese año, dejaron de hacerlo al año siguiente. Si retrocedemos a 2016 esa cifra sube al 37,4%. En materia de diversificación tenemos concentración de exportaciones en empresas y mercados: en 2022, el 36,6% de las empresas exportadoras eran grandes y representan el 97,5% de las exportaciones en términos de valor. Por otro lado, las PYME representaron el 42,2% de las empresas exportadoras, pero solo el 3,7% en términos de valor exportado. En términos de mercados, las exportaciones a China y EEUU concentraron el 46% de los montos exportados en 2022; y el 49,1% de las empresas, exportó a 1 sólo destino.

* Datos excluyen cobre, mercancías especiales y Región 20. Incluyen Bienes no cobre y Servicios.

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

Elaboración propia de la Institución (Subdepartamento de Inteligencia de Mercado) con cifras del Servicio Nacional de Aduanas y el Servicio de Impuestos Internos.

A la información de Aduana y del SII se accede a través de convenios de colaboración:

1. Aduanas nos entrega la información mediante un ETL semanal a nivel de exportador (RUT y Razón social) y estratificado descriptivamente a razón de productos desde macrosector hasta producto (código arancelario a 8 dígitos)

2. La información del SII se accede a través de:

- Web service de consulta libre cada vez que se requiere
- Batch, con traspaso de información anual.

El tipo de información que entrega SII es la siguiente:

- Información del Contribuyente
- Fecha Inicio de Actividades
- Término de Giro (Estado, Glosa, Fecha)
- Actividad Económica (Actividad Económica, Descripción Cod. De Actividad, Fecha de Inicio de Actividad)
- Direcciones del Contribuyente
- Datos de Empresas (RUT, Tramo, N° de trabajadores, Indicador EIRL)

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. (1.000 caracteres)

Las principales leyes y regulaciones que rigen los programas de ProChile son:

1. Ley N° 21.080: Modifica diversos cuerpos legales para modernizar el Ministerio de Relaciones Exteriores, incluyendo la Dirección General de Promoción de Exportaciones.
2. Convenio Agrícola: Establece un acuerdo entre el Ministerio de Agricultura y ProChile para promover el aumento y diversificación de las exportaciones silvoagropecuarias chilenas.
3. Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR): Regulado por el Decreto con Fuerza de Ley N° 1/19.175 del Ministerio del Interior, que define el FNDR como un programa de inversiones públicas destinado al desarrollo regional y compensación territorial.
4. Fondo de Innovación para la Competitividad Regional (FIC): Forma parte del FNDR y tiene como objetivo fortalecer los sistemas de innovación y aumentar la competitividad de los territorios.

¿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)

ProChile es la agencia gubernamental encargada de promover las exportaciones. Cuenta con experiencia y conocimientos en comercio internacional, reglamentos técnicos y normas de exportación, lo que le permite brindar asesoramiento y capacitación a las empresas para cumplir con los requisitos técnicos de los mercados internacionales. Además, ProChile puede identificar oportunidades de mercado y promover la diversificación de los productos y sectores exportadores. A través de apoyo y programas de internacionalización, facilita el acceso a información, contactos comerciales y cofinanciamiento para las empresas, especialmente las PYME. Esto fomenta la participación de un mayor número de empresas en el proceso exportador. Paralelamente, coordina y articula esfuerzos entre las empresas, las autoridades y otros actores relevantes. A través de su trabajo conjunto con autoridades sanitarias y organismos encargados de los reglamentos técnicos ayuda a agilizar los procesos y superar obstáculos que dificultan las exportaciones. Además, ProChile promueve activamente la diversificación de la matriz exportadora chilena, incentivando a las empresas a explorar nuevos mercados, sectores y productos. Esto reduce la dependencia excesiva en las exportaciones de cobre y fomenta la exportación de bienes y servicios con mayor valor agregado, impulsando el crecimiento económico y la resiliencia frente a fluctuaciones en los precios de los commodities.

En resumen, la participación de ProChile en la solución de este problema se justifica por su capacidad para brindar asesoramiento, promover la internacionalización, coordinar esfuerzos y fomentar la diversificación de las exportaciones. Su intervención contribuirá a superar barreras técnicas, aumentar el número de empresas exportadoras y diversificar los productos y sectores exportadores en Chile.

Seleccione los ODS con los que se vincula el programa actualmente. OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA AGENDA 2030 (ODS):

1 Fin de la pobreza: No

2 Hambre cero: No

3 Salud y bienestar: No

4 Educación de calidad: No

5 Igualdad de género: Sí

6 Agua limpia y saneamiento: No

7 Energía asequible y no contaminante: No

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).

