



GOBIERNO DE CHILE  
MINISTERIO DE HACIENDA  
DIRECCIÓN DE PRESUPUESTOS

**EVALUACIÓN DE IMPACTO  
PROGRAMA PROMOCIÓN DE  
EXPORTACIONES**

**DIRECCIÓN DE RELACIONES  
ECONÓMICAS  
(DIRECON - PROCHILE)**

**MINISTERIO DE RELACIONES  
EXTERIORES**

JUNIO 2003

**INFORME FINAL DE EVALUACIÓN**

**PROGRAMA PROMOCIÓN DE  
EXPORTACIONES  
(PROCHILE)**

DEPTO. DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN  
UNIVERSIDAD ALBERTO HURTADO

*Programa de Posgrado ILADES-Georgetown University  
Departamento de Economía y Administración  
Universidad Alberto Hurtado*

*Estudio*

*Evaluación de Impacto del Fondo de Promoción de  
Exportaciones  
Informe Final*



*Investigadora Principal: Bernardita Escobar  
Co-Investigadores: Cristián Aedo, Marcelo Henríquez*

*Diciembre de 2002*

## **TABLA DE CONTENIDOS**

<b>1 INTRODUCCIÓN. ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DEL ESTUDIO.....</b>	<b>1</b>
<b>2 EL FONDO DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES (FPE).....</b>	<b>2</b>
2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS .....	2
2.1.1 JUSTIFICACIÓN HISTÓRICA DEL FPE .....	3
2.1.2 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA DEL FPE .....	5
2.2 OBJETIVOS DEL PROGRAMA .....	7
2.3 REFORMULACIONES DEL PROGRAMA.....	8
2.3.1 LA ASIGNACIÓN DE RECURSOS .....	8
2.3.2 ESTRUCTURA ACTUAL DEL FPE.....	10
2.3.2.1 Componente concursable.....	10
2.3.2.2 Componente no concursables .....	13
<b>3 UTILIZACIÓN DEL FPE (NIVEL DE PRODUCCIÓN DE LOS COMPONENTES).....</b>	<b>14</b>
3.1 ASPECTOS METODOLÓGICOS ASOCIADOS A LAS BASES DE DATOS .....	14
3.1.1 RESPECTO DE BENEFICIARIOS .....	15
3.1.2 RESPECTO DE PROYECTOS DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES.....	17
3.1.3 RESPECTO DE ASPECTOS FINANCIEROS DEL FPE.....	17
3.2 NÚMERO DE PROYECTOS DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES .....	18
<b>4 ANÁLISIS A NIVEL DE BENEFICIARIOS .....</b>	<b>20</b>
4.1 BENEFICIARIOS POTENCIALES.....	20
4.1.1 CUANTIFICACIÓN Y LOCALIZACIÓN DEL UNIVERSO .....	20
4.1.2 CARACTERIZACIÓN DEL UNIVERSO DE BENEFICIARIOS POTENCIALES .....	23
4.1.2.1 Experiencia exportadora .....	23
4.1.2.2 Volumen de exportaciones .....	25
4.2 BENEFICIARIOS OBJETIVOS .....	26
4.3 CARACTERIZACIÓN DE BENEFICIARIOS EFECTIVOS.....	26
4.3.1 BENEFICIARIOS EFECTIVOS EXPORTADORES .....	30
<b>5 EVALUACIÓN.....</b>	<b>34</b>
5.1 RESULTADOS A NIVEL DE PRODUCTO Y EFICACIA DEL FPE .....	34
5.1.1 COBERTURA DEL PROGRAMA .....	34
5.1.1.1 A nivel de beneficiarios totales.....	34
5.1.1.2 A nivel de Beneficiarios Exportadores .....	35
5.1.2 EFICACIA.....	40
5.1.1 SATISFACCIÓN DE LOS BENEFICIARIOS EFECTIVOS.....	41
5.1.1.1 Resultados a extraídos de la encuesta (etapa cuantitativa) .....	41

5.1.1.2	Resultados extraídos de entrevistas focalizadas (etapa cualitativa)	44
<b>5.2</b>	<b>RESULTADOS INTERMEDIOS Y FINALES</b>	<b>46</b>
5.2.1	ASPECTOS METODOLÓGICOS	46
5.2.1.1	Relativos a información primaria	46
5.2.1.2	Relativos a estimaciones econométricas	50
5.2.1.3	Información Utilizada	56
5.2.2	RESULTADOS INTERMEDIOS	61
5.2.2.1	Estimaciones econométricas	72
5.2.2.2	Conclusiones de la sección	76
5.2.3	RESULTADOS FINALES	76
5.2.3.1	En base a información secundaria	77
5.2.3.2	A partir de información primaria (encuesta)	83
5.2.3.3	Conclusiones de la sección	85
<b>5.3</b>	<b>USO DE RECURSOS</b>	<b>87</b>
5.3.1	ASPECTOS FINANCIEROS Y DE COSTOS DE PROYECTOS	87
5.3.2	ANÁLISIS DE ECONOMÍA	88
5.3.3	ANÁLISIS DE EFICIENCIA. COSTOS MEDIOS DE LOS PROYECTOS DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES DEL FPE	89
5.3.4	DESEMPEÑO GLOBAL DEL PROGRAMA	94
5.3.4.1	La presencia de externalidades	94
5.3.4.2	Escenarios posibles	96
<b>6</b>	<b>CONCLUSIONES</b>	<b>97</b>
<b>7</b>	<b>JUSTIFICACIÓN DE CONTINUIDAD DEL PROGRAMA</b>	<b>104</b>
<b>8</b>	<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>105</b>
8.1	RESPECTO DE METODOLOGÍAS DE EVALUACIÓN DEL PROGRAMA	105
8.2	RELATIVAS A LA INFORMACIÓN	106
<b>9</b>	<b>REFERENCIAS</b>	<b>106</b>
<b>10</b>	<b>ANEXOS</b>	<b>109</b>
10.1	CUADROS	109
10.2	ANÁLISIS DE IMPACTO INCLUYENDO SÓLO A BENEFICIARIOS EXPORTADORES	168
10.2.1	RESULTADOS DE ESTIMACION NO PARAMÉTRICAS	170
10.2.1.1	Comparación Sin Tratamiento Múltiple	170
10.2.1.2	Comparación con Tratamiento Múltiple	173
10.2.1.3	Principales Conclusiones	177
10.3	ANEXO ANÁLISIS DE MADUREZ	179

## RESUMEN EJECUTIVO

El estudio evalúa el impacto del Fondo de Promoción de Exportaciones (FPE) en términos de variables intermedias y finales, junto con analizar y describir la utilización del fondo durante el periodo comprendido entre 1996 y 2001.

### **Descripción del programa**

El FPE financia actividades de promoción de exportaciones, con el fin de estimular no sólo una diversificación de la oferta exportable nacional, sino también como un medio para elevar el valor agregado de los bienes o servicios producidos en Chile. El objetivo último del FPE es contribuir al desarrollo de la competitividad de la economía Chilena a través del impulso de las exportaciones no tradicionales. Para estimular el incremento de las exportaciones no tradicionales, el FPE persigue los objetivos específicos de incentivar el aumento de la base exportadora, promover el desarrollo exportador de las regiones y ampliar las oportunidades de exportación para pequeños y microempresarios.

El FPE tiene un componente concursable con tres líneas de acción: prospección, penetración y permanencia, y otro no concursable que contiene líneas de acción institucionales como el apoyo al desarrollo exportador, búsqueda y desarrollo de mercados, sistema de formación e información y apoyo al posicionamiento de Chile en el exterior.

Para obtener antecedentes respecto del FPE, se contó con acceso a algunas bases de datos de beneficiarios de Prochile para 1999-2001 y se levantó información de documentos archivados en bodegas para el período 1996-1999. Asimismo, para efectos de evaluar el impacto del FPE, se utilizó información de exportaciones para la década de 1990-2001 (de Aduanas y Banco Central), se realizaron entrevistas focalizadas y se levantó una encuesta a empresas beneficiarias y no beneficiarias.

### **Resultados a nivel de productos**

El FPE ha apoyado 1544 proyectos de promoción de exportaciones durante el período 1996-2001, entre 162 (1997) y 312 (2001) proyectos anuales, presentando un crecimiento promedio de 11% anual. La mayoría de los proyectos son cofinanciados con el sector privado (68%) y la línea de acción más frecuentemente utilizada corresponde a la prospección (30% del total) seguida de penetración (24%). Los proyectos institucionales abarcan el 38% del total. La Región Metropolitana (RM) concentra la mayor proporción de los proyectos (36% durante el período 1996-2001) aunque una gran proporción no son identificables regionalmente por falta de información.

El sector exportador cuenta con un universo de 21775 empresas que han exportado desde 1991. De ellas, por lo menos 17421 corresponden a beneficiarios potenciales, es decir, empresas que podrían ser sujetas de recibir beneficios del FPE.<sup>1</sup> Éstas, mayoritariamente: i) exportan bienes industriales (basados y no basados en recursos naturales), ii) se localizan en la RM, iii) tienen relativamente menor experiencia exportadora respecto de sectores no industriales, (empresas exportadoras de recursos naturales) y iv) la mayoría (60% aprox.) exporta menos de USD 50 mil anuales, concentrando apenas un 0,5% de las exportaciones de un año. El 96% de las exportaciones son enviadas por aprox. 16% de las empresas activas de un año (y 9% del total del universo). Los beneficiarios objetivos del FPE son PYMEs exportadoras y de regiones.

Los beneficiarios efectivos entre 1996 y 2001 fueron 2531 empresas. El número de empresas anuales fluctuó aproximadamente entre 500 y 990. El número de beneficiarios promedio por proyecto cayó desde 1996 desde 4,5 a 2,4. Entre un 33% y un 50% del total de beneficiarios de un año realiza exportaciones ese año. Estos representan entre un 4% y un 6% del total de exportadores de un año. Hasta un 17% de los exportadores de un año, ha recibido con anterioridad (hasta 1990) beneficios del FPE. Los beneficiarios exportadores que exportan entre USD 100 mil y 1 millón anual corresponden al segmento de beneficiarios más numeroso (entre 27% (1999) y 31% (1996, 1997, 2000) de los beneficiarios de un año), seguido por aquellos que exportan entre USD 1 y 10 millones anuales (entre 23% (2001) y 28% (1996) de los exportadores de un año). Sectorialmente, se concentran en sectores industriales basados y no basados en recursos naturales. Por otra parte, los beneficiarios exportadores tienen mayor experiencia exportadora respecto del total de exportadores (7,2 años promedios de los beneficiarios en 2001 v/s 4,9 años promedio de los beneficiarios potenciales ese año).

El FPE benefició crecientemente empresas de la RM hasta 1998 (de 51% del total en 1996 alcanzó 55% en el 1998), pero este porcentaje cayó significativamente a partir de 1999 alcanzando sólo al 40% de los beneficiarios en el 2001, dando paso a mayor número de beneficiarios de las regiones 5ª y 8ª. Respecto de las empresas beneficiarias exportadoras, el FPE benefició a una proporción mayor de empresas exportadoras de la RM que el total nacional (entre 76% (1996) y 71% (2001) del total de beneficiarios exportadores respecto de 65% (1996) y 67% (2001) del total de exportadores). No obstante, se ha reducido la brecha entre estos porcentajes durante el período, lo que en suma refleja una mejora en la focalización del FPE en empresas de regiones. Respecto de volumen de exportaciones, los beneficiarios del FPE de un año, concentran hasta un 30% (1999) de las exportaciones de ese año. Este porcentaje se ha reducido durante el período de 29% en 1996 a 19% en el 2001. Por otra parte, el porcentaje de beneficiarios exportadores que exportan hasta USD 10 mil al año ha crecido de 9% en 1996 a

---

<sup>1</sup> Esta cifra se obtiene excluyendo a los exportadores agropecuarios. El universo de beneficiarios potenciales debería incluir a todas las empresas susceptibles de convertirse en exportadores, sin embargo ese dato se desconoce.

13% en el 2001, y los exportadores entre USD 10 mil y 50 mil al año ha crecido de 14% a 17% en similar período. Asimismo, aquellos que exportan entre USD 1 y 10 millones se ha contraído de 28% a 23% durante esos años. En suma esto refleja mayor concentración del FPE en PYMEs exportadoras.

Los beneficiarios del FPE tienen una buena satisfacción con su experiencia con el FPE (respecto de nivel de financiamiento; difusión, accesibilidad, claridad, simplicidad y atinencia de requisitos de postulación; apoyo de personal de Prochile; flexibilidad y prontitud de Prochile en tramitar postulaciones), tanto antes como después de la instauración del concurso debido a que obtienen evaluaciones superiores al valor medio (en escala de 1 a 5 donde 3 es el valor medio correspondiente a regular). Tanto a nivel general como a nivel particular de cada una de las dimensiones los beneficiarios empeoran su evaluación del FPE a partir de la instauración del concurso. En efecto, la evaluación general del programa recibe una puntuación de 3,82 en el período 1996-1999 y 3,47 en el período 2000-2001. En particular, los beneficiarios productores de servicios perciben que el sistema del concurso no los acomoda como el sistema anterior. Por su parte, las empresas no beneficiarias tienen una peor evaluación que los beneficiarios y sólo en la dimensión de claridad de los requisitos de postulación del FPE, la evaluación es marginalmente superior al valor medio; en todas las otras dimensiones los no beneficiarios consideran malo (valores entre 2 y 3) el funcionamiento del FPE.

### **Evaluación de impacto**

La evaluación de impacto de variables finales se realiza utilizando un método que primero modela la probabilidad de participar en el programa, y luego se usa este modelo en un método no paramétrico de estimación, el modelo de vecinos cercanos, que busca empresas similares a cada beneficiaria para que actúen como comparaciones en el análisis de las variables de impacto por medio de doble diferencias. Las variables de impacto finales consideradas son volumen de exportación y ventas. Similar metodología se utiliza para evaluar efectos en variables intermedias, las que para efectos de este estudio corresponden a aspectos de innovación en bienes y servicios producidos, procedimientos y posicionamiento de las empresas.

En relación a los efectos de la instauración del concurso nacional para promoción de exportaciones en variables intermedias, al consultar otras variables relativas a actividades de promoción de exportaciones, se observa también una valoración positiva pero que decrece entre antes y después de la instauración del concurso significativamente al 5% (contactar potenciales clientes, concertar negocios de exportación, conocer a la competencia extranjera, contactar aliados estratégicos extranjeros y nacionales, dar a conocer la empresa, posicionar la imagen de la empresa en Chile y el exterior, aprender de debilidades de la empresa, aprender). En efecto, antes del 2000 los beneficiarios evaluaban al FPE en términos de las anteriores características, en

promedio con 3,45 (regular) mientras que en 2001, el FPE sólo obtiene un 3,24 (regular). Es notorio, la mayor valoración (estadísticamente significativa) que se le da a los proyectos financiados exclusivamente por la empresa en cada una de las dimensiones y períodos consultados. Mientras proyectos financiados por el FPE obtienen evaluaciones promedios de 3,35 durante el período, los proyectos financiados por recursos propios obtienen evaluaciones de 3,91 en las mismas dimensiones.

En términos relativos a empresas de comparación, las empresas beneficiarias muestran impacto positivo y significativo durante el período, excepto en variables relativas a innovaciones en procesos. En efecto, la diferencia en diferencia de variables intermedias relacionadas a productos y servicios es de 0,204 (con 5 vecinos cercanos). Es decir en 2001, la evaluación hecha por los empresarios respecto de introducción de innovaciones en productos y servicios es 0,204 puntos más altos que la evaluación de 1996 (2,98, levemente inferior al valor medio de 3). Por su parte, la diferencia en diferencia de variables relacionadas a procesos, presenta una mejoría de 0,073 pero no estadísticamente significativa, mientras que la diferencia en posicionamiento en mercados externos presenta una diferencia positiva y significativa al 5% de 0,13 respecto de una evaluación media de 2,73 en 1996 (con 5 vecinos cercanos).