8 Trabajo decente y crecimiento económico: Sí
9 Industria, innovación e infraestructura: No
10 Reducción de las desigualdades: No
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

Causa	Vínculo con el problema y datos cuantitativos que avalen la relación con el mismo (500 caracteres)
La oferta de información relacionada a comercio internacional es escasa, no existe o no está suficientemente difundida o su acceso es de alto costo.	Un 11,5% de las microempresas señala que no exporta porque no conoce los procesos para exportar (ELE-5). La falta de acceso a información, de comprensión de los procesos logísticos, de idiomas y aspectos culturales, limita la operación de las empresas, provoca errores costosos, pérdida de oportunidades, problemas de gestión, dificulta la comunicación, negociación, la adaptación de productos/servicios y el posicionamiento de la oferta. https://11nq.com/4rTgg p 1
Los reglamentos técnicos y las leyes comerciales de cada país son complejos y varían según cada país	Las regulaciones técnicas en países industrializados afectan negativamente la propensión de las empresas a exportar en países en desarrollo. En particular, los procedimientos de pruebas y los largos procedimientos de inspección reducen las exportaciones en un 9% y un 3%, respectivamente. (Chen, M., Otsuki, T., & Wilson, J. (2006). Do Standards Matter for Export Success?. World Bank: Private Sector Development (Topic). https://doi.org/10.1596/1813-9450-3809 .)
La elaboración de estrategias de exportación o planes de negocios para penetrar mercados requiere de profesionales especializados y/o con experiencia	La falta de personal cualificado en exportaciones es el aspecto negativo más importante que afecta la decisión de exportar [...] aumentando la probabilidad de no exportar en 2,58 puntos para las empresas que ya exportan y en 3,6 puntos para las no exportadoras (nivel de significancia del 5%) Pinho, (2010). Exporting barriers: Insights from Portuguese small- and medium-sized exporters and non-exporters. https://doi.org/10.1007/S10843-010-0046-X . p. 263

<p>Acceder a redes, potenciales compradores y/o contactos internacionales es más efectivo cuando las gestiones se realizan cara a cara en el destino</p>	<p>La venta a través de intermediarios representa, en promedio, el 63,4 % de los ingresos de las firmas que acuden a ellos para exportar, mientras que, en aquellas que lo hacen de forma directa las ventas fuera del país representan el 51,5 %, es decir, el porcentaje del total de ventas asociado a exportación es mayor cuando dichas empresas utilizan un intermediario. (ELE-5). Por lo tanto, el acceso a redes mejora las condiciones de exportación.</p> <p>https://11nq.com/4rTgg p 1</p>
<p>Las restricciones financieras impiden desarrollar estrategias de posicionamiento efectivas debido a los altos costos y duración de las campañas</p>	<p>La falta de recursos financieros es uno de los principales factores que inhiben las exportaciones para las viñas. [...] disminuyendo la probabilidad de exportar en 3,61 puntos para los que ya exportan y de 5,25 para los que no exportan (nivel de significancia del 5%)</p> <p>Bianchi, C., & Wickramasekera, R. (2013). https://doi.org/10.1080/08974438.2013.724004 . p. 94</p>
<p>Mercados internacionales altamente competitivos</p>	<p>Las empresas exportadoras chilenas deben competir en calidad y servicios con la oferta internacional, procurando cumplir con los estándares de cada mercado e ir introduciendo mejoras y valor agregado para no perder su competitividad, de lo contrario pueden perder sus clientes y dejar de exportar.</p>

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.
Se pierde la oportunidad de transferencia tecnológica al adaptar la oferta a las exigencias de los mercados internacionales	<p>Se aprende a través del proceso de exportación (learning-by-exports)- Este aprendizaje tiene 2 efectos: (1) aumenta la probabilidad adoptar tecnología y (2) aumenta las importaciones directas de tecnológicas. Esta última está altamente correlacionada ($b = 0.183$, $p < 0.001$), con la decisión de exportar.</p> <p>Wang, K. (2019). https://doi.org/10.1108/EJM-10-2017-0683. p 21</p>
Pérdida de empleos mejor remunerados y mejores condiciones laborales	<p>Al relacionarse con mercados de altos ingresos, las empresas se ven incentivadas a mejorar las condiciones laborales de sus empleados por dos motivos: la obligación de mejorar sus propios estándares de producción y al crecimiento natural de la empresa lo que la lleva a mejorar sus condiciones laborales.</p> <p>El estudio de Tanaka (2017) utilizando una regresión OLS, para demostrar que el coeficiente estimado para la puntuación general de las condiciones laborales es positivo (0.217) y significativo al 1%</p> <p>Tanaka, M. (2017). Exporting Sweatshops? Evidence from Myanmar. Review of Economics and Statistics. https://doi.org/10.1162/rest_a_00827 p. 14</p>
Empresas pierden la oportunidad de acceder a mejores precios de venta y/o incrementar el volumen de venta.	<p>Los resultados muestran que la liberalización del comercio conduce a un aumento en los precios en los países exportadores y un aumento del volumen de venta también.</p> <p>Gómez-Plana, A., & *, S. (2004). https://doi.org/10.1080/0003684042000266838.</p> <p>Exportar a múltiples mercados aumenta el crecimiento de la productividad de la empresa en un 42.3%, más alto que exportar solo a un mercado de exportación a la vez.</p> <p>Esaku, S. (2019). https://doi.org/10.1080/15228916.2019.1695190. p. 3</p>

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)

Empresas chilenas exportadoras o con potencial exportador que pertenecen a los sectores de industrias, economía creativa, servicios, agroalimentos y productos del mar no exportan, lo hacen en forma intermitentemente o no diversifican mercado.

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
471.585	empresas

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. (500 caracteres)

La población potencial fue estimada a partir de la línea de tendencia que presentan las empresas que pertenecen a los sectores de industrias, economía creativa, servicios, agroalimentos y productos del mar, a nivel nacional y de todos los tamaños entre los años 2005 y 2021, según los datos del SII.

Los datos del SII, en 2021 indican la existencia de 1.393.949 empresas en Chile, de las cuales 452.961 pertenecían a los sectores antes mencionados.

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

Empresas chilenas pertenecientes a los sectores: industrias, economía creativa, servicios, agroalimentos y productos del mar, que tengan inicio de actividades vigente ante el SII, que sean empresas exportadoras o con potencial exportador, y que presenten dificultades para enfrentar, por sí solas y de manera exitosa, las condiciones comerciales o de demanda en mercados internacionales.

Adicionalmente, estas empresas deben tener interés en trabajar con ProChile, y por lo tanto, internacionalizar su oferta, venciendo para ello las dificultades que conlleva adaptarla a las condiciones de demanda de mercados internacionales, como asimismo superar la falta de conocimiento técnico del proceso exportador y de internacionalización.

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

Número
14.019

De acuerdo con la naturaleza del programa, señale si aplican criterios de focalización para identificar a la población objetivo, en caso de que no apliquen, **justifique:**

Sí

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
Sector productivo	Empresas pertenecientes a los sectores: industrias, economía creativa, servicios, agroalimentos y productos del mar.	1) Declaración por parte de la empresa. 2) Ratificación del sector por parte del ejecutivo que atiende a la empresa. 3) Información proporcionada por el SII.
Perfil de atención	Empresas que manifiesten interés de trabajar con ProChile	Registro de actividad en el Sistema de Registro de Actividades (SRA) Sistema registra interacciones con empresas interesadas en recibir apoyo del programa (en promedio 3.500 empresas/año)
Situación exportadora	1. Empresas que registren exportaciones 2. Empresas que no exportan con potencialidad exportadora	1.Registro de Exportaciones de Aduanas (6.300 empresas prom/año) 2.Test de autodiagnóstico Exportador (26,6% de empresas no exportadoras tiene potencial) 3. Entrevista con ejecutivo regional
Iniciación de Actividades	Empresa cuenta con Iniciación de Actividades vigente ante el SII, es decir no tenga término de giro.	Registro del Servicio de Impuestos Internos.
Dificultad para exportar	Empresa presenta dificultades de gestión comercial, financiera y de información para afrontar los desafíos internacionales	Entrevista con ejecutivo + Pauta de evaluación; con identificación oferta exportable, ventajas comparativas, perfil cliente, certificaciones, canales comercialización, mercados de interés.

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

La población objetivo fue estimada en base datos SII empresas, sectores atendidos, con inicio actividades vigente, exportadoras o con potencial exportador (Aduana y estimación datos históricos, Test autodiagnóstico (26,6%)). Estas empresas deben tener interés en superar dificultades para adaptarse a condiciones de demanda en mercados internacionales (80,3% piensa no tener oferta exportable, ELE5, 2019), y recibir apoyo del programa (3.500 empresas promedio, SRA-ProChile).

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 programa usará el orden de llegada como criterio de priorización para la atención de los beneficiarios. Todas aquellas empresas que cumplan con los criterios de focalización serán atendidas por el Servicio, en función de las capacidades de éste. Para 2024 se espera atender 3.631 empresas. Lo anterior considerando la incorporación de recursos humanos y financieros adicionales solicitados.