En términos de variables finales, las estimaciones no permiten encontrar resultados significativos ni para exportaciones ni ventas, a excepción de beneficiarios que reciben beneficio un año, para quienes participar en el FPE les habría significado una caída en sus exportaciones de USD 389 mil durante el período 1996-2001. Este resultado es contra intuitivo, y debido a lo sistemático y significativo de los resultados intermedios, se conjetura que el período de análisis para variables de impacto finales es muy corto, no permitiendo que se realicen resultados que se observarían en períodos más largos. Por una parte, debido a que hay una cantidad significativa y creciente de empresas beneficiarias que no son exportadoras durante los años considerados en la estimación (1995 y 2001), y que tienen un peso importante dentro del total de empresas beneficiarias, la estimación tiende a arrojar resultados de impacto poco significativos. Como ejercicio, se estimó el impacto del FPE excluyendo del análisis a las empresas no exportadoras, limitándose a analizar sólo a las beneficiarias exportadoras que hayan exportado en 1995 y el 2001 (102 empresas). Al margen del sesgo de selección que este tipo de análisis tiende a generar, el ejercicio muestra efectos positivos y significativos al 5% del FPE, explicados exclusivamente por el desempeño de las empresas beneficiarias que han recibido tres o más beneficios durante el período. Estas exportarían USD 6330 adicionales al final del período.

Una interpretación de los resultados es que el plazo de evaluación de 6 años es adecuado para empresas exportadoras, pero muy corto, para empresas beneficiarias no exportadoras. Al pretender observar resultados finales en un lapso de hasta seis años para estas últimas empresas,

se puede estar siendo muy exigente con el programa. Además, debido a lo sistemático y significativo de los resultados intermedios en la dirección esperable en las diferentes dimensiones analizadas, es decir que el FPE ayuda a las empresas a mejorar aspectos de las empresas que favorecen sus exportaciones, es factible esperar que eventualmente las empresas beneficiarias realicen mayores exportaciones respecto de la situación pre-programa. Esto reforzaría la conjetura de que el periodo de análisis de impacto en variables finales de 6 años sería muy corto para empresas beneficiarias no exportadoras, lo que redundaría en no observar resultados significativos, los que se manifestarían en plazos más largos.

Estimaciones respecto de los montos que las empresas debieran exportar al cabo de seis años para hacer que los recursos destinados a esos proyectos de promoción de exportaciones sean rentables (VAN marginalmente positivo), indican que si la distribución de las ganancias netas en exportaciones (valor agregado, no valor bruto de producción) están dentro del rango de USD 0 y 11 mil por empresa durante el periodo de seis años, se logra un VAN positivo en el margen. Estas cifras no parecen simples de alcanzar, toda vez que en el único caso en que se encontró impacto positivo y significativo (beneficiarios de tres o más años), el monto de ganancia de exportaciones anuales para una empresa fue de USD 6330.

En términos de recursos involucrados, el presupuesto final asignado al FPE ha tenido una evolución negativa. Este se habría mantenido hasta 1999, con un salto en 1998, pero a partir del 2000 habría sufrido una caída significativa, representando en el 2001 sólo el 55% de lo efectivamente presupuestado en 1996. Los proyectos de promoción de exportaciones implicaron un gasto, sumando aportes públicos y privados, entre USD 10 millones en 1996, con un máximo en 1997 (casi USD 18 millones), cayendo el total a USD 13,6 millones en el 2001. El FPE aportó entre un 52% (1996) y un 76% (2000) de los recursos gastados en el programa de promoción de exportaciones. Los proyectos han rebajado los costo promedio durante el periodo de USD 50 mil en 1996 a USD 31 mil en el 2001, con valores extremos de USD 27 mil (2000) y 103 mil (1997).

### **Justificación de continuidad del Programa**

Las razones que dieron lugar a la aparición de un programa público de promoción de exportaciones son endémicas, por lo que el Estado no debiera dejar de financiar actividades de promoción de exportaciones que tiendan a generar bienes públicos, tales como adquisición de conocimiento aprovechable por sectores amplios, y a monitorear los contenidos de los proyectos de promoción por sus consecuencias reputacionales en todo el sector exportador. El FPE hace ambas cosas, sin embargo no es posible determinar con la información disponible, cuanto de los esfuerzos del FPE de proyectos institucionales y sin cofinanciamiento se orienta en esta dirección.

El FPE ha cumplido con relativo éxito la focalización esperada en términos del segmento de exportadores que quiere beneficiar, es decir en empresas de regiones, exportadores menores y de sectores de mayor nivel de manufactura y no tradicionales. También ha afectado a un número muy significativo de empresas no exportadoras, con lo que efectivamente podría ampliar la base de exportadores, lo que corresponde a una de las metas del FPE. Todos estos factores justifican continuidad del programa en el sentido que ha beneficiado al sector de empresarios que se deseaba originalmente beneficiar.

Los beneficiarios valoran positivamente el FPE en términos de afectar sus capacidades empresariales para mejorar exportaciones. En este sentido se encontraron resultados estadísticamente significativos y positivos del FPE. No se han podido encontrar resultados finales significativos positivos del FPE a nivel agregado. Esto puede constituir la mayor debilidad del programa, como para justificar su continuidad, pero debido a la composición de los beneficiarios en términos de exportadores y no exportadores, los resultados parecen estar muy fuertemente determinados por la presencia de una gran cantidad de no exportadores dentro de los beneficiarios. Para éstos, el plazo de evaluación requerido puede ser mayor al considerado en este estudio. Con todo, los resultados de este estudio sugieren apoyar la continuidad del programa, pese a que se debieran realizar ajustes en su funcionamiento, que se plantean a continuación.

### **Recomendaciones**

#### **i) Respecto de metodologías de evaluación del programa**

Debido a que el FPE beneficia crecientemente empresas no exportadoras, la consecución de exportaciones puede requerir plazos más largos que seis años. Se sugiere, entonces hacer evaluaciones con periodos mayores. Si en un período más extenso subsiste la falta de resultados significativos en términos finales, se puede concluir que el programa no tiene efectos finales concretos sobre empresas que no exportan al momento de recibir el primer beneficio.

Las valoraciones relativas a proyectos de promoción de exportaciones financiadas por el FPE respecto de aquellos con financiamiento 100% privado, tiene varias implicancias. Por una parte, este resultado indica que los proyectos de promoción que financie el FPE deben tener aspectos de externalidades identificables que justifiquen la utilización de recursos públicos, dado que las empresas, no sólo valoran más los proyectos privados, sino que además realizan importantes esfuerzos de promoción de exportaciones 100% privadas que podrían liberar al FPE de realizar cierto tipo de actividades. En la medida de ser factible, estas externalidades debieran ser obtenibles sólo de proyectos financiados por el FPE, y no así de proyectos prototípicos

financiados exclusivamente por el sector privado, pues si ellas pueden ser obtenidas de igual manera por estos últimos, el FPE estaría dedicando sus esfuerzos donde no es necesario. Por otro lado, si estos aspectos de externalidades son claros e identificables por la autoridad y necesariamente relacionadas a actividades específicas que financia el FPE, los proyectos financiados por el programa deben ser lo suficientemente atractivos para los empresarios/empresas objetivo de modo de atraerlos a realizar la actividad en conjunto con otras entidades. De lo contrario, estos individuos no participan de los programas y en cambio destinan sus esfuerzos y recursos a promoción de exportaciones 100% privada que no permiten obtener esas externalidades consideradas deseables.

Los resultados de las evaluaciones que los beneficiarios y no beneficiarios hacen relativo a la operación del FPE antes y después de la instauración del concurso, sugieren estudiar mecanismos en el proceso de presentación de propuestas, y evaluación de proyectos en los concursos que sean fácilmente adaptables y acomodables a exportadores de servicios. Asimismo, evaluar si existen rigideces innecesarias del sistema.

Es difícil evaluar la eficacia de programa en la consecución de sus metas en lo que respecta al FPE, pues estas no se pueden representar de manera sensata en base a cantidad de proyectos o beneficiarios, pues la institución no fija sus metas en base a esos parámetros. Se recomienda desarrollar una metodología estándar de presentación de metas anuales, tal vez por la vía de un registro anual de sus políticas, que indicara los objetivos, tanto para la cantidad de proyectos que se pretenda llevar a cabo, como de los sectores productivos, u otro elemento (región, mercados, etc.), que se desee potenciar. Además, sería importante que estos registros consideraran en detalle los objetivos para cada tipo de proyecto -institucionales, financiados y co-financiados, en todas sus líneas-, y para cada concurso, en un formato o estructura, que posibilite su evaluación cuantitativa y cualitativa.

## **ii) Relativas a la información**

En términos de información, se recomienda completar hacia atrás (antes del 2000) la base de datos de beneficiarios utilizando los criterios de la actual base de datos de Prochile. Esto implica definir para cada beneficiario, el tipo de línea de acción de los proyectos, los aportes públicos y privados etc.. Asimismo, se recomienda mejorar la información relativa a metas y objetivos anuales del FPE para efectos de evaluación.

Se recomienda establecer criterios internos que permitan distinguir de los eventuales proyectos a financiar, las externalidades que sólo pueden extraerse de actividades financiadas por el FPE.

De los datos que actualmente maneja Prochile, no es posible determinar cuanto de lo que cabe como proyectos institucionales y de prospección, penetración y permanencia no cofinanciados efectivamente se orienta a actividades productoras de bienes públicos y externalidades. Por ello, se sugiere generar categorías de registro claras para este tipo de proyectos que faculte identificar efectos de externalidades o bienes públicos de los proyectos. Además, tampoco se puede extraer información detallada respecto gastos administrativos o de funcionamiento de Prochile atribuibles a la administración del programa. Por ello, finalmente se recomienda mejorar la información interna respecto del costo de administración del FPE por parte de Prochile.

## **I Introducción. Antecedentes y Objetivos del Estudio\***

Durante los últimos 28 años, la evolución del sector exportador Chileno ha tenido diversos matices y características que han convertido la experiencia exportadora Chilena en un caso peculiar de estudio dentro de la disciplina económica. Si bien es cierto, la academia ha hecho significativos esfuerzos por analizar las distintas características, políticas y consecuencias macro económicas que han conformado el singular proceso de expansión exportadora experimentado en Chile, las políticas micro económicas que han rodeado e influido en el mismo proceso, no han recibido una atención equivalente.

Un grupo de estas políticas microeconómicas no suficientemente analizadas son las acciones de promoción de exportaciones propiciadas, auspiciadas, financiadas y/o realizadas con recursos públicos. En 1974 se creó una entidad pública destinada exclusivamente a realizar promoción de exportaciones. Prochile, el entonces *Instituto de Promoción de Exportaciones* y actual *Dirección de Promoción de Exportaciones*, ha participado como agente del proceso de expansión exportadora durante todo el periodo al que se hace referencia más arriba a través de sus acciones de promoción. A mediados de los 1980s, se creó el Fondo de Promoción de Exportaciones, administrado por la institución, para financiar las acciones públicas y mixtas de promoción de exportaciones. Si bien es cierto, la literatura ha reconocido de manera 'verbal' el rol que ha podido jugar Prochile -o directamente el fondo en el desarrollo exportador- (ver entre otros que destacan la relevancia para el general de exportaciones Moguillanski y Titelman (1993), Ossa (1992), Montenegro (1984)) y la relevancia para exportaciones sectoriales, Jarvis, Montero et al. (1993), Bordeu (1995)) lo cierto es que éste no ha merecido el suficiente análisis empírico como para tener juicios certeros respecto del impacto de corto, mediano y largo plazo que han tenido sus acciones. En parte, ello ha sido producto de dificultades metodológicas que se presentan al intentar evaluar el impacto de acciones diversas con diferentes programas, estrategias y énfasis marcados por variadas estructuras institucionales. En efecto, Prochile ha sido objeto de significativos cambios institucionales formales desde su creación. No obstante han sido tanto o más significativas las modificaciones institucionales tácitas ocurridas durante el periodo, resultantes de las diferentes estrategias de acción impulsadas por cada una de las administraciones de Prochile del periodo. También ha confabulado en contra de una evaluación de impacto de las acciones de Prochile, la disponibilidad y acceso a información sistemática completa y comparable que hiciera factible realizar evaluaciones de algún tipo. Sólo durante la década de los 1990s se pueden encontrar estudios realizados con diferentes niveles de profundidad sobre algunos de los programas de promoción de exportaciones de Prochile.

---

\* Se agradece a Miguel Vargas y Corina Marión por su colaboración en diferentes etapas de este estudio como ayudantes de investigación.

El trabajo de Pietrovelli (1993) es uno de los primeros que distingue acciones específicas de promoción de exportaciones de Prochile, al destacar a los comités exportadores<sup>1</sup> como parte integral de sus acciones estratégicas. Por su parte, Álvarez (1995) destaca no sólo la presencia sino también el potencial de estos comités exportadores y esbozó su incipiente cobertura sectorial. Posteriormente, (Álvarez y Crespi (1999)), así como en sus versiones posteriores, (Álvarez y Crespi (2000), Álvarez y Crespi (2000)), analizan en mayor detalle los efectos sobre características exportadoras en empresas que habrían participado de ciertas actividades particulares de promoción de exportaciones de Prochile. Si bien es cierto, este estudio se centra en analizar acciones importantes del quehacer de Prochile de la época, tales como comités exportadores, ferias comerciales y la contratación de servicios de información comercial, no considera otras actividades de promoción de exportaciones realizadas por la institución, ni se detiene a analizar el aspecto financiero asociado a cada una de esas actividades de promoción de exportaciones.

Este estudio analiza las acciones de promoción de exportaciones financiadas por el Fondo de Promoción de Exportaciones durante el período 1996-2001, y evalúa el impacto económico de su utilización para aquellos componentes que permiten realizar dicha evaluación. Por una parte, el estudio explica y describe el marco institucional que rige el funcionamiento del fondo. Además, describe y analiza su estructura (composición y cobertura). Finalmente, el estudio estima el impacto de su uso en términos de variables intermedias (innovación en productos y servicios, procesos o procedimientos y posicionamiento de la empresa en el exterior) y finales (volumen exportado) utilizando para estos fines información primaria y secundaria, respectivamente.

## **2 El Fondo de Promoción de Exportaciones (FPE)**

### ***2.1 Antecedentes históricos***

Desde la creación de Prochile en 1974, se reconoció la importancia de la acción de promoción de exportaciones como parte integral del quehacer público en materia de política económica. Pese al dogmatismo con que la literatura ha asociado la política económica del Gobierno Militar durante lo que se conoce como el período *ortodoxo neo-liberal* de 1974-84 o el período de reforma *radical*,<sup>2</sup> la literatura no ha considerado reñido con la ortodoxia que en 1974 se generara una política

<sup>1</sup> Los comités exportadores emergieron en los 1980s y llegaron a ser considerados por algunos como la institución 'estrella' de Prochile que serviría, en parte, de modelo para los posteriormente creados Proyectos de Fomento de CORFO, más conocidos como PROFOs.