(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

2024	2025	2026	2027
3631	3787	3828	3861

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

Permanencia en el programa máximo de 5 años.
El beneficiario podrá recibir el tratamiento por un máximo de 5 años, considerando 3 años de preparación para la exportación y 2 años para la mantención de calidad exportadora y/o diversificación de mercado.

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

5,00 AÑOS

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

Si

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

El Programa consta de una serie de componentes al que las empresas pueden ir accediendo en atención a su status o preparación para enfrentar el proceso de exportación. Por ende, aquellas empresas con menos preparación pueden acceder a acciones incorporadas en cada uno de los componentes, pasando de forma consecutiva o paralela por: Generación y Difusión de Información de Comercio Exterior; Capacitación para el desarrollo de capacidades exportadoras; y Acciones de promoción para la introducción, penetración y consolidación de mercados, logrando de ese modo recibir un apoyo integral con el objeto de desarrollar un plan de internacionalización sostenible en el tiempo, y no sólo realizar acciones aisladas.

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

El proceso cuenta con tres instrumentos de selección: Convocatorias, Test de Autodiagnóstico Exportador y Entrevista con Ejecutivo Regional. Las convocatorias son anuncios abiertos para empresas interesadas en servicios de capacitación y promoción comercial. El Test de Autodiagnóstico Exportador evalúa el potencial exportador de empresas no exportadoras. La Entrevista con Ejecutivo Regional es una evaluación informal de la capacidad de exportación y calidad del potencial exportador.

Señale qué documentación debe presentar el postulante para acceder a ser beneficiado por el programa. (1.000 caracteres)

1. Formulario de postulación online, íntegramente completado
2. RUT o E-RUT de la empresa (persona jurídica), o cédula de identidad si es persona natural.
3. Carta de compromiso firmada.
4. Para empresas con inicio de actividades desde el año 2022 en adelante, las ventas se acreditarán mediante la Declaración Simple de Ventas y Tamaño.
5. Otros documentos específicos dependiendo de las temáticas de la convocatoria (por ejemplo: empresas lideradas por mujeres, etc.)

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

El proceso para acceder al programa de ProChile y recibir los beneficios es el siguiente:

1. Las empresas interesadas deben registrarse en el sitio web de ProChile.
2. Deben completar la Ficha de Caracterización de Empresas.
3. Si la empresa no es exportadora, debe realizar el Autodiagnóstico Exportador. Luego, la empresa se entrevista con un ejecutivo regional de ProChile, preferentemente contactado por correo electrónico, en un plazo máximo de 3 días hábiles desde que completó el Autodiagnóstico. Durante esta entrevista se evalúa la capacidad de la empresa para iniciar un trabajo de asesoría en su internacionalización.

A partir del Autodiagnóstico y la entrevista, se evalúa la viabilidad de iniciar un trabajo de asesoría para diseñar, ajustar o implementar acciones de apoyo a la internacionalización de la empresa. Se consideran los intereses y capacidades de la empresa, ofreciendo orientación sobre mercados, así como los servicios y herramientas disponibles en ProChile y la posibilidad de derivación a las oficinas comerciales en el exterior.

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

	2024
Sobre población potencial (población beneficiaria / población potencial)	0,77 %
Sobre población objetivo (población beneficiaria / población objetivo)	25,90 %

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

El Servicio cuenta con sistemas internos de gestión sobre las empresas con las que trabaja y los servicios prestados (SRA y CRM)
El Servicio no tiene glosa con obligación de reportar resultados.

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

El servicio cuenta con un sistema de postulación y seguimiento de postulación y proyectos. Toda la información contenida en las postulaciones es incorporada al sistema de administración de gestión con los diferentes clientes, usuarios y proyectos.

¿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)

Región, tamaño, N° empleados, inicio de actividades, sector productivo, datos de exportación.

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

No

¿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 a maximizar los ingresos del país para su desarrollo económico, aumentando el valor y la cantidad de venta efectiva de bienes, servicios y la internacionalización de las empresas.

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

Las empresas beneficiarias del programa que no exportan comienzan a exportar y las empresas que ya exportan se mantienen exportando y/o diversifican mercado de destino.

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:	Porcentaje de empresas atendidas por el Programa que se mantienen exportando o comienzan a exportar o diversifican mercado
Fórmula de cálculo (numerador/denominador):	$(\text{Número de empresas atendidas por el Programa en t-2, que mantienen o comienzan a exportar o diversifican mercado en t} / \text{Número de empresas atendidas por el Programa en t-2}) * 100$
Unidad de medida:	%
Dimensión: (eficiencia/economía/eficacia/calidad):	Eficacia
Periodicidad: (anual/semestral/trimestral)	Anual
Sentido de la medición: (Ascendente/Descendente)	Ascendente
Ámbito de control: (proceso/producto/resultado intermedio/resultado final)	Resultado Intermedio

Señale el valor actual y esperado (proyectado y corregido por el efecto de la reformulación) del indicador anterior

Situación actual		Situación esperada con Programa reformulado
2022	2023	2024
47,73	49,00	50,00

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

La situación actual fue calculada a partir de los datos en los sistemas de información con los que cuenta la institución, en los que se registran los beneficiarios al momento de la entrega del servicio o actividad y, por otro, en la información de las exportaciones proveniente del Servicio Nacional de Aduanas (SNA).

El valor del numerador indica el número de empresas atendidas por el programa en t-2, que mantienen exportando o comienzan a exportar o diversifican mercado en t, según registros del SNA.

El valor del denominador proviene del número de empresas atendidas por el programa en t-2. Se entiende por:

- a. Beneficiario: empresa que recibe servicios del programa y se registran en el Sistema de Registro de Actividades de ProChile o el sistema que se encuentre operando para estos fines.
- b. Los datos de empresas que comienzan a exportar, se mantienen exportando o diversifican mercado, se verificarán con registros del SNA.
- c. año t: considera ene-dic t.

Los valores del indicador son los siguientes:

Año 2022:

Indicador: 47,73
Numerador: 1128
Denominador: 2363

Año 2023:

Indicador: 49,00
Numerador: 1644
Denominador: 3355

Año 2024:

Indicador: 50,00
Numerador: 1862
Denominador: 3724

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)

(1) Sistemas internos de gestión, (2) Servicio Nacional de Aduanas, (3) Servicio de Impuestos Internos.

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).

Sí

1. Sistema Internos de Gestión: alimentado por la Institución
2. Sistema de Registro de Actividades: registro de las actividades. Datos: Registro de servicios recibidos (para identificar beneficiarios por año).
3. Convenio con Aduanas a través de un ETL semanal. Dato: monto exportado (para inicio y mantención de exportaciones) y mercado de destino (para ver diversificación).
4. Convenio con SII a través de (1) Web service y (2) Batch. Datos: iniciación de actividades

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

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 situación proyectada para los años 2023 y 2024 se calculó a partir de la línea tendencial del comportamiento histórico de las empresas beneficiarias de ProChile y comportamiento exportador, así como de los resultados esperados de los servicios prestados y los recursos disponibles.

¿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)

Razón de hecho:

Es necesario seguir atacando el problema de manera indefinida debido a la aparición constante de nuevas empresas con los mismos desafíos, las cambiantes condiciones externas que requieren adaptación constante y las limitaciones en la capacidad de gestión que necesitan ser superadas para lograr una exportación exitosa.

Razones de derecho:

ProChile es entidad encargada de promover y desarrollar las exportaciones chilenas según diversas leyes que establecen su base legal y estructura organizativa y sin fecha de caducidad. (1) Decreto con Fuerza de Ley N° 740 del Ministerio de Economía y Reconstrucción en 1974 dio origen a la primera institución de fomento y promoción de exportaciones no tradicionales, sentando los cimientos de ProChile. (2) el Decreto con Fuerza de Ley N° 53 de 1979 estableció la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales del Ministerio de Relaciones Exteriores, y ProChile se integró como parte de esta organización mayor. (3) Ley N° 21.080 de 2018 transformó la Dirección de Promoción de Exportaciones en la Dirección General de Promoción de Exportaciones, otorgando mayor autonomía a ProChile y ampliando sus funciones.

(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**

2026

4.2 Información de resultados esperados

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

Señale el valor actual y esperado del indicador adicional.

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

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)

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)

Si

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

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)

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. (3.000 caracteres)

La estrategia del programa consiste en poner a disposición de las empresas exportadoras y con potencial exportador de los sectores industrias, servicios, economía creativa, agroalimentos y productos del mar, herramientas que las apoyarán a iniciar su proceso de internacionalización, mantención y diversificación de mercados, así como a superar las dificultades que enfrenten en este proceso. La provisión de los servicios se realiza a través de los diferentes componentes del programa, los cuales no actúan en forma secuencial. Se pueden utilizar algunos o todos, dependiendo de las necesidades de cada empresa, sus brechas, las condiciones del mercado y del subsector.