<sup>2</sup> Para una acabada descripción de las políticas de ese período ver Meller (1992), Agosin y Ffrench-Davis (1993), Pietrovelli (1993), Ffrench-Davis y Sáez (1995). La distinción que ha hecho la literatura de las diferentes etapas o tipos de política económica a partir de 1974, no se refiere a la política comercial, sino que comprende a toda la política económica. Para una versión resumida de este punto ver Collier y Sater (1996) pp. 371 y con mayor detalle el capítulo III de Meller y Repetto (1996).

para promover la diversificación de exportaciones en forma directa y explícita a través de la creación de Prochile. En 1974 Chile era prácticamente un país mono-exportador, tal como lo reportan Ffrench-Davis et al. (1995) en sus cuadros N.6 y 7.<sup>3</sup> El proceso de diversificación de exportaciones experimentado en Chile en forma sistemática desde mediados de los 1970s, y ampliamente reportado en la literatura (ver entre otros Campero y Escobar (1992), Meller (1992), Meller y Sáez (1995), Díaz (1995), Ffrench-Davis et al. (1995), Piñeres y Ferrantino (1997), Agosín y Álvarez (2001)), ha coexistido con la mantención y reforzamiento por más de 28 años de las actividades de promoción de exportaciones coordinadas, realizadas y financiadas por el sector público.

### 2.1.1 Justificación Histórica del FPE

En 1974, la autoridad tuvo la convicción de la necesidad de realizar esfuerzos públicos de promoción de exportaciones. Para este efecto se creó Prochile por la vía del DL 740. En una primera etapa, las acciones de promoción de exportaciones eran financiadas con el presupuesto institucional de Prochile, pero a mediados de 1980s se creó el Fondo de Promoción de las Exportaciones (FPE)<sup>4</sup>, actualmente conocido como el fondo *tradicional* de exportaciones.<sup>5</sup> El FPE, por lo tanto, en la actualidad corresponde a un aspecto de la política de promoción de exportaciones nacional.

Desde la creación de Prochile, el Estado ha tenido una concepción y espíritu de su rol como agente encargado de promover exportaciones que no se ha alterado significativamente hasta la actualidad, aún cuando la institucionalidad de promoción de exportaciones ha cambiado desde 1974.<sup>6</sup> Como se verá, el esfuerzo público de promoción de exportaciones se han entendido como una forma de profundizar el desarrollo exportador, no sólo como un medio de diversificar la oferta exportable, sino también como un medio para elevar el valor agregado de los bienes o servicios producidos en y exportados por Chile.

La justificación del actual FPE, bien puede sostenerse en los argumentos esgrimidos legalmente en los *considerandos* del DL 740 que creó Prochile:

<sup>3</sup> En 1970 el cobre representaba el 76% de las exportaciones nacionales, y entre 1974-76 su participación era de 66%.

<sup>4</sup> Álvarez (1995) menciona 1985 como el año de creación del FPE.

<sup>5</sup> El apelativo surge como distinción respecto del Fondo de Promoción de las Exportaciones Agropecuarias, FPEA que funciona desde 1995, con recursos adscritos al Ministerio de Agricultura, pero transferidos y operado en la práctica por Prochile.

<sup>6</sup> El DL 740 de 1974 se derogó en Abril de 1979 por el artículo 23 del DFL 53 de Relaciones Exteriores, que entre otras cosas, transformó a Prochile de una entidad de derecho público autónoma, relacionada al Gobierno por intermedio del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, a una Dirección dependiente de la Dirección de Relaciones Económicas, del Ministerio de Relaciones Exteriores.

*Las características de nuestro comercio de exportaciones que, en el hecho, colocan a nuestro país en la calidad de mono exportador de materias primas, lo que lo hace extraordinariamente vulnerable a las fluctuaciones del mercado internacional: La necesidad imperiosa que existe de aumentar y diversificar las exportaciones no tradicionales, especialmente las de productos manufacturados que contengan la mayor cantidad de mano de obra y tecnología incorporadas;*

*El convencimiento de que el esfuerzo de los particulares, sumado a convenientes regímenes cambiario, tributario, crediticio y arancelario, no obstante ser muy importantes, no resultan suficientes para alcanzar plenamente estos objetivos, y*

*La urgencia que existe de crear un organismo de fomento y promoción de las exportaciones no tradicionales, autónomo y técnico que estando dedicado exclusivamente al logro de estos objetivos, proporcione el necesario complemento a las políticas impulsoras del Supremo Gobierno, al mismo tiempo que canalicé debidamente la iniciativa de los particulares...*

(lo que se destaca en negritas, corresponde a un énfasis dado por este estudio, no del texto original citado)

Como se verá más adelante, esta visión continúa vigente.

**Cuadro N° 1 INDICADORES DE DIVERSIFICACIÓN DE EXPORTACIONES**

Período	Diversificación Por Sector Productivo (% del total de exportaciones)				
	Minero	Agropecuario	Pesquero	Forestal	Manufacturero
1960-1973	86.5	3.2	1.8	1.9	10.1
1974-1980	66.8	5.5	4	7.3	27
1981-1990	55.4	10.2	7.4	7.9	32.3
1991-1999	45.9	10.1	3.9	7.9	41.9

Otros Indicadores de Diversificación										
Indicador	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
N° Firmas	4100	5384	5453	5469	5844	5817	5839	5841	5847	6022
N° Productos	2300	3257	3433	3507	3622	3647	3890	3771	3828	3788
N° Mercados	129	143	155	151	141	157	168	166	172	174

Fuente: Agosín et al. (2001)

Tal como se plantea en los considerandos, ni las políticas macroeconómicas ni las acciones de los privados se consideraban suficientes para lograr un nivel *satisfactorio* de diversificación de exportaciones. Es interesante constatar (Cuadro N° 1), que pese a que durante los 1990s la situación de concentración de exportaciones es significativamente diferente a la que exhibía Chile a mediados de los 1970s, subsiste la percepción de que en los 1990s la diversificación de exportaciones nacional continúa siendo insuficiente (entre otros, ver French-Davis et al. (1995), Agosín et al. (2001) donde se detalla sobre la situación de diversificación de exportaciones en los 1990s respecto de los 1970s) y que junto con una desaceleración del proceso de diversificación de las exportaciones en los 1990s, las empresas exportadoras nacionales exhiben un nivel de persistencia en la actividad exportadora baja (Agosín et al. (2001)). En efecto, durante el período 1960-73 la importancia del sector minero en el total de exportaciones era de 87% y esta se ha

reducido a la mitad, dando lugar notoriamente al sector manufacturero, el que durante los 1960s y 1970s sólo abarcaba el 10%, mientras que durante los 1990s alcanza el 42% del total. Durante esta última década, además, se observa una significativa diversificación de exportaciones tanto en términos de bienes, sectores productivos, mercados de destino y exportadores. En 1990, había 4100 empresas exportadoras, 2300 productos y 129 mercados de destino. En 1999, las firmas reportadas eran 6022, los productos 3788 y los mercados 174.

### 2.1.2 Justificación teórica del FPE

Como se vio, la justificación en 1974 para financiar promoción pública de exportaciones se basó en el convencimiento que i) las políticas macroeconómicas y la acciones de los privados no serían capaces de revertir el patrón de alta concentración de exportaciones en la minería del cobre y ii) de escasas perspectivas de cambio de ese escenario en la época. En efecto, el sustrato teórico que justifica i) la instauración de promoción pública de exportaciones (creación de Prochile y posteriormente del FPE), y ii) la mantención de dichos programas son endémicas al sistema económico y/o para el caso particular de Chile, corresponden a imperfecciones de mercado que subsisten a las reformas estructurales que ha sido objeto la economía desde mediados de los 1970s.

Un sector exportador potencialmente exitoso pero truncado en su desarrollo puede corresponder a un sector con el problema de la *Industria Naciente*. Este argumento sostiene que apoyar o proteger en forma temporal a un sector hasta que éste se consolida y es capaz de competir sin la necesidad de protección es, en determinados casos, una política eficiente. Algunas de las hipótesis implícitas de este paradigma son imperfecciones en el Mercado de Capitales, y economías de escala crecientes en la adquisición de conocimiento.

El argumento respecto del mercado de capitales presupone algún tipo de racionamiento del crédito o dificultades de acceso a financiamiento en general (por ejemplo, a capital semilla, de riesgo u otro tipo), que impide que el sector en cuestión pueda financiarse durante el período de pérdidas y retribuir este financiamiento durante el período en que el sector logra ser competitivo. Imperfecciones del mercado de capitales han sido características del mercado nacional, en particular para el sector productivo mediano y pequeño. Da cuenta de esto, por una parte, el hecho que la industria de capital de riesgo no tiene una presencia fuerte en este sector empresarial como lo tiene en otros países.<sup>7</sup> Por otra, al constatar que la primera política

---

<sup>7</sup> Las primeras reformas al mercado de capitales para incentivar el desarrollo de la industria de capital de riesgo se aplicaron sólo a principios de la década de los 1990s. Sin embargo, la falta de desarrollo o 'despegue' de esa industria durante la década y la nula orientación de los fondos de inversión en el sector PYME motivaron nuevos cambios legales al mercado de capitales durante el 2000. Debido al carácter desregulatorio que tuvieron dichos

supletoria para mejorar el acceso del sector PYME exportador al mercado financiero sólo se puso en práctica en 1988 con la creación del FOGAEX (fondo de garantía para exportadores) y no dio los resultados esperados.<sup>8</sup> Asimismo, al considerar que el sector exportador debió funcionar durante mucho tiempo en un contexto en el que la restricción financiera era externa.<sup>9</sup>

El argumento de retornos crecientes, surge del hecho que la adquisición de conocimiento, vía *learning by doing* y/o de innovación tecnológica directa a que obliga la competencia, presenta economías crecientes a escala, pues tiene características de 'bien público'.<sup>10</sup> Por ello, las empresas son incapaces de internalizar y disfrutar del goce exclusivo de los beneficios resultantes de adquirir conocimiento y en consecuencia, los niveles de inversión asociados serán sub-óptimos, aún bajo un sistema financiero sin distorsiones.<sup>11</sup>

Además del argumento de la industria naciente, la actividad exportadora enfrenta incertidumbres respecto del mercado externo e indivisibilidades típicas de "vender la marca", que pueden justificar la adopción de políticas de promoción al sector exportador.<sup>12</sup> El argumento de la incertidumbre, se refiere a que el exportador privado enfrenta privadamente un riesgo superior al social relevante, debido a que no percibe la reducción de riesgo resultante de acciones independientes de múltiples empresas al interior del sector, más diversificado que una empresa en particular. Por su parte, el problema de "vender la marca" corresponde a la dificultad para una empresa de lograr ser reconocida y conquistar un mercado en el cual ella es totalmente desconocida y marginal. Este problema, genera costos de entrada altos e indivisibles, que se constituyen como un impedimento para el desarrollo de la actividad exportadora.<sup>13</sup> Las inversiones públicas supletorias de estas indivisibilidades se deben concentrar en actividades de

---

cambios en lo que respecta a los fondos de inversión privados, es difícil obtener una evaluación tentativa del éxito relativo de las medidas. En cualquier caso, los potenciales logros no serían inmediatos.

<sup>8</sup> Durante su existencia, el FOGAEX tuvo problemas institucionales para colocar los recursos asignados en créditos a los exportadores. Con la idea de hacer uso efectivo de esos recursos y como resultado de la firma del acuerdo de Marrakech en 1994 que puso en vigencia la Organización Mundial del Comercio, finalmente, se fundió con el FOGAPE (fondo de garantía para pequeños empresarios). Subsistía en el 2000, sin embargo, la percepción que el acceso al mercado financiero formal para el sector PYME era inadecuado. En respuesta a esta visión, la autoridad estimó pertinente ampliar el acceso y cobertura del FOGAPE.

<sup>9</sup> Para un sector generador y demandante de divisas en un contexto de restricción externa, se incrementa la diferencia entre costo social y privado de los recursos destinables al sector.

<sup>10</sup> Arrow (1962) desarrolla estas características del conocimiento, en las que no existe ni rivalidad ni exclusión en el consumo.

<sup>11</sup> Si bien es cierto, durante los 1990s se han creado instrumentos específicos para suplir las deficiencias de mercado en la adquisición de conocimiento (fondos tecnológicos -FONDEF, FDI, FIA etc.-), ninguno de ellos se puede hacer cargo de los efectos específicos que genera el desarrollo del sector exportador (por ejemplo, reputación internacional).

<sup>12</sup> Peña-Torres (1986) detalla estos argumentos.

<sup>13</sup> Este problema se hace más severo con la lejanía física, inherente a un sector exportador, y con restricciones al mercado financiero, como suele ser el caso de empresas de menor tamaño.

similares características de economías de escala, tales como generar: información, sistemas de comercialización y redes de distribución.

Finalmente, la promoción de exportaciones se constituye en sí como un bien público en la medida que las acciones privadas de exportación y promoción conllevan efectos reputacionales en el resto de la actividad exportadora nacional, que no son internalizados por la empresa individual.

Todo lo señalado muestra imperfecciones de mercado que o son endémicas de, o siguen vigentes en la economía nacional. Por ello, se muestra la pertinencia e importancia de un esquema de apoyo público al sector exportador para promoción de exportaciones, a través de incentivos financieros directos e ingerencia en los esquemas y contenidos de las políticas de promoción de exportaciones. Asimismo, se justifica la generación de información aprovechable por todo el sector exportador. En efecto, es en estas áreas donde se puede encontrar gran parte de los objetivos de las acciones que ha desarrollado Prochile y el FPE desde sus inicios.

## ***2.2 Objetivos del programa***

Así como Prochile, el objetivo del FPE es contribuir al desarrollo de la competitividad de la economía Chilena a través del impulso de las exportaciones no tradicionales. Para ello, se apoya el proceso de internacionalización de las empresas, preferentemente las pequeñas y medianas empresas (PYME).<sup>14</sup> Para estimular el incremento de las exportaciones no tradicionales, en la actualidad el FPE persigue los siguientes objetivos específicos: incentivar el aumento de la base exportadora, que permita que se exporten más productos y servicios, llegando a un número mayor de mercados y de mejor forma; promover el desarrollo exportador de la regiones; y ampliar las oportunidades de exportación para pequeños y microempresarios.

Con objeto de conseguir los objetivos mencionados, el FPE apoya las acciones tendientes a proveer de información al sector exportador y apoyar los contactos con potenciales compradores extranjeros. Ello, a través del cumplimiento de tareas orientadas al conocimiento de mercados externos, con el objetivo de captar las oportunidades comerciales que se le presentan a la producción nacional. De este modo se ayuda a organizar la oferta exportadora de PYMES chilenas y su proyección externa. En torno a este objetivo, Prochile actúa en tres líneas de acción estratégica:

---

<sup>14</sup> Durante sus años de operación documentos de circulación restringida de Prochile han declarado que el 80% de las empresas beneficiadas corresponden a este sector.

- 1 **Ampliación de la base exportadora nacional.** Esto se refiere a la incorporación de nuevas empresas al proceso exportador en un trabajo conjunto con Prochile y los instrumentos de fomento productivo, en especial con la CORFO.
- 2 **Consolidación de la base exportadora.** Prochile apoya a los exportadores en el fortalecimiento de su presencia en mercados externos. También promueve el desarrollo de canales de comercialización y la adecuación de la oferta exportable, mediante innovaciones tecnológicas, mejoramiento en la calidad y del diseño de sus productos y adecuación a las normas ambientales vigentes.
- 3 **Profundización de la base exportadora.** Detección de nuevas oportunidades comerciales, promoción de inversiones y creación de alianzas estratégicas para empresas que cuenten con un buen posicionamiento externo, pero que requieren este tipo de apoyo.