Las empresas acceden a estas herramientas por voluntad propia o por asesoría de los ejecutivos regionales.

De acuerdo con la etapa de desarrollo de cada empresa, se entrega información y capacitación ad-hoc para reforzar las competencias y habilidades de gestión que permita a las empresas conquistar nuevos mercados, a través de distintas herramientas de formación. La internacionalización de los productos o servicios puede ser exitosa si las empresas están bien informadas y con el aprendizaje adecuado.

Para aquellas empresas que ya están preparadas, el programa ofrece acciones de promoción que permiten visibilizar la oferta exportable en los distintos mercados, tales como: fondos concursables, organización de Misiones Comerciales, Ruedas de Negocios, Ferias Internacionales, entre otros.

Además, las empresas pueden acceder a diferentes tipos de información de carácter comercial, arancelarias, fitosanitarias, tendencias, estudios de mercados, oportunidades de negocios, entre otros, que les de orientación respecto de los mercados a los cuales desean exportar.

Con los conocimientos e información adecuada, junto a la oportunidad de reunirse con potenciales compradores, las empresas beneficiarias del programa tienen mejores posibilidades de iniciar su proceso de internacionalización, fortalecer su permanencia en los mercados actuales o llegar a nuevos compradores en mercados diferentes.

Respecto al cofinanciamiento, este se da principalmente en los instrumentos de Concurso.

Existen concursos para sector agro, industrias creativas y servicios. Las empresas o asociaciones pueden postular proyectos y optar a co-financiamiento público de entre un 50 y 65%.

Para el sector agro, los topes son los siguiente: modalidad individual: \$10MM, modalidad asociativa: \$20MM, modalidad sectorial: \$200MM

Para sector Servicios e Industrias Creativas, los topes son: modalidad individual: \$10MM, modalidad asociativa: \$18MM, modalidad sectorial: \$25MM.

Las rendiciones de cuentas se hacen mes a mes a medida que se van realizando las actividades del proyecto y son supervisadas por los ejecutivos regionales y la sección de Supervisión de Proyectos Sectoriales del Departamento de Desarrollo Estratégico de ProChile.

(Sí corresponde) 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)

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)

1. agregó criterio de focalización "Dificultad para exportar" para apuntar a las empresas que sufren de las causas del problema detectado.
2. Se cambió efectos, pq los anteriores eran una repetición del problema y no señalaban los efectos sobre la población afectada.
3. Se cambió unidad de medida de todos los componentes pq los anteriores daban cuenta de la cobertura y no de la producción
4. Se cambió la definición del FIN porque el anterior era una repetición del Propósito.
5. Se incorporó el criterio de egreso pq el programa no contaba con uno.

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)

La razón de la reformulación es producto de la recomendación del proceso de MONITOREO Y SEGUIMIENTO OFERTA PÚBLICA 2022, llevado a cabo por DIPRES

Mencione las **articulaciones** necesarias con otros programas (de la institución o de otras instituciones públicas o privadas), si corresponde. Indique cómo se operativizan (coordinan y controlan) dichas articulaciones y qué rol cumple cada institución y Programa. Además, señale si el Programa apalancará recursos financieros de fuentes externas (públicas o privadas) (1.500 caracteres)

El Programa mantiene una articulación permanente con el Programa Internacionalización de Pyme. Por otra parte, la implementación del Programa requiere un trabajo coordinado y permanente con el sector privado a través de Asociaciones Gremiales como también de empresas individuales interesadas en los bienes y servicios que entrega el programa. Esta coordinación se realiza en el marco de los Consejos Regionales Exportadores, Consejo Desarrollo Exportador, reuniones/mesas sectoriales, entre otras instancias.

Identifique los programas de la Oferta Pública de programas vigentes con los que se complementa el programa en diseño (Oferta Pública global de todos los Ministerios y/o Organizaciones). (1.500 caracteres)

El Programa se complementa con otros programas vigentes.

1. El Programa de Fomento del Libro de la Subsecretaría de las Culturas y las Artes colabora con ProChile en la ejecución de ferias del libro, aportando estrategia y recursos.
2. El Fondo de Promoción de Exportaciones Silvoagropecuarias de la Subsecretaría de Agricultura trabaja en conjunto con ProChile para apoyar a asociaciones gremiales y empresas individuales en la gestión del proceso exportador.
3. El programa Go Global de la Corporación de Fomento de la Producción se enfoca en la internacionalización de empresas de base tecnológica, brindando diferentes herramientas que permiten a las empresas ampliar su alcance y escalar en nuevos mercados internacionales.
4. Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR): a través de recursos de los Gobiernos Regionales se complementa la estrategia de internacionalización de las empresas exportadoras y con potencial exportador. Esto permite dar un mayor impulso a la oferta exportable regional, a través de la realización de diversos tipos de actividades de capacitación (talleres, seminarios, mentorías, entre otros), así como misiones comerciales, visitas a ferias y ruedas de negocios para potenciar la internacionalización de estas empresas, especialmente pymes.

De acuerdo con el proceso de implementación, ¿el programa incorporó enfoque y/o perspectiva de género?

Sí

Tipo de medidas que incorporaron el enfoque de género	Poblaciones	Implementación de acciones en la estrategia de intervención	Indicadores	Describa las medidas incorporadas
Afirmativas Promovieron la visibilización de las brechas e inequidades sociales que afectan a las mujeres y/o diversidades sexo genérico y/o disidencias sexuales. Para ver ejemplos, revisar instructivo.	Sí	No	No	
Transformadoras Acciones guiadas por intereses estratégicos que promovieron cambios en la posición de género desfavorable para mujeres, diversidades sexo genéricas y disidencias sexuales. Para ver ejemplos, revisar instructivo.	Sí	Sí	Sí	A través del Programa Mujer Exporta se facilita a las empresas exportadoras lideradas por mujeres el acceso a información estratégica, capacitación y apoyo en sus procesos de internacionalización. De ese modo se contribuye a aumentar la presencia y permanencia en los mercados internacionales de empresas lideradas por mujeres chilenas. Está orientado a todo tipo de empresas, pero en especial a las empresas MIPYMES. Además se monitorean los siguientes indicadores de forma mensual: (1) % de aumento de Empresas Lideradas por Mujeres que Trabajan con ProChile (2) % de aumento de Empresas Lideradas por Mujeres que Exportan y que trabajan con ProChile.

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)*

Componente 1	
Nombre del componente, identificando claramente el bien o servicio que se entrega (200 caracteres)	Generación y difusión de información de comercio exterior
Unidad de medida de producción (100 caracteres)	Informes de comercio exterior
Tipo de beneficio	Asesorías Técnicas
Beneficio específico	Asesorías Técnicas
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)	Este componente pone a disposición de las empresas informes y reportes de comercio exterior que abordan materias de medidas arancelarias, reglamentos técnicos, análisis, desarrollo y difusión de estadísticas, tendencias, oportunidades y alertas de mercados, incluyendo información sobre acceso a los mercados internacionales y barreras arancelarias y paraarancelarias (certificaciones, normativas y reglamentos), con el objeto de que las empresas puedan tomar las medidas correspondientes que les permitan el acceso y/o permanencia en los mercados internacionales. Lo anterior, se logra a través del desarrollo de acciones enfocadas al monitoreo, recolección, selección, organización y procesamiento del conocimiento de los mercados internacionales.

<p>Describa brevemente la modalidad de producción del componente (ej.: fondo concursable, asignación directa, subsidio a la demanda, etc.). (500 caracteres).</p>	<p>Información recolectada a través de la Red de Oficinas Comerciales, bases de datos y fuentes de información especializadas. Las empresas acceden a los productos a través de (1) sección especializada dentro de la página web institucional (Centro Digital del Conocimiento), (2) correos electrónicos enviados por ejecutivos regionales. El n° de empresas que acceden a los productos se contabilizan a través de (1) n° de descargas del sitio web y (2) registros en Sistema de Registro de Actividades.</p>
<p>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)</p>	<p>1. Red de Oficinas Comerciales 2. Instituciones gubernamentales como Servicio Nacional de Aduanas y Servicio de Impuestos Internos, a través de convenios de colaboración. 3. Suscripción a BBDD de empresa S&P Global, sobre temas de exportaciones a nivel mundial.</p>