### 2.3 Reformulaciones del programa

#### 2.3.1 La asignación de recursos

Si bien es cierto el principio que ha orientado la asignación de recursos ha sido relativamente homogéneo desde la creación del FPE, en el sentido de promover la diversificación de la oferta exportable no tradicional, los mecanismos utilizados para la asignación de recursos no ha sido el mismo desde su creación.

A fines de los 1980s surgieron los comités exportadores, agrupaciones de empresas con objetivos relativamente comunes que estaban constituidos por a lo menos 4 empresas y nacían a partir de peticiones de asociaciones gremiales, o como resultado de los esfuerzos de promoción de Prochile.<sup>15</sup> Los grupos eran coordinados por personal de Prochile y organizaban acciones conjuntas a partir de las cuales se presentaba un proyecto a Prochile, el cual después de una evaluación, decidía si se adjudicaba fondos para co-financiarlo. Fundamentalmente, este financiamiento provenía del FPE.<sup>16</sup> La acción de los comités llegó a ser tan determinante en la

---

<sup>15</sup> Posiblemente, la emergencia de los comités exportadores fue la cristalización de uno de los mandatos legales originales de Prochile. El artículo 4 del DL 740, letra d) imponía a Prochile la función de 'promover la creación y cooperar en el funcionamiento de las organizaciones de exportadores'. El artículo 8 del DFL 53 de 1979, le signa al nuevo Prochile, entre otras, las funciones la de 'organizar misiones públicas y privadas al exterior', 'organizar ferias comerciales de Chile en el exterior' y 'formular a los sectores público y privado proposiciones para el óptimo aprovechamiento de los mercados internacionales'. Estas funciones necesariamente requieren que Prochile funcione de manera concertada con grupos de exportadores, lo que eventualmente pudo haber incentivado la gestación de los comités exportadores.

<sup>16</sup> Ya en 1987 se reconoce formalmente la relación entre comités exportadores y su acceso al FPE. El Ministerio de Hacienda al acceder incrementar en USD 2 millones el presupuesto de promoción de Prochile, indica expresamente que es su 'voluntad (...) que con dichos recursos se apoye financieramente a sociedades de exportadores que se organicen para promover programas de certificación de calidad (...) (Ministerio de Hacienda (1987)). Si bien, restringido al ámbito de certificación de calidad, ya en esa época estas asociaciones de exportadores son

asignación efectiva de los recursos del FPE, que la autoridad consideró pertinente la instauración de un nuevo procedimiento de postulación al FPE, el Concurso Nacional de Proyectos de Promoción de Exportaciones el 2 de Mayo del 2000 (resolución N. 180 del Ministerio de Relaciones Exteriores), como un mecanismo de apertura del FPE y mejora de acceso para el universo de sus potenciales beneficiarios y no sólo para las empresas organizadas a través de comités. El concurso se realiza tanto para el FPE como para el FPEA, con el fin de garantizar eficacia, transparencia y equidad en el acceso a los fondos. El cambio en el mecanismo de asignación de recursos vino acompañado por un cambio en el rol que le cabe a la autoridad en desarrollar y elaborar proyectos de promoción de exportaciones; de estar fuertemente determinado por los coordinadores de los comités (personal de Prochile) se traspa significativamente a los privados. Si bien los comités de exportadores ya no existen como unidad de trabajo de Prochile, estos siguen operando, aprovechando su *know-how*, y aún reciben fondos del FPE, en la medida que participen con éxito en los concursos

No existen antecedentes que permitan cuantificar a los comités exportadores en el pasado, más allá de lo que se reporta de manera incompleta en la literatura, resumido en el Cuadro N° 2. Prochile no tiene registros de los comités ni de las empresas que los componían, porque en gran medida su composición y duración ha sido muy flexible a la consecución de proyectos puntuales. Hasta mediados de los 1990s, se registró la presencia de 83 comités con 900 firmas participantes. En 1994 se contabilizó la aprobación de más de 300 proyectos de promoción de exportaciones (Álvarez (1995)).

El nuevo mecanismo de asignación de recursos, significó un cambio institucional importante para el funcionamiento del FPE. Ello, pues mientras por una parte, redujo los espacios de arbitrariedad disponibles para la asignación de recursos, por la vía de imponer estándares de evaluación conocidos para los postulantes, por otra, fue acompañado por una política expresa de seguimiento y evaluación de los proyectos de promoción de exportaciones, no sólo durante el proceso de elaboración y concurso, sino también durante la ejecución. Asimismo, se hacen evaluaciones post ejecución de los proyectos. Ninguno de estos procedimientos constan de ser efectivos con anterioridad a la instauración del sistema de concurso y es por ello que la actual administración de Prochile no consideran del todo confiables los antecedentes históricos de proyectos financiados con anterioridad al 2000.

---

identificadas como "CHILEAN QUALITY EXPORT COMMITTEE". Con posterioridad, estos comités se multiplicarían tanto en número como en propósitos.

Cuadro N° 2 PRESENCIA DE COMITÉS Y PROYECTOS EXPORTADORES EN 1988-1996  
(Reportados En La Literatura)

Número	1988	1990	1991	1992	1993	1994	1992-1996
	/1	/2	/2	/2	/2	/2	/3
Comités	65	-	46	59	68	83	-
Empresas	700	-	-	690	750	901	2290
Proyectos exportadores /2	75	126	284	257	335	311	-

Fuentes: Se incluye toda la información disponible en la literatura.

/1Pictrovelli (1993)

/2Álvarez (1995)

/3 Álvarez et al. (1999)

### 2.3.2 Estructura Actual del FPE

En la actualidad existen dos componentes generales de los fondos a que pueden acceder las empresas: un componente concursable y otro no concursable (ver Figura N. 1). La diferencia principal entre uno y otro es que en el primero los beneficios que se obtengan son apropiables por parte de las empresas, en cambio en el segundo los beneficios no son apropiables directamente por ninguna empresa en particular.

#### 2.3.2.1 Componente concursable

A través del componente concursable se adjudican fondos para cofinanciar proyectos presentados por las empresas. Esta modalidad comenzó a operar en el 2000 como resultado de la experiencia del FPEA, el que se concentraba exclusivamente en exportaciones del sector agropecuario. La apertura del concurso al FPE extendió el acceso de los fondos por la vía del concurso a todos los sectores productivos.<sup>17</sup>

El aporte de las empresas es considerado un elemento importante en la decisión de asignación de fondos, puesto que aunque no existe ninguna norma respecto al porcentaje de cofinanciamiento que ellas aporten, los aportes de la empresa actúan como un mecanismo de señalización: significativos aportes reflejan compromiso y confianza de la empresa en el proyecto y por lo tanto mejoran los prospectos de cofinanciamiento por parte del FPE.<sup>18</sup>

<sup>17</sup> Dentro de los sectores promocionados por el FPE están la manufactura en general, los bienes de capital, los servicios en general, el turismo, forestal, pesquero, envases y embalajes, cueros y calzados, entre otros, mientras que en el FPEA se encuentran la agroindustria, las hortalizas, las leguminosas, la fruta fresca, los vinos, las semillas, los productos pecuarios, los lácteos y quesos, etc..

<sup>18</sup> En la página web de Prochile se señala que el porcentaje de financiamiento que los privados "constituye una señal clara del compromiso de los beneficiarios para con el programa y en esa lógica es evaluada".

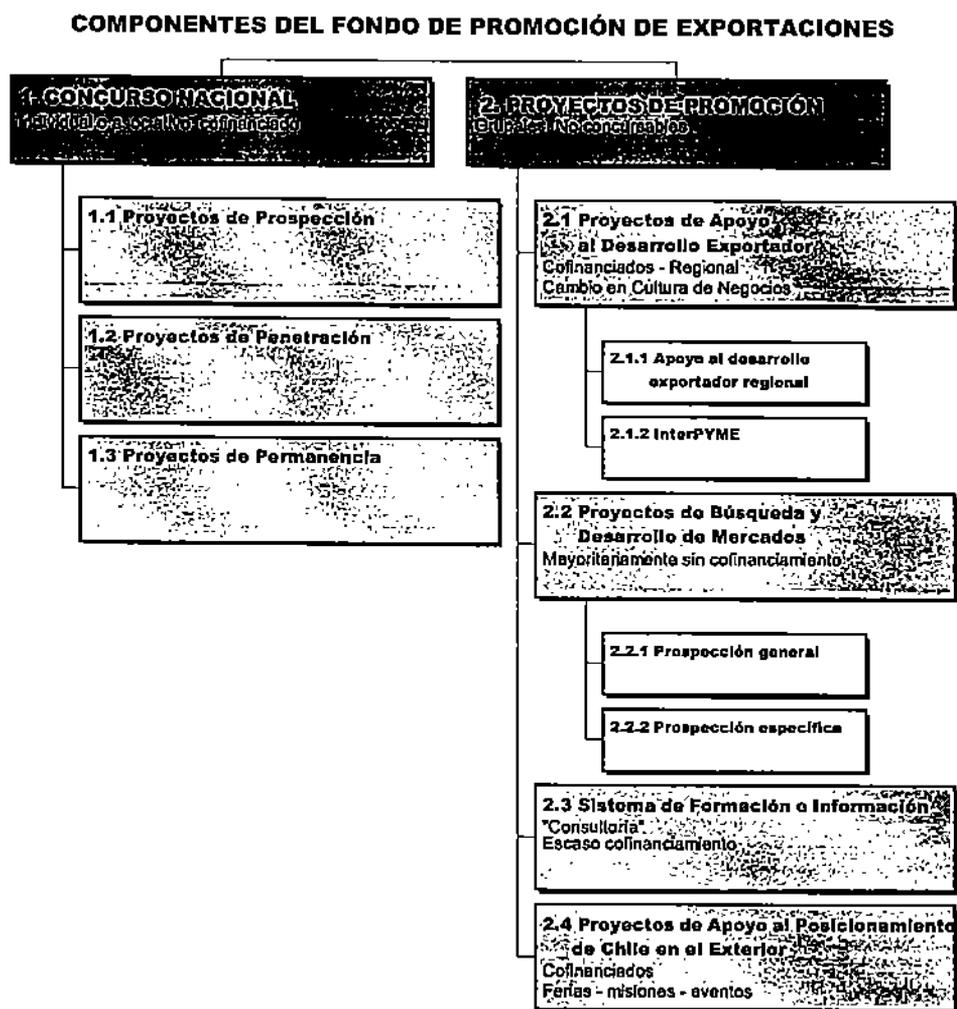
Existen tres líneas de cofinanciamiento a las que es posible postular: prospección, penetración y permanencia. Los recursos disponibles para la línea de prospección, deben ser utilizados para el desarrollo de proyectos que generen conocimiento de mercado. Este debe permitir a los beneficiarios identificar y definir necesidades de los clientes, segmentos de mercado, canales de comercialización, análisis de la competencia, precios y condiciones de ingreso al mercado considerando variables ambientales y de calidad. Todo lo anterior debe permitir definir con certeza la factibilidad de penetración del mercado y perfilar una futura estrategia para ello. Esta línea de acción corresponde a una de las formas específicas de puesta en práctica de la línea de acción estratégica número 1, mencionada en 2.2 en página 7: ampliación de la base exportadora nacional.

Los recursos disponibles para la línea de penetración, deben ser utilizados por los beneficiarios para el diseño e implementación de estrategias de promoción y/o comercialización, que les permita la introducción y/o aumento de los valores y volúmenes de exportación de los productos identificados en el proyecto. El desarrollo de proyectos de penetración supone para los beneficiarios haber realizado, previamente, actividades relacionadas con la fase prospectiva, con o sin apoyo público, que le hayan permitido la elección de los bienes y/o servicios, como del mercado para desarrollar la penetración. Esta línea de acción corresponde a una de las formas en que se lleva adelante la línea de acción estratégica N.2 expuesta en 2.2 en página 7: consolidación de la base exportadora.

La línea de permanencia busca generar estrategias que permitan a las empresas beneficiadas mantener o consolidar mercados con productos determinados, impulsando el aumento de sus exportaciones y propiciando el avance en su proceso de internacionalización. Estos tipos de proyectos, suponen haber realizado actividades relacionadas con las fases anteriores, con o sin apoyo público, las que sustenten y confirmen el potencial del proyecto. Esta línea de acción corresponde a una de las prácticas en que se lleva adelante la línea de acción estratégica N.3 expuesta en 2.2 en página 7: profundización de la base exportadora.

En cuanto a los montos asignados por empresa, estos surgen de los proyectos presentados y no de una regla de asignación preestablecida. Por ello, la cota está dada por el presupuesto que maneja la institución para tal efecto y no por límites específicos predefinidos.

Figura N. 1 DIAGRAMA FPE<sup>19</sup>



### 2.3.2.1.1 Criterios de selección del componente concursable

Según lo expuesto en la página web de Pro-Chile: “al concurso pueden postular todas aquellas

<sup>19</sup> El punto 2.4 de la figura se refiere a escaso cofinanciamiento, en el sentido que el SIC (Sistema de Información Comercial) no forma per se parte de las líneas de acción del FPE. No obstante, proyectos específicos que atañan al SIC (modernización de sistemas de información, etc.) si pueden ser sujeto de acceso del FPE.

empresas que exporten o que tengan la capacidad real o potencial para hacerlo. Pueden hacerlo individual o agrupadamente. Por la naturaleza de esta iniciativa, no existen límites predefinidos de ingreso de empresas.” Y en el mismo lugar se señala: “Uno de los componentes primordiales de este nuevo modelo de asignación de recursos, lo constituye su sistema de evaluación. A través de él cada programa es evaluado desde los ámbitos más distintos por expertos ubicados en Chile como en el extranjero, lo que permite no sólo calificar los programas, sino que, también, permite orientar mejor, tanto a los programas aprobados, como aquellos reprobados y que se puedan mejorar para una próxima presentación. Dentro de este contexto, el sistema de evaluación premiará los programas que incluyan:

-Empresas de tamaño pequeño y mediano, de regiones que postulen asociativamente y que participen en otros programas públicos de apoyo a la competitividad (productivo, de gestión, desarrollo de proveedores, asistencia técnica, producción limpia, transferencia tecnológica, innovación, etc.)

-Productos no tradicionales o emergentes y de mayor valor agregado; bienes y servicios integrados a cadenas de exportación o con potencialidad exportadora y nuevos sectores exportadores especialmente los relacionados con servicios y tecnología.

-Mercados nuevos o emergentes y de países con los cuales Chile ha suscrito acuerdos comerciales.”

#### *2.3.2.2 Componente no concursables*

En el caso del componente de proyectos de exportaciones no concursables, es posible identificar cuatro subcomponentes. El primero lo constituyen los proyectos de apoyo al desarrollo exportador, el que cofinancia proyectos centrados en las regiones del país con el objeto de generar un cambio en la cultura de negocios de las empresas, enfocándolas hacia el exterior. Este subcomponente corresponde a una de las puestas en práctica de la línea de acción estratégica N°1 expuesta en 2.2: ampliación de la base exportadora. Dentro de esta línea de acción es posible identificar al menos dos formas de accionar: el apoyo al desarrollo exportador regional y el programa INTERPYME. Estos programas son de iniciativa primordial de Prochile.<sup>20</sup>

El segundo subcomponente lo constituyen los proyectos de búsqueda y desarrollo de mercados. Estos pretenden generar conocimiento sobre las características de los mercados externos con el fin de detectar oportunidades de negocios internacionales. Este subcomponente corresponde a

<sup>20</sup> El programa INTERPYME corresponde a una metodología preestablecida para operar con PYMEs, particularmente de regiones, con el fin de lograr un cambio en la cultura de negocios de la firma, de modo de orientar su actividad hacia el sector exportador.

una de las formas en que se lleva a la práctica la línea de acción estratégica N°3 mencionada en en 2.2: profundización de la base exportadora. A diferencia de los proyectos anteriores, estos son mayoritariamente financiados por el FPE y se pueden identificar dos líneas de acción: prospección general de nuevos mercados y prospección específica para sectores determinados en mercados con oportunidades comerciales. Estos proyectos tienen orientación general y surgen de la iniciativa de Prochile y no están destinados, necesariamente a servir los intereses particulares de un grupo determinado de firmas. Sin embargo, en la medida que se identifiquen beneficiarios directos, se recurre al co-financiamiento, como en los otros componentes.

El tercer subcomponente lo forman los proyectos de formación e información, los cuales buscan proveer oportunamente de formación e información de alto valor agregado como información comercial, orientación general y personalizada, telefónica y virtual, capacitación presencial y vía internet o promoción virtual a través del sitio web de Prochile. Este subcomponente ha tenido sólo algunos proyectos financiados por el FPE, y de ellos una minoría ha implicado co-financiamiento del sector privado, pues históricamente se ha financiado con los recursos institucionales de Prochile.<sup>21</sup> En lo pertinente, este subcomponente es una de las formas en que se pone en práctica la línea de acción estratégica N°2 expuesta en 2.2: consolidación de la base exportadora.

Por último, se distinguen los proyectos de apoyo al posicionamiento económico comercial de Chile en el exterior. Esta es otra de las líneas de acción del FPE que son cofinanciadas por empresas exportadoras beneficiarias directas de los proyectos y a través de la cual se administran en la actualidad los principales y más tradicionales instrumentos de marketing y promoción de la institución, tales como ferias, misiones, eventos y otros que sirven para el desarrollo exportador de las empresas como para el desarrollo de la imagen de Chile en el exterior. Este tipo de proyectos persiguen tanto la ampliación, como la consolidación y profundización de la base exportadora nacional, dependiendo del tipo de actividad y exportador particular de que se trate.

### **3 Utilización del FPE (Nivel de producción de los Componentes)**

#### ***3.1 Aspectos metodológicos asociados a las bases de datos***

La construcción de bases de datos sobre las cuales se extraen los resultados de la investigación conllevó una serie de dificultades, que debieron ser resueltas. A continuación se presenta una breve descripción de los aspectos más significativos que debieron ser enfrentados.

---

<sup>21</sup> Un caso de proyecto financiado por esta línea, ha sido la implementación del call center para empresas.

### 3.1.1 Respecto de Beneficiarios

Para obtener resultados sobre el uso, acceso y en general características respecto del FPE, se contó con bases de datos para 1999-2001 provistas por Prochile, que distinguen beneficiarios para los proyectos realizados, aunque no distinguen si los proyectos corresponden o no al componente concursable. No obstante, no existe en la institución información similar a esa, digitalizada, para años previos. Por ello, se debió levantar esa información desde las carpetas archivadas en la bodega de Prochile. En consecuencia, no se tiene certeza de contar con la totalidad de la información histórica respecto del uso del FPE, pues es posible que carpetas de proyectos específicos se hayan extraviado desde su lugar de almacenamiento con el paso del tiempo. Por otra parte, no existe un sistema de homologación de criterios de reporte de información en dichas carpetas, respecto del sistema de información construido por la administración de Prochile a partir de 1999. Por ello, no es posible determinar el grado de certeza y precisión de los antecedentes contenidos en las carpetas respecto de los proyectos ejecutados.<sup>22</sup>

El levantamiento de esta información implicó una serie de dificultades, entre las cuales destaca el constatar que muchas carpetas no presentaban antecedentes respecto de la identificación de beneficiarios por RUT, sino que en cambio se hacía referencia a comités exportadores o sólo nombres de empresas, personas o instituciones de diversa naturaleza. Para estos casos, se debió buscar en otras bases de datos (Prochile, SII, entre otras) si existía un RUT atribuible a esos nombres. Sin embargo, después de realizar este ejercicio subsistieron 142 beneficiarios del período 1996-2001 que no fue posible identificar a nivel de RUT (ver Cuadro N° 3).<sup>23</sup>

Entre los beneficiarios sin RUT y producto del ejercicio de encontrarles su RUT, se detectó un grupo de casos especiales. Primero están los beneficiarios 'colectivos', tales como comités exportadores, Profos y asociaciones gremiales. Por una parte, estos beneficiarios en muchos casos no cuentan con identificación de RUT (comités exportadores, por ejemplo). Por otra, si no se consideran como beneficiarios colectivos, se asocian a una sola entidad, en vez de a un grupo de empresas. Aún considerándolos como entidades colectivas, es muy difícil determinar quienes componen estas colectividades y más aún, en un momento específico en el tiempo. Para un reducido número de casos esta identificación se logró establecer y denominamos a estos

<sup>22</sup> La actual administración de Prochile ha manifestado sus dudas respecto de la acuciosidad de la información contenida en las carpetas con anterioridad a 1999 debido a que, de haberlos, los procedimientos de evaluación y control de gestión no habrían tenido una correspondencia en los documentos escritos y finalmente archivados. Esto sería diametralmente opuesto a la actual política de control de gestión, en la que se asegura que los antecedentes efectivos de los proyectos son consignados en la documentación formal que finalmente va a archivo. Esto último sin embargo, no fue constatado por los investigadores, debido a que la información de beneficiarios estaba digitalizada a partir de 1999.

<sup>23</sup> Cabe destacar que 142 corresponde al número máximo de beneficiarios sin RUT, pues estos pueden estar repetidos. Los datos del período 1990-1998 se extrajeron de las carpetas de proyectos de Prochile.

integrantes como beneficiarios indirectos. No obstante, pueden haber casos de beneficiarios colectivos que al poseer identificación a nivel de RUT, pasaron inadvertidamente el filtro *ad-hoc* hecho para determinar si correspondían a no a beneficiarios colectivos.

**Cuadro N° 3 BENEFICIARIOS SIN IDENTIFICACIÓN POR RUT**

Años con beneficio	Período de Beneficios		Total
	1996-2001	1990-1995	
1	131	331	462
2	10	40	50
3	1	9	10
4		2	2
5		1	1
6		2	2
<b>Total</b>	<b>142</b>	<b>385</b>	<b>527</b>

Fuente: Elaboración propia construido en base a datos de diferentes fuentes: 1990-1998: Carpetas de proyectos de Prochile; 1999-2001: Bases de datos provistas por Prochile. Estos beneficiarios aparecían en las fuentes sin especificar la identificación de RUT y esta no se le pudo encontrar en otras bases de datos utilizadas para este efecto.

En segundo término, se detectó un grupo de beneficiarios gubernamentales, tales como Ministerios, Intendencias regionales, Embajadas y oficinas de Prochile en regiones o el exterior. Estos casos, fueron eliminados como beneficiarios de proyectos, aún cuando los proyectos como tales se siguieron considerando para efectos del estudio, pero pasaron a engrosar el grupo de proyectos sin beneficiarios directos.

Un problema general, surge cuando las empresas se transforman en otras personalidades jurídicas cambiando su RUT, como resultado de alguna peculiaridad de sus estrategias corporativas. Estos casos se consideran como beneficiarios distintos, pese a que pueden, desde una perspectiva alternativa, ser considerados como los mismos beneficiarios. Por otra parte, en muchos de estos casos, las nuevas entidades mantienen razones sociales similares a las precedentes, lo que complica la situación aún más en los casos en que estas empresas no tenían un RUT identificado. Durante el proceso de recuperación de estos RUTs, puede haberse incurrido en error que haya llevado a asignarles un RUT diferente al que ese individuo utilizó como empresa exportadora de acuerdo a los datos del Banco Central. En estos casos, no es posible correlacionar los datos de beneficiarios con los datos de exportaciones.

Una característica importante de las empresas es su ubicación geográfica. Esta información no estaba disponible para todos los beneficiarios identificados. Para subsanar esta carencia de

información, se recurrió a variadas bases de datos.<sup>24</sup> No obstante, hubo casos de beneficiarios que no fue posible encontrarles una región. No obstante, en otros casos, las bases de datos proporcionaban regiones contradictorias entre sí. En estos casos, se optó por conservar los antecedentes provistos por las bases de datos del SII.

### 3.1.2 Respetto de Proyectos de Promoción de Exportaciones

Muchos proyectos de promoción de exportaciones benefician directamente a varias empresas. Esta realidad dificulta la identificación de los proyectos con una región geográfica determinada, si los beneficiarios están localizados en diferentes regiones. Para subsanar este problema, el criterio usado para asignarle una región al proyecto corresponde a la moda entre las regiones, es decir la región con mayor número de beneficiarios por proyecto.

Por otra parte, las bases de datos que provienen de Prochile especifican sólo ciertos aspectos del tipo de componente de cada proyecto, pero no todos. Para los años 2000 y 2001, se distingue entre proyectos de prospección, penetración, permanencia e institucional sin distinguir entre ellos, los que corresponden al componente concursable y al no concursable. Tampoco, se distingue entre proyectos que corresponden a gastos de operación o administrativos de la institución. Para el año 1999, los datos no detallan ninguna línea de acción del FPE. Además, de los proyectos de 2000-2001 que presentan aporte de privados (433 proyectos), extrañamente, 73 de ellos no presentan beneficiarios. Sobre este último punto no se pudo hacer ningún tipo de corrección.

Por su parte, para los datos levantados del período 1996-1998, las líneas de acción se determinaron de acuerdo a especificaciones que se pudieron extraer en forma explícita de las carpetas. Sin embargo, en varios casos esta información no estaba disponible de manera evidente, para lo cual la clasificación hecha corresponde a una evaluación subjetiva de los investigadores. En estos casos, se hizo un esfuerzo particular por distinguir entre gastos de operación o administrativos.

### 3.1.3 Respetto de Aspectos Financieros del FPE

Los aspectos financieros del FPE corresponden a los más complejos, debido a que los antecedentes al respecto corresponden a los más escasos. Respecto de las bases de datos que Prochile facilitó para el período 1999-2001, 1999 no muestran aportes privados en ninguno de los proyectos, aunque sí contiene los aportes de Prochile. Respecto de las bases construidas para

---

<sup>24</sup> Se utilizó bases de datos de empresas de Prochile, del SII y bases de datos de empresas construidas por los investigadores.

1996-1998, se modificó los datos contenidos en las carpetas de presentación y aprobación de proyectos con antecedentes que se recopilaron de otras carpetas de proyectos que modificaban los montos asignados a los proyectos en forma retrospectiva.<sup>25</sup> Si bien esos datos son más fieles a los gastos efectivamente ejecutados del FPE, no se puede determinar si se corrigió todo aquello que varió, pues pueden haber ocurrido modificaciones cuyo respaldo físico en la forma de carpetas, resoluciones, etc. ya no está disponible, por ejemplo debido a extravíos. Al respecto, cabe mencionar que Prochile facilitó algunos archivos de los FPEA, fondo de imagen y del FPE de que disponían para algunos años entre 1997 y 2001 que además de los proyectos aprobados por año, contienen resoluciones de la Institución que dan cuenta de alteraciones significativas en los montos asignados a los proyectos y de la data de cada uno de ellos. Dentro de un año, aparecen resoluciones que alteran montos asignados a proyectos de hasta dos o tres años anteriores al año en curso. Desgraciadamente, estos archivos no están completos, ni tampoco corresponden a los archivos finales de cada año, como para ser utilizados de complemento a las bases de datos construidas.<sup>26</sup> Lo que ellos reflejan, sin embargo, es que muchos proyectos de un año se ejecutan en otro año, dando pie a alteraciones en sus presupuestos y afectando de tal manera, el presupuesto del FPE de otro año. Este factor es relevante de tomar en consideración no sólo desde la perspectiva contable, sino también metodológica, pues proyectos que se suponen ocurren en un período, pueden estar siendo ejecutados en períodos posteriores.

### *3.2 Número de Proyectos de Promoción de Exportaciones*

De acuerdo a la información recopilada y analizada, como se aprecia del Cuadro N° 4, se realizaron entre 162 y 312 proyectos anuales (1996 y 2001 respectivamente), sumando un total de 1544 proyectos financiados por el FPE durante el período de estudio. Destaca 1997 como un año con un número particularmente reducido de proyectos respecto del resto del período. La cantidad de proyectos se incrementa en forma sustantiva en 1999, pasando a partir de ese año a realizarse sobre 300 proyectos anuales, mientras que entre 1996 y 1998, la cantidad de proyectos no supera los 250 proyectos anuales.

La mayoría de los proyectos son cofinanciados con el sector privado<sup>27</sup> (68%), ya sean empresas u otro tipo de instituciones. Dentro de este componente, la línea de acción más frecuente corresponde a los proyectos de prospección (30% del total durante el período), seguido de los proyectos de penetración (24% del total). No obstante lo anterior, cabe destacar la importancia

---

<sup>25</sup> Dentro de las carpetas de proyectos archivadas en las bodegas de Prochile, hay carpetas que se refieren a proyectos aprobados con anterioridad que modifican en algunos aspectos estos proyectos.

<sup>26</sup> Es conveniente aclarar que la institución no dispone de archivos más completos que los que nos hiciera llegar en su oportunidad.

<sup>27</sup> Existe la posibilidad que instituciones públicas co-financien algunos de estos proyectos, pero al no contar con una manera de identificar los RUTs de esas instituciones, no se puede desglosar ese subgrupo de cofinanciantes.

que tienen los proyectos sin cofinanciamiento de tipo institucional (26% del total).<sup>28</sup> Si bien para los datos de 1999-2001 no fue posible hacer una categorización tajante respecto a la naturaleza de estos proyectos debido a falta de información y detalle en la base de datos fuente, para los datos entre 1996 y 1998 debido a la mayor riqueza de información que en muchos casos se pudo disponer de las carpetas, se reclasificaron algunos de estos proyectos institucionales como operacionales institucionales, es decir, proyectos que en realidad financian actividades propias de la operación de la institución. Los resultados se presentan más adelante. Debe notarse que en suma, los proyectos institucionales (con y sin cofinanciamiento) suman el 38% del total de proyectos durante el período.

Cuadro N° 4 RESUMEN NÚMERO PROYECTOS

Tipo Financiamiento	Línea acción (**)	Región Metropolitana						Total País						Total		
		(*)						(*)						N°	%	
		1996	1997	1998	1999	2000	2001	Total	1996	1997	1998	1999	2000			2001
No cofinanciado	Prospección	1	0	1	1	3	6	13	6	11	9	9	48	3		
	Penetración	3	1	3	3	1	0	10	5	5	11	5	1	1	28	2
	Permanencia	0	0	0	0	0	0	5	2	3	5	15	1			
	Institucional	2	0	0	0	5	0	9	42	59	48	78	94	75	396	26
	Subtotal	6	1	4	4	9	0	25	65	72	70	96	109	76	488	32
Cofinanciado	Prospección	31	26	58	58	45	44	257	52	44	92	92	89	99	468	30
	Penetración	22	22	52	52	36	36	212	46	33	76	73	65	79	372	24
	Permanencia	5	0	1	1	3	3	15	10	1	1	5	4	7	28	2
	Institucional	15	4	1	1	9	5	43	35	12	14	37	39	51	188	12
	Subtotal	73	52	112	112	93	88	527	143	90	183	207	197	236	1056	68
<b>Total</b>		<b>79</b>	<b>53</b>	<b>116</b>	<b>114</b>	<b>102</b>	<b>88</b>	<b>552</b>	<b>208</b>	<b>162</b>	<b>253</b>	<b>303</b>	<b>306</b>	<b>312</b>	<b>1544</b>	<b>100</b>

Fuente:

Elaboración propia sobre la base de datos proporcionadas por Prochile para 1999-2001 y recuperados de archivos físicos para 1996-1998.