Componente 2	
<p>Nombre del componente, identificando claramente el bien o servicio que se entrega (200 caracteres)</p>	<p>Capacitación para el desarrollo de capacidades exportadoras</p>
<p>Unidad de medida de producción (100 caracteres)</p>	<p>Acciones de capacitación</p>
<p>Tipo de beneficio</p>	<p>Capacitaciones / Cursos / Charlas</p>
<p>Beneficio específico</p>	<p>Charlas y Talleres</p>
<p>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)</p>	<p>Las Acciones de Capacitación incluyen: talleres, seminarios y mentorías en materias especializadas, dividido en 3 niveles:</p> <p>a. talleres de nivelación, para empresas no exportadoras y con potencial exportador; b. nivel intermedio: para empresas no exportadoras con potencial exportador y claridad estratégica o empresas exportadoras intermitentes; c. nivel avanzado: empresas exportadoras continuas.</p> <p>Dependiendo del tipo de capacitación, la duración promedio varía entre 2 y 4 horas.</p> <p>El aprendizaje se evalúa a través de (1) elaboración y presentación de proyecto (por ej: diseño o mejora de plan de negocios) ante un comité y evaluado o (2) pruebas de conocimientos.</p>
<p>Describa brevemente la modalidad de producción del componente (ej.: fondo concursable, asignación directa, subsidio a la demanda, etc.). (500 caracteres).</p>	<p>Se ofrecen talleres, seminarios y mentorías en materias especializadas, dividido en 3 niveles:</p> <p>a. talleres de nivelación, para empresas no exportadoras y con potencial exportador; b. nivel intermedio: para empresas no exportadoras con potencial exportador y claridad estratégica o empresas exportadoras intermitentes; c. nivel avanzado: empresas exportadoras continuas.</p> <p>El objetivo apoyar a las empresas en el desarrollo y/o fortalecimiento de sus capacidades de gestión exportadora.</p>

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)	Para capacitaciones, se contratan expertos externos dependiendo de la materia a tratar.
---	---

Componente 3	
Nombre del componente, identificando claramente el bien o servicio que se entrega (200 caracteres)	Acciones de promoción para la introducción, penetración y consolidación de mercados
Unidad de medida de producción (100 caracteres)	Acciones de promoción
Tipo de beneficio	Financiamiento de Proyectos
Beneficio específico	Otros Proyectos
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)	Acciones destinadas a (1) conocer in situ las oportunidades de mercado, canales de comercialización, tendencias de consumo, o (2) diseñar estrategias para penetrar uno o más mercados internacionales. Para lo anterior, se pone a disposición de las empresas y asociaciones gremiales un conjunto de acciones tales como: Ferias Internacionales, Ruedas de Negocios, Misiones Comerciales, Agendas de Negocios y Concursos (sectoriales, empresariales y de Marcas Sectoriales), Actividades de Alto Impacto (Encuentros Empresariales, Chile Week, entre otros)
Describa brevemente la modalidad de producción del componente (ej.: fondo concursable, asignación directa, subsidio a la demanda, etc.). (500 caracteres).	Se accede a los productos a través de: (1) Convocatorias públicas o (2) Provisión Directa según demanda.
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)	Red de Oficinas Regionales y Comerciales en el exterior

5.3 Nivel de producción: Señale el nivel de producción de cada componente, dato que debe ser consistente con la población beneficiaria 2023 y con las estimaciones de gasto

Componentes	Unidad de medida de Producción	2024
Generación y difusión de información de comercio exterior	Informes de comercio exterior	155
Capacitación para el desarrollo de capacidades exportadoras	Acciones de capacitación	25
Acciones de promoción para la introducción, penetración y consolidación de mercados	Acciones de promoción	275

Sección 6: Uso de Recursos

6.1 Estimación de gastos

Señale los gastos totales del Programa

Componentes		2024 (miles de \$)
Generación y difusión de información de comercio exterior	Total Componente	757.142
Capacitación para el desarrollo de capacidades exportadoras	Total Componente	167.821
Acciones de promoción para la introducción, penetración y consolidación de mercados	Total Componente	2.522.971
Gasto administrativo (*)		1.768.662
Gasto total		5.216.596

Gasto por beneficiario

Indicador Programa	Año 2024 (miles de \$ / beneficiario)
	1.436,68

Gastos por unidad de producción de componente

Componentes	Año 2024 (miles de \$ / unidad de componente)
Generación y difusión de información de comercio exterior	4.884,79
Capacitación para el desarrollo de capacidades exportadoras	6.712,84
Acciones de promoción para la introducción, penetración y consolidación de mercados	9.174,44

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

Indicador gasto	Año 2024 (Estimado)
	33,90 %

<p>Detalle qué incluyen los gastos administrativos del Programa estimados. (1000 caracteres)</p>	<p>SUBT 21 -personal de planta, personal a contrata, otras remuneraciones y otros gastos en personal</p> <p>SUBT 22 - alimentos y bebidas, textiles, vestuarios y calzado, combustible y lubricantes, materiales de uso o consumo, servicios básicos, mantenimiento y reparaciones, publicidad y difusión, servicios generales, arriendos, servicios financieros y de seguros, servicios, otros gastos en BS y Ss de consumo</p> <p>SUBT 29 - equipos informáticos y programas informáticos</p>
--	---