(\*) Los datos por componente de 1999 no están disponibles. Los que aquí se presentan corresponden a estimaciones en base a las proporciones totales del período 1996-2001, incluyendo las estimaciones del 1999 (iterando las estimaciones).

(\*\*) No se dispuso de información para el 2000 y 2001 desagregada por tipo de componente (concursoable v/s no concursoable).

En cantidad, los proyectos del FPE presentan un crecimiento promedio de 11% anual, destacando especialmente las mismas líneas de acción más frecuente mencionadas anteriormente con tasas de crecimiento promedio sobre el 14% anual.

A nivel regional (ver Cuadro Anexo N° 1 en el anexo para todo el detalle regional) destaca la Región Metropolitana (RM) como la que abarca la mayor proporción de proyectos del período. Estos datos y los totales del país se incluyen en el Cuadro N° 4 (36% del total de proyectos y

<sup>28</sup> Dentro de esta categoría se incluyen proyectos que financian a otros Ministerios, por lo general en la forma de misiones comerciales. Proyectos que aparecían con estas instituciones como beneficiarios en las bases fuentes se cambiaron a proyectos institucionales sin beneficiarios directos.

entre 28% -2001- y 46% -1998- para los diferentes años). No obstante, la mayoría de los proyectos corresponde a proyectos *NN*, es decir, a proyectos sin beneficiarios (beneficiarios no identificados con RUT o proyectos sin beneficiarios directos), o proyectos con beneficiarios directos pero sin región identificada.<sup>29</sup>

## **4 Análisis a nivel de Beneficiarios**

### ***4.1 Beneficiarios Potenciales.***

#### ***4.1.1 Cuantificación y localización del universo***

Como se mencionó anteriormente, el FPE está orientado, en general, a desarrollar las exportaciones no tradicionales y en particular al sector PYME exportador, sea este efectivo o potencial. Si bien es cierto el FPE privilegia al sector PYME, esto no implica que se excluya al sector de grandes empresas exportadoras. Lo único que si excluye el FPE en forma explícita a partir de la creación del FPEA en 1995, son las exportaciones de sectores productivos relacionados al agro.<sup>30</sup>

Si bien es cierto, una definición estricta de beneficiarios potenciales del FPE debiera contemplar a todo el sector PYME no agropecuario nacional, las características y dimensionamiento de este sector no está disponible. Como alternativa, sin embargo, se describe a las empresas exportadoras durante el periodo 1996-2001, con el fin de identificar, dentro de este sector, al universo de beneficiarios exportadores potenciales. Para determinar este universo se analizó los datos de exportaciones por empresa del Banco Central provistos por Prochile. Si bien, estos datos contienen antecedentes respecto de las características exportadoras de las empresas, no contienen otro tipo de información relevante, tal como por ejemplo ventas totales. Por ello, puede haber empresas que califiquen como PYMEs exportadoras, que en realidad no correspondan a tales, en el caso en que el grueso de sus ventas esté orientado al mercado interno.

---

<sup>29</sup> Para relacionar una empresa a una región se utilizó diversas bases de datos que se disponían con la dirección de la empresa. En ciertos casos, la fuente (Prochile o las carpetas) menciona la región de la empresa. En los casos en que las bases de datos se contradecían entre sí, se optó por la del SII.

<sup>30</sup> Para acceder al FPEA el 2001, los proyectos de promoción de exportaciones debía implicar acciones respecto de alguna de las 1007 glosas arancelarias predefinidas por el concurso, contenidas en sus bases. Estas incluyen productos del agro, agroindustriales y pecuarios. De este modo, cualquier glosa arancelaria diferente a esas, tiene en principio acceso al FPE.

Cuadro N° 5 NÚMERO DE EXPORTADORES POR SECTOR PRODUCTIVO

	Región Metropolitana						Total País												
	Corrientes						Corrientes						Acumulados desde 1991						Δ
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	1996	1997	1998	1999	2000	2001	1996	1997	1998	1999	2000	2001	1996
<b>Recursos Naturales</b>																			
Forestal	5	4	4	8	5	6	27	26	20	33	27	34	72	75	79	88	96	103	7,4
Hortofrutícola	350	315	295	319	287	280	713	644	631	658	653	615	1562	1647	1767	1909	2051	2180	6,9
Minero	46	52	53	51	52	44	79	89	96	95	89	81	150	167	182	197	210	223	8,3
Pesquero	9	8	13	14	14	16	41	36	37	38	31	34	74	80	82	87	88	91	4,2
Pecuario	39	34	37	36	39	48	137	156	159	152	98	121	404	439	456	478	501	530	5,6
<b>Subtotal</b>	<b>449</b>	<b>413</b>	<b>402</b>	<b>428</b>	<b>397</b>	<b>394</b>	<b>997</b>	<b>981</b>	<b>943</b>	<b>976</b>	<b>878</b>	<b>885</b>	<b>2262</b>	<b>2408</b>	<b>2566</b>	<b>2759</b>	<b>2946</b>	<b>3127</b>	<b>6,7</b>
<b>Recursos Naturales Procesadas</b>																			
Forestal	401	385	384	388	388	353	641	643	628	643	619	589	2032	2215	2367	2535	2704	2835	6,9
Hortofrutícola	274	288	316	327	311	309	500	497	531	556	528	572	993	1085	1172	1266	1348	1459	8,0
Minero	129	134	140	167	146	161	177	163	183	205	180	206	444	480	531	579	610	656	8,1
Pesquero	177	171	168	183	166	176	465	450	468	489	473	507	1020	1105	1201	1327	1427	1530	8,4
Pecuario	27	30	32	30	31	36	67	63	68	72	71	73	137	145	159	172	181	185	6,2
<b>Subtotal</b>	<b>1008</b>	<b>1008</b>	<b>1040</b>	<b>1095</b>	<b>1042</b>	<b>1035</b>	<b>1850</b>	<b>1816</b>	<b>1878</b>	<b>1965</b>	<b>1871</b>	<b>1947</b>	<b>4626</b>	<b>5030</b>	<b>5430</b>	<b>5879</b>	<b>6270</b>	<b>6665</b>	<b>7,6</b>
<b>Otros Productos Industriales</b>																			
Metal mecánico	1025	1066	1131	1208	1140	1142	1552	1543	1623	1725	1558	1560	4405	4982	5594	6240	6777	7299	10,6
Químico	543	579	583	589	588	586	720	762	775	769	754	785	1358	1508	1653	1769	1888	2011	8,2
Textil	368	370	358	323	280	276	481	466	453	403	361	347	1403	1515	1613	1692	1761	1839	5,6
Otros	110	96	87	88	79	71	135	118	110	105	96	88	372	401	431	457	482	506	6,3
<b>Subtotal</b>	<b>2046</b>	<b>2111</b>	<b>2159</b>	<b>2208</b>	<b>2087</b>	<b>2075</b>	<b>2888</b>	<b>2889</b>	<b>2961</b>	<b>3002</b>	<b>2769</b>	<b>2780</b>	<b>7538</b>	<b>8406</b>	<b>9291</b>	<b>10158</b>	<b>10908</b>	<b>11655</b>	<b>9,1</b>
<b>Servicios</b>	<b>75</b>	<b>84</b>	<b>91</b>	<b>89</b>	<b>117</b>	<b>113</b>	<b>104</b>	<b>111</b>	<b>117</b>	<b>123</b>	<b>152</b>	<b>161</b>	<b>186</b>	<b>210</b>	<b>236</b>	<b>264</b>	<b>296</b>	<b>328</b>	<b>12,0</b>
<b>Total no agropecuarios</b>																			
<b>Total</b>	<b>3578</b>	<b>3616</b>	<b>3692</b>	<b>3820</b>	<b>3643</b>	<b>3617</b>	<b>5839</b>	<b>5797</b>	<b>5899</b>	<b>6066</b>	<b>5670</b>	<b>5773</b>	<b>14612</b>	<b>16054</b>	<b>17523</b>	<b>19060</b>	<b>20420</b>	<b>21775</b>	<b>8,3</b>
	<b>Beneficiarios Potenciales</b>																		

Los resultados que arrojan los datos del Banco Central, se presentan en Cuadro N° 5.<sup>31</sup> La clasificación sectorial del cuadro se detalla en el Cuadro Anexo N° 2. La asignación sectorial de las empresas exportadoras se hizo de acuerdo al sector CIU (4 dígitos) principal de sus exportaciones para cada año.<sup>32</sup> Se presenta en el cuadro como a beneficiarios potenciales del FPE al total de exportadores entre 1996-2001, sin embargo se distingue entre aquellos cuyo principal producto exportado es agropecuario marcándolos en rojo debido a la peculiaridad de su caso. Si bien estos exportadores corresponden más a beneficiarios potenciales del FPEA, también es

<sup>31</sup> Las bases del Banco Central incluían empresas con RUT 0000 o identificadores extraños que tenían exportaciones nulas. Estos casos se eliminaron y por ello la cantidad de exportadores puede diferir a los presentados por otros estudios basados en similares bases de datos.

<sup>32</sup> Las firmas se atribuyeron a un sector productivo en base al sector principal de sus exportaciones. De este modo, si este sector cambia de un año a otro tal que se altere la clasificación sectorial, la empresa se considera en el sector pertinente en cada año.

cierto que pueden ser sujetos potenciales del FPE en la medida que otros productos de su canasta exportadora sean sujetos del FPE.<sup>33</sup> Estos exportadores corresponden a los sectores hortofrutícolas y pecuarios procesados y sin procesar. Durante el período de estudio, el número de beneficiarios potenciales corrientes, es decir que exportaron en el año, fluctuó aproximadamente entre 4400 y 4600 empresas anuales, aunque acumuladas desde 1991, suman 21775 empresas (17421 no agropecuarias). Los sectores productivos más *poblados*, es decir, aquellos con mayor número de empresas, y por lo tanto sectores donde mayor concentración de beneficiarios potenciales hay, corresponden al sector de otros productos industriales, seguido por el de recursos naturales procesados y éste por el de recursos naturales. Último se encuentra el sector servicios. Al interior de estos sectores, el metal mecánico corresponde al sector más *populoso*, seguido por el químico y éste por los diferentes sectores de recursos naturales procesados.<sup>34</sup>

Cuadro N° 6 DISTRIBUCIÓN REGIONAL DE EXPORTADORES

Año	Región														Total SR*	Acumulado **
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	SR*		
<b>Exportadores Corrientes</b>																
1996	252	40	26	86	291	98	104	153	42	166	22	174	3578	807	5839	14612
1997	217	45	24	85	278	107	110	165	51	162	30	201	3616	706	5797	16054
1998	221	43	29	84	298	110	105	166	58	190	25	189	3692	689	5899	17523
1999	235	48	26	88	325	110	123	187	63	196	20	190	3820	635	6066	19060
2000	216	48	29	94	321	118	130	184	56	208	14	128	3643	481	5670	20420
2001	203	46	21	86	299	126	132	194	54	205	19	123	3617	648	5773	21775
<b>Exportadores Nuevos desde 1991</b>																
1996	63	4	6	21	71	19	25	32	9	24	3	24	789	547	1637	14612
1997	62	12	4	14	49	20	22	36	14	31	6	27	689	456	1442	16054
1998	60	5	8	17	65	22	17	27	18	45	5	18	731	431	1469	17523
1999	68	10	4	11	84	18	24	33	19	38	0	25	767	436	1537	19060
2000	58	10	10	28	67	27	29	31	16	53	2	18	679	332	1360	20420
2001	37	9	0	12	47	24	22	34	8	34	4	9	613	502	1355	21775
<b>Total</b>	<b>1035</b>	<b>125</b>	<b>74</b>	<b>210</b>	<b>895</b>	<b>266</b>	<b>299</b>	<b>440</b>	<b>181</b>	<b>499</b>	<b>59</b>	<b>549</b>	<b>10480</b>	<b>6663</b>	<b>21775</b>	<b>21775</b>
<b>Tasa Δ</b>	<b>13</b>	<b>12</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>12</b>	<b>14</b>	<b>18</b>	<b>14 (*)</b>	<b>15</b>

(\*) S R: Sin región

(\*\*) Se excluye del total las empresas no identificadas regionalmente

Regionalmente, los beneficiarios potenciales tienen una significativa concentración en la RM. La

<sup>33</sup> Existen experiencias de exportadores agropecuarios pequeños que además de productos de esta naturaleza, ofrecen al exterior servicios (como resultado de su *know-how*) y productos de naturaleza diferente.

<sup>34</sup> Los sectores más dinámicos en términos de creación de empresas al año 2001, es decir, sectores en los que aparecen proporcionalmente más nuevas firmas exportadoras y que acumulan mayor cantidad de empresas a lo largo de los años, corresponden al sector servicios y al sector metal mecánico. Los sectores mineros, químico y pesquero procesado presentan tasas de creación de empresas similares al promedio país y el resto de los sectores, tasas inferiores.

distribución regional se presenta en el Cuadro N° 6 . Esta región incrementa su participación de de 65% de los exportadores en 1996 a 67% en el 2001.

Los beneficiarios potenciales exportadores no exportan todos los años, por lo que el universo agregado no corresponde a la suma de los exportadores de cada año, ni tampoco al número de exportadores de un año. Se calculó el universo de los potenciales beneficiarios exportadores agregado desde 1991 y se encontró que al 2001, estos ascienden a más de 17421, 8900 de los cuales se localizan en la RM. El tamaño del universo es referencial, pues exportadores potenciales del FPEA también pueden ser objeto de acceso al FPE si logran diversificación de productos compatibles con el FPE .La composición regional del pool de exportadores totales no ha variado significativamente durante la década.<sup>35</sup>

#### 4.1.2 Caracterización del universo de beneficiarios potenciales

Con el fin de analizar las características de los beneficiarios efectivos en relación del universo de beneficiarios potenciales, se determinó algunas características de este último grupo. La caracterización, al margen de la distribución sectorial y regional se hizo respecto de la experiencia exportadora y el volumen de exportaciones de las empresas. Estas características se desglosan por categoría sectorial y regional.

##### 4.1.2.1 Experiencia exportadora

Para caracterizar a los beneficiarios potenciales, se calculó la experiencia exportadora para el período 1991-2001, como la cantidad de años que una misma firma (RUT) ha exportado desde 1991 hasta cada año de la década. Estos valores se presentan en el Cuadro N° 7 desglosando a las empresas por la estructura sectorial, los que indican que en promedio, los exportadores presentaban en el 2001 5,1 años de experiencia exportadora, mientras que las empresas del universo de beneficiarios potenciales (los anteriores menos los exportadores agropecuarios), tenía una experiencia promedio de 4,9 años. Esta diferencia se explica por la relativa mayor longevidad exportadora que presentan las empresas del sector hortofrutícola (procesado y no procesado), excluidas del universo de beneficiarios potenciales desde 1996. Estos sectores eran considerados como de exportaciones no tradicionales en los 1970s y 1980s, pero en la actualidad corresponden a sectores de exportaciones más tradicionales (por ejemplo frutas).

---

<sup>35</sup> Esto es resultado de que no se observan grandes diferencias en la capacidad de creación de empresas exportadoras a nivel regional. Excluyendo del total aquellas no identificadas regionalmente, sólo las regiones 1ª, 2ª y 12ª presentan tasas de creación de empresas inferior al promedio del país.

**Cuadro N° 7 EXPERIENCIA DE EXPORTADORES POR SECTOR PRODUCTIVO  
1991-2001**

	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
<b>Recursos Naturales</b>											
Forestal	1.0	1.7	2.3	2.7	3.3	4.2	4.3	4.7	4.1	4.5	4.6
Hortofrutícola	1.0	1.7	2.3	2.8	3.1	3.6	4.3	4.6	4.7	5.0	5.3
Mínero	1.0	1.6	2.4	3.1	3.4	3.8	4.1	4.5	4.8	5.4	6.0
Pesquero	1.0	1.8	2.6	2.9	3.0	3.6	4.3	5.1	5.4	6.8	7.1
Pecuario	1.0	1.6	2.2	2.6	2.8	3.3	3.5	4.0	4.4	4.6	4.6
<b>Subtotal</b>	<b>1.0</b>	<b>1.7</b>	<b>2.3</b>	<b>2.8</b>	<b>3.1</b>	<b>3.8</b>	<b>4.2</b>	<b>4.7</b>	<b>4.8</b>	<b>5.6</b>	<b>5.9</b>
<b>Recursos Naturales Procesado</b>											
Forestal	1.0	1.5	2.0	2.3	2.9	3.3	3.7	4.2	4.4	4.7	5.2
Hortofrutícola	1.0	1.7	2.3	2.9	3.4	3.9	4.3	4.9	5.1	5.7	5.8
Mínero	1.0	1.6	2.1	2.6	3.1	3.5	4.0	3.9	4.3	5.2	5.1
Pesquero	1.0	1.7	2.3	2.8	3.3	3.8	4.2	4.4	4.4	4.8	5.1
Pecuario	1.0	1.6	2.3	2.9	3.6	4.2	4.5	5.2	5.2	5.9	6.7
<b>Subtotal</b>	<b>1.0</b>	<b>1.6</b>	<b>2.2</b>	<b>2.6</b>	<b>3.2</b>	<b>3.5</b>	<b>3.9</b>	<b>4.3</b>	<b>4.4</b>	<b>4.8</b>	<b>5.1</b>
<b>Otros Productos Industriales</b>											
Metal mecánico	1.0	1.4	1.8	2.1	2.4	2.7	3.1	3.2	3.5	3.9	4.2
Químico	1.0	1.7	2.3	2.9	3.4	3.9	4.3	4.7	5.1	5.5	5.9
Textil	1.0	1.6	2.0	2.6	3.1	3.5	3.8	4.4	4.9	5.1	5.4
Otros	1.0	1.6	2.0	2.4	3.0	3.2	3.6	4.0	4.4	4.7	5.2
<b>Subtotal</b>	<b>1.0</b>	<b>1.5</b>	<b>2.0</b>	<b>2.4</b>	<b>2.8</b>	<b>3.1</b>	<b>3.5</b>	<b>3.8</b>	<b>4.1</b>	<b>4.5</b>	<b>4.8</b>
<b>Servicios</b>	<b>1.0</b>	<b>1.5</b>	<b>1.8</b>	<b>2.1</b>	<b>2.8</b>	<b>2.8</b>	<b>3.2</b>	<b>3.5</b>	<b>3.9</b>	<b>4.2</b>	<b>4.4</b>
<b>Total Exportadores</b>	<b>1.0</b>	<b>1.6</b>	<b>2.1</b>	<b>2.5</b>	<b>3.0</b>	<b>3.4</b>	<b>3.8</b>	<b>4.1</b>	<b>4.4</b>	<b>4.8</b>	<b>5.1</b>
<b>Beneficiarios Potenciales</b>	<b>1.0</b>	<b>1.6</b>	<b>2.1</b>	<b>2.5</b>	<b>3.0</b>	<b>3.3</b>	<b>3.7</b>	<b>4.0</b>	<b>4.2</b>	<b>4.6</b>	<b>4.9</b>

Fuente:

Elaboración propia basada en datos del Banco Central provistos por Prochile.

Los subtotales no incluyen a los sectores excluidos de beneficiarios potenciales (en rojo y cursiva).

Para analizar la experiencia exportadora relativa de los diferentes sectores, se calculó un índice que agrega las veces que cada sector presenta experiencia mayor al promedio nacional. Los resultados no se presentan por razones de espacio, pero se describen a continuación. Sectorialmente, destacan los beneficiarios potenciales de los sectores de recursos naturales y recursos naturales procesados, como los sectores con mayor experiencia exportadora (5,9 y 5,1 años en promedio respectivamente en 2001). Del sector otros productos industriales, sólo el sector químico tiene empresas con experiencia exportadora sistemáticamente mayor al de universo de beneficiarios potenciales (5,9 años en el 2001, v/s 5,1 en el 2001, con 10 años con valores superiores al promedio nacional). El resto de los otros productos industriales, así como el sector servicios, tiene exportadores con menor experiencia exportadora que el promedio nacional (5,1 años). Por ejemplo, el sector metalmecánico presenta empresas con 4,2 años promedio de experiencia exportadora y en ningún año desde 1991 el sector presentó experiencia exportadora

mayor al promedio nacional.

#### 4.1.2.2 Volumen de exportaciones

Se estratificó a las empresas exportadoras de acuerdo al rango de volumen exportado promedio por año durante el período 1996-2001. El Cuadro N° 8 permite ver que la gran mayoría de las empresas (34%) exportó en promedio menos de USD 10 mil al año, seguidas por aquellas que exportaron entre USD 10 mil y USD 50 mil al año en promedio (26%). Una significativa participación tienen los exportadores con volúmenes exportados promedio entre USD 100 mil y USD 1 millón (22%). También se observa que las empresas que exportan menos de USD 100 mil al año corresponden al grupo más abundante de exportadores en los diferentes años (en torno al 60%). Los exportadores con volúmenes entre USD 100 mil y USD 1 millón acumulan una creciente proporción de los exportadores alcanzando hasta un 26% a fines del período, mientras que las exportadoras de más de USD 1 millón, representan un 16%.<sup>36</sup>

**Cuadro N° 8 DISTRIBUCIÓN DE EMPRESAS Y VOLUMEN EXPORTADO**

	Rango de Monto Exportado (Miles de USD corrientes)							Total	Rango de Monto Exportado (%)			Total
	1.000								0 - 100	100 - 1.000	1.000 - +	
	0 - 10	10 - 50	50 - 100	100 - 1.000	1.000 - 10.000	10.000 - 100.000	100.000 - +					
Número de Empresas							Distribución (%)					
1996	1645	1312	498	1447	740	173	24	5839	59.2	24.8	16.0	100.0
1997	1569	1257	528	1460	764	194	25	5797	57.9	25.2	17.0	100.0
1998	1591	1307	540	1491	745	204	21	5899	58.3	25.3	16.4	100.0
1999	1663	1326	569	1534	754	199	21	6066	58.7	25.3	16.1	100.0
2000	1419	1254	568	1453	752	201	23	5670	57.2	25.6	17.2	100.0
2001	1519	1320	528	1480	733	171	22	5773	58.3	25.6	16.0	100.0
P(1996-2001)	1568	1296	539	1478	748	190	23	5841				
T(1996-2001)	4780	3731	1332	3049	1032	211	21	14156	69.5	21.5	8.9	100.0
P(1996-2001)/ T(1996-2001)	32,8	34,7	40,4	48,5	72,5	90,2	107,9	41,3				
Volumen Exportado (%)							Distribución (%)					
1996	0.0	0.2	0.2	3.4	15.5	30.0	50.6	100	0.5	3.4	96.1	100.0
1997	0.0	0.2	0.2	3.0	14.3	29.7	52.6	100	0.4	3.0	96.5	100.0
1998	0.0	0.2	0.3	3.7	16.1	35.2	44.5	100	0.5	3.7	95.8	100.0
1999	0.0	0.2	0.3	3.4	15.3	34.1	46.7	100	0.5	3.4	96.1	100.0
2000	0.0	0.2	0.2	2.9	13.3	31.0	52.4	100	0.4	2.9	96.6	100.0
2001	0.0	0.2	0.2	3.4	14.8	31.2	50.1	100	0.5	3.4	96.2	100.0

T(1996-2001): Total empresas durante 1996-2001

P(1996-2001): Promedio empresas anuales durante 1996-2001

<sup>36</sup> Nótese que los porcentajes de la fila con el total de empresas no es similar a los valores anuales. Ello se debe a que existen muchas empresas exportadoras esporádicas que exportan pocas veces y poca cantidad durante el período que abultan el estrato USD 0-100 mil por sobre los niveles anuales.

El cuadro permite notar que existe una relación positiva entre el volumen exportado y la estabilidad en la actividad exportadora de las empresas, es decir, mientras mayor es el volumen exportado por una empresa, mayor es la probabilidad de mantenerse exportando de manera regular (en ese estrato). La proporción de empresas que en promedio exporta en un año en cada estrato de volumen exportado (P(1996-2001)) respecto del total de empresas que exportó durante el período en ese estrato (T(1996-2001)), aumenta con el volumen exportado. En efecto, el promedio de exportadores que se observan en un año exportando entre USD 0-10 mil, corresponden al 33% de los exportadores que han exportado en ese rango durante el período. Por el contrario, la cantidad de exportadores promedio anual que envía entre USD 10 y 100 millones equivale al 90% de los exportadores que alguna vez han exportado dentro de ese rango durante el período.

Por otra parte, el cuadro permite verificar que las empresas que exportan menos de USD 100 mil, pese a representar en torno al 70% de los exportadores de cada año, acumulan menos del 1% del total de exportaciones de cada año. El 96% de las exportaciones son realizadas por el 17% de las empresas exportadoras de cada año, las que corresponden a exportaciones individuales sobre USD 1 millón. Dentro de este estrato, el 50% de las exportaciones corresponden a envíos hechos por empresas que individualmente exportan sobre USD 100 millones, que corresponden sólo a una veintena de empresas, correspondiente a menos de 1% del total de empresas exportadoras de un año.

#### ***4.2 Beneficiarios objetivos***

No se dispuso de información de las metas de FPE en términos de número de beneficiarios objetivo, ni de proyectos por año, ni sectores o contenidos específicos que se deseaba apoyar. La institución planteó que sus objetivos no siempre son medibles para posterior evaluación en términos de beneficiarios directos de financiamiento público-privados y/o número de proyectos. De este modo, bien puede la institución priorizar para un período determinado una cantidad reducida de proyectos que no conlleven un esquema de cofinanciamiento al no estar orientado a beneficios que sean apropiables directamente por empresas particulares.

Debido a la escasez de información, no se incluye información sobre cuantificación de metas en términos de beneficiarios objetivo.

#### ***4.3 Caracterización de Beneficiarios Efectivos.***

Los antecedentes indican que los proyectos beneficiaron a 2531 beneficiarios durante el período 1996-2001. El Cuadro N° 9 muestra que se benefició entre 510 y 995 beneficiarios cada año. En

promedio, hubo 707 beneficiarios por año, donde 1999 fue un año con un número excepcionalmente alto de beneficiarios (995). Por su parte, destaca 2001 como un año con una cantidad excepcionalmente baja de beneficiarios (510), siendo similar sólo a niveles de 1997.

Una forma de explicar la caída de beneficiarios del 2001 sería corroborar la hipótesis que sugiere que la razón se debe a que el tipo de beneficiarios contabilizados no es homogéneo; beneficiarios individuales y colectivos. Esta hipótesis sugiere que los años de pocos beneficiarios tendrían una alta proporción de beneficiarios colectivos, tales como asociaciones gremiales, comités exportadores y/o Profos<sup>37</sup> a los que no se les identificó sus integrantes, mientras que los años con muchos beneficiarios tendrían pocos beneficiarios colectivos, pues estos ya tendrían identificados a sus integrantes. En este sentido, el 2001 sería un año con mayor cantidad relativa de beneficiarios colectivos. El Cuadro N° 10 desglosa el tipo de beneficiarios que se logró identificar para cada año. El desglose no permite corroborar la hipótesis, pues los años con pocos beneficiarios, no tienen una cantidad de beneficiarios colectivos superiores a la de otros años. Asimismo, 1999, el año la mayor cantidad de beneficiarios, tiene a su vez la mayor cantidad de beneficiarios colectivos sin individualizar a sus miembros.<sup>38</sup>

Prochile ha sugerido como explicación de la caída de beneficiarios de 2001, que los beneficiarios reales antes de la instauración del concurso eran menos que los consignados en las carpetas archivadas, debido a que no habría habido un sistema de control de gestión que asegurase que las empresas que proyectaban participar de un proyecto (cariz de la información contenida en las carpetas), efectivamente lo hayan hecho. El sistema del concurso compromete la participación de los beneficiarios por medio de diversos instrumentos (boletas de garantías, etc.) que aseguraría que el número de beneficiarios consignados en las bases de datos utilizadas efectivamente fueron beneficiarios.

Del total de beneficiarios, no fue posible identificarles región al 17%, lo que representó entre cerca de 0% y 28% de los beneficiarios de cada año. Entre los beneficiarios identificados regionalmente, destacan aquellos de la Región Metropolitana concentrando entre el 48% del total de beneficiarios y entre el 49% (2001) y el 63% (1998) de los beneficiarios de cada año. El detalle de la distribución regional de beneficiarios se encuentra en el Cuadro Anexo N° 3 .

---

<sup>37</sup> Profo es un instrumento administrado por CORFO, que financia la coordinación de actividades gestionadas por un grupo de empresas.

<sup>38</sup> Los beneficiarios colectivos que no identifican sus integrantes aparecen como un beneficiario.

Cuadro N° 9 NÚMERO DE BENEFICIARIOS DEL FPE

AÑO	REGIÓN													Sin Región	TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13		
1996	11	7	9	11	21	7	6	35	16	7	15	10	372	202	729
1997	8	10	7	6	35	6	6	34	9	21	2		315	74	533
1998	16	15	8	5	51	16	8	34	15	18	3	2	464	83	738
1999	35	32	31	11	79	19	20	68	48	65	11	13	559	4	995
2000	17	10	11	5	105	11	8	36	28	55	2	25	368	55	736
2001	17	15	5	1	58	9	14	33	22	39	4	5	250	38	510
<b>TOTAL</b>	<b>71</b>	<b>57</b>	<b>44</b>	<b>22</b>	<b>227</b>	<b>38</b>	<b>40</b>	<b>125</b>	<b>86</b>	<b>113</b>	<b>24</b>	<b>45</b>	<b>1215</b>	<b>424</b>	<b>2531</b>
<b>BENEFICIARIOS NUEVOS</b>															
1996	11	7	9	11	21	7	6	35	16	7	15	10	372	202	729
1997	6	8	3		25	5	4	13	4	19			161	64	312
1998	7	8	4	3	33	12	3	15	8	12	1	2	221	71	400
1999	24	21	22	4	57	6	15	35	34	42	7	13	234	4	518
2000	15	4	4	3	61	3	4	13	11	27		18	142	53	358
2001	8	9	2	1	30	5	8	14	13	6	1	2	85	30	214
<b>PARTICIPACIÓN DE NUEVOS BENEFICIARIOS (%)</b>															
1997	75	80	43		71	83	67	38	44	90			51	86	59
1998	44	53	50	60	65	75	38	44	53	67	33	100	48	86	54
1999	69	66	71	36	72	32	75	51	71	65	64	100	42	100	52
2000	88	40	36	60	58	27	50	36	39	49		72	39	96	49
2001	47	60	40	100	52	56	57	42	59	15	25	40	34	79	42
Índice N° Años Región > País	4	3	1	3	5	3	4	1	2	4	1	3	0	5	

Fuente:

Elaboración propia en base a antecedentes recopilados (bases de datos de Prochile para 1999-2001 y levantados por este estudio para 1996-1998). Los datos de beneficiarios sin región se están revisando.

La participación sobre el total de los beneficiarios en la RM, sin embargo, muestra una caída en forma sostenida a partir de 1998. De representar un 63% de los beneficiarios en 1998, en el 2001, los beneficiarios de la RM alcanzaron un 50%. En segundo lugar, se encuentra la 5ª región, concentrando el 9% del total de beneficiarios durante todo el período. Es notorio el incremento en la participación de los beneficiarios de esta región sobre el total nacional, pasando de tener 3% en 1996 a 11% del total en 2001. En tercer lugar se encuentra la 8ª región, concentrando el 5% del total de beneficiarios del período, participación que fluctuó entre el 5% y 7% en los diferentes años. Le sigue la 10ª región, concentrando un 4% del total de beneficiarios, pero mostrando un claro crecimiento en la participación desde 1996 con un 1% ese año a 8% del total nacional en el 2001. A excepción de la 1ª y la 9ª regiones, que presentan magnitudes levemente superiores al resto de las regiones, todas las restantes muestran una participación entre 1% y 3% del total, sin patrones significativos de destacar.

Cuadro N° 10 TIPO DE BENEFICIARIOS – INDIVIDUALES Y COLECTIVOS

	Individuales		Colectivos		Total
	Individuales	De colectivos Individualizados	Integrantes No Individualizados	Integrantes Individualizados	
1996	546	174	10	3	730
1997	528	0	5	0	533
1998	738	0	0	0	738
1999	976	0	19	0	995
2000	725	0	11	0	736
2001	504	0	6	0	510
Total	4017	174	51	3	2531

Los beneficiarios de cada año pueden ser nuevos o repetidos respecto de años anteriores. Se verificó esta composición y se encontró una importante coincidencia de beneficiarios en proyectos adjudicados en años anteriores. Cada año, los beneficiarios nuevos abarcaron entre el 42% y el 59% del total de beneficiarios de un año. Para identificar algún patrón regional en la incorporación de nuevos beneficiarios al *pool* de beneficiarios, se calculó un índice que suma un indicador regional anual que toma valores 1 o 0, dependiendo si el número de beneficiarios nuevos sobre el total regional de cada año supera o no, respectivamente, al promedio nacional. A mayor índice, mayor es el número de veces (años) que la región presenta un cociente nuevos/total mayor al promedio nacional, y por lo tanto corresponde a una región que genera relativamente más beneficiarios nuevos. Este índice también se presenta en Cuadro N° 9 y muestra que la Región Metropolitana corresponde a la región que relativamente tiene la menor tasa de generación de beneficiarios nuevos durante el período, mientras que la quinta región corresponde a la que genera relativamente más beneficiarios nuevos. Le siguen la 7ª, 1ª y 10ª.

Cuadro N° 11 BENEFICIARIOS POR TIPO DE PROYECTO

Tipo Financiamiento	Línea acción	Región Metropolitana						País					
		1996	1997	1998	1999	2000	2001	1996	1997	1998	1999	2000	2001
No cofinanciado	Prospección	3	0	3	11	30	0	18	0	4	21	56	0
	Penetración	11	6	21	11	3	0	22	7	31	18	3	0
	Permanencia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Institucional	6	0	0	12	34	0	8	0	1	20	65	0
Cofinanciado	Prospección	167	178	354	345	244	163	324	335	568	633	505	334
	Penetración	149	142	338	277	159	118	261	196	447	442	287	255
	Permanencia	32	0	7	21	19	9	51	4	8	30	27	12
	Institucional	120	30	1	83	81	25	243	43	3	144	174	34
<b>Total</b>		<b>373</b>	<b>315</b>	<b>464</b>	<b>559</b>	<b>368</b>	<b>250</b>	<b>730</b>	<b>533</b>	<b>738</b>	<b>995</b>	<b>736</b>	<b>510</b>

Fuente:

Elaboración propia en base a bases de datos proporcionadas por Prochile para 1999-2001 y recuperados de archivos físicos para 1996-1998. Los antecedentes no mencionan si se trata o no de proyectos que compiten en Concurso de Proyectos de promoción de exportaciones entre 2000-2001 ni sobre la línea de acción para 1999.

La cantidad de beneficiarios por proyecto de la RM es notoriamente más alto que el total país. Mientras el promedio de beneficiarios para la RM durante el período 1996-1998 es de 8,2 , para el país es de 4,1; para el período 2000-2001, la RM presenta un promedio de 5,2 mientras el total país de 3,2. Esto indica que en la RM, los beneficiarios se asocian más para realizar proyectos que en regiones, debido probablemente a una mayor población de empresas accesible con las cuales asociarse para realizar proyectos en conjunto.

Los beneficiarios reciben mayoritariamente beneficios de tipo cofinanciado de prospección (entre 44% del total en 1996 en la RM y país y 77% del total en 1998 en RM y país), seguidos por proyectos cofinanciados de penetración (entre 40% y 73% del total para la RM -1996 y 1998 respectivamente- y 36% y 61% del total nacional en los mismos años mencionados).

#### *4.3.1 Beneficiarios Efectivos Exportadores*

Los datos indican que entre un 33% y un 50% de los beneficiarios efectivos de cada año corresponde a individuos que exportan durante el año en que recibe el beneficio. Es decir, la mitad de los beneficiarios efectivos son individuos que forman parte de lo que se definió como universo de beneficiarios potenciales. Sólo estos beneficiarios pueden ser caracterizados, pues no se dispone de información respecto del resto de las empresas. Esta caracterización se detalla en el Cuadro Anexo N° 4 y Cuadro N° 13 .

El Cuadro N° 12 presenta la distribución de beneficiarios de acuerdo al primer año de beneficio y primer año en que realizó exportaciones, con el fin de determinar cuantos de los beneficiarios no realizan exportaciones durante el período de análisis. Hay un 46% de los beneficiarios (1161 empresas) que no son exportadoras ni durante los años de análisis (1996- 2001), ni previamente (1991-1995). Esto explica la importancia y peso que tienen los proyectos de prospección del FPE.

Sectorialmente, los beneficiarios exportadores que reciben beneficio del FPE en un año en particular tienden a concentrarse de manera similar en los sectores de otros productos industriales y de recursos naturales procesados (en torno al 47% en cada sector) y en menor medida en el sector de recursos naturales sin procesar (un 5% en promedio) y servicios (alrededor de 1%). Respecto de los exportadores que han recibido beneficios del FPE en el año o con anterioridad a ese año, se observa una menor preponderancia de exportadores del sector de recursos naturales procesados (31%) y mayor proporción en el sector de recursos naturales (7%) y de servicios (2%). Esto muestra que, en la medida que los exportadores no hayan cambiado de macro sectores productivos, durante el período de estudio el FPE favorece proporcionalmente

más a exportadores del sector de recursos naturales procesados y de servicios del año respecto de cómo lo hizo en el pasado, en el que se favoreció proporcionalmente más a exportadores del sector de recursos naturales sin procesar.

**Cuadro N° 12 DISTRIBUCIÓN DE BENEFICIARIOS SEGÚN AÑO DE PRIMER BENEFICIO Y AÑO PRIMERA EXPORTACIÓN (1996-2001)**

Año Primer Beneficio FPE	Sin RUT	Año Primera Exportación											No Exporta	Total	
		1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001			
1990	2	45	4	2	1	1	1	0	0	0	0	0	0	7	63
1991	1	41	3	3	3	1	1	0	1	2	0	0	0	9	65
1992	0	82	6	10	3	4	3	0	0	1	0	0	22	131	
1993	3	66	18	11	9	12	2	5	1	3	2	0	21	153	
1994	6	39	15	12	5	4	2	1	2	3	1	0	27	117	
1995	7	34	8	0	13	11	3	4	3	4	1	0	47	135	
1996	74	44	10	14	11	17	18	12	3	1	6	6	129	345	
1997	34	43	12	10	6	9	11	5	4	1	5	1	83	224	
1998	14	54	10	11	10	7	14	12	7	5	4	5	154	307	
1999	0	52	10	19	13	17	13	17	19	16	9	7	265	457	
2000	1	11	2	6	6	2	10	7	6	13	11	5	256	336	
2001	0	7	1	6	7	3	1	3	5	9	9	5	141	197	
<b>Total</b>	<b>142</b>	<b>518</b>	<b>99</b>	<b>104</b>	<b>87</b>	<b>88</b>	<b>79</b>	<b>66</b>	<b>51</b>	<b>58</b>	<b>48</b>	<b>29</b>	<b>1161</b>	<b>2530</b>	

Al analizar la experiencia exportadora de los beneficiarios exportadores de cada año, datos presentados en el Cuadro N° 15, es posible notar que en comparación al total de empresas exportadoras (ver Cuadro N° 7), las beneficiarias en promedio corresponden a empresas con mayor experiencia que el universo de exportadores de cada año para todos los sectores productivos. La diferencia en experiencia exportadora de las empresas beneficiarias del año (corrientes) es en promedio un 50% mayor a la del total de exportadores de un año durante el período 1996-2001 (este porcentaje varía entre 45% -1996- y 56% -1998 y 1999- durante el período; la experiencia exportadora promedio es de 6 años en el 2001 respecto de 4 años de para el total de beneficiarios potenciales), destacándose especialmente las beneficiarias del sector servicios con una experiencia superior en promedio 70% a las exportadoras del sector (las beneficiarias tienen una experiencia promedio de 6,3 años, mientras que el total de exportadoras de servicios tienen 3,7 años de experiencia promedio). Le siguen las empresas beneficiarias del sector de otros productos industriales, con experiencia promedio superior en 52% a las exportadoras del sector (6,1 años de experiencia promedio respecto de 4 años para el total de exportadores del sector), seguidas por las empresas beneficiarias del sector procesador de recursos naturales, con una experiencia superior en 40% en promedio al total de exportadores del sector (6,2 años de experiencia promedio, respecto de 4,3 años para el total de exportadores del sector) y finalmente, las beneficiarias del sector de recursos naturales tienen una experiencia un

30% superior al total de exportadores de ese sector (6,5 años de experiencia promedio respecto 4,8 años para el total de exportadores del sector).

**Cuadro N° 13 BENEFICIARIOS DEL FPE EXPORTADORES 1996-2001**  
**Región Metropolitana y Total País**

	Exportadores beneficiados en el año												Exportadores beneficiados hasta en 1990											
	Región Metropolitana						Total						Región Metropolitana						Total					
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	1996	1997	1998	1999	2000	2001	1996	1997	1998	1999	2000	2001	1996	1997	1998	1999	2000	2001
<b>Recursos Naturales</b>																								
Forestal	0	0	0	1	1	1	0	1	2	6	3	4	0	0	0	1	1	1	1	1	2	6	6	6
Hortofrutícola	9	0	4	2	3	1	14	2	6	6	4	1	24	23	23	21	20	19	35	34	36	36	35	31
Mínero	5	1	1	5	2	1	5	1	1	11	3	2	7	6	5	8	10	10	8	7	6	14	17	15
Pesquero	0	0	0	1	1	0	1	2	3	1	2	3	1	1	2	2	2	3	2	3	7	5	5	7
Pecuario	2	0	0	0	0	0	3	0	0	2	0	0	2	0	1	2	0	2	8	18	11	17	6	11
<b>Subtotal</b>	<b>16</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>9</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>23</b>	<b>6</b>	<b>12</b>	<b>26</b>	<b>12</b>	<b>10</b>	<b>34</b>	<b>30</b>	<b>31</b>	<b>34</b>	<b>33</b>	<b>35</b>	<b>54</b>	<b>63</b>	<b>62</b>	<b>78</b>	<b>69</b>	<b>70</b>
<b>Recursos Naturales Procesado</b>																								
Forestal	22	25	43	49	31	27	34	41	59	80	41	44	70	81	94	82	86	70	94	114	135	131	134	117
Hortofrutícola	47	29	35	28	5	4	75	44	52	42	5	14	85	96	105	103	91	90	131	146	157	157	139	142
Mínero	10	6	13	22	6	11	11	6	14	26	7	12	23	27	27	38	34	36	26	29	29	45	38	39
Pesquero	11	14	11	23	21	13	28	42	28	73	50	32	31	36	37	42	43	46	69	81	85	102	113	109
Pecuario	2	0	1	2	0	0	2	0	1	2	1	0	5	5	6	7	6	7	11	10	11	10	11	10
<b>Subtotal</b>	<b>92</b>	<b>74</b>	<b>103</b>	<b>124</b>	<b>63</b>	<b>55</b>	<b>150</b>	<b>133</b>	<b>154</b>	<b>223</b>	<b>104</b>	<b>102</b>	<b>214</b>	<b>245</b>	<b>269</b>	<b>272</b>	<b>260</b>	<b>249</b>	<b>331</b>	<b>380</b>	<b>417</b>	<b>445</b>	<b>435</b>	<b>417</b>
<b>Otros Productos Industriales</b>																								
Metal mecánico	55	53	68	81	56	41	62	60	80	98	64	46	132	146	162	166	166	174	147	166	184	195	186	199
Químico	43	42	57	48	24	20	49	44	68	53	29	30	95	92	108	115	120	125	117	112	130	139	146	157
Textil	25	10	37	27	14	7	26	12	40	30	20	8	78	79	80	78	60	57	87	89	88	86	73	69
Otros	8	4	11	14	5	5	8	4	11	14	6	6	18	18	20	24	22	25	20	19	20	24	24	27
<b>Subtotal</b>	<b>131</b>	<b>109</b>	<b>173</b>	<b>170</b>	<b>99</b>	<b>73</b>	<b>145</b>	<b>120</b>	<b>199</b>	<b>195</b>	<b>119</b>	<b>90</b>	<b>323</b>	<b>335</b>	<b>370</b>	<b>383</b>	<b>368</b>	<b>381</b>	<b>371</b>	<b>386</b>	<b>422</b>	<b>444</b>	<b>429</b>	<b>452</b>
<b>Servicios</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>13</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>17</b>	<b>22</b>	<b>17</b>	<b>15</b>	<b>14</b>	<b>13</b>	<b>19</b>	<b>23</b>	<b>19</b>
<b>Total</b>	<b>242</b>	<b>185</b>	<b>284</b>	<b>310</b>	<b>171</b>	<b>136</b>	<b>321</b>	<b>261</b>	<b>369</b>	<b>452</b>	<b>237</b>	<b>208</b>	<b>584</b>	<b>622</b>	<b>682</b>	<b>706</b>	<b>683</b>	<b>682</b>	<b>771</b>	<b>843</b>	<b>914</b>	<b>986</b>	<b>956</b>	<b>958</b>
	Beneficiarios exportadores						Beneficiarios Totales						Beneficiarios exportadores											
<b>Cobertura %</b>	<b>75</b>	<b>71</b>	<b>77</b>	<b>69</b>	<b>72</b>	<b>65</b>	<b>44</b>	<b>49</b>	<b>50</b>	<b>45</b>	<b>32</b>	<b>41</b>	<b>76</b>	<b>74</b>	<b>75</b>	<b>72</b>	<b>71</b>	<b>71</b>	-	-	-	-	-	-

**Cuadro N° 14 DISTRIBUCIÓN REGIONAL DE BENEFICIARIOS EXPORTADORES**

Año	Región													S R	Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13		
<b>Beneficiarios Corrientes</b>															
1996	3	1	4	9	14	8	5	19	4	6	3	3	242	0	321
1997	4	1	4	6	16	4	5	15	2	16	2	0	185	1	261
1998	4	5	4	3	27	5	7	15	1	11	2	1	284	0	369
1999	9	12	5	6	23	7	9	28	7	28	4	4	310	0	452
2000	5	4	3	1	16	3	2	15	2	13	1	1	171	0	237
2001	4	3	2	0	14	4	11	18	4	8	1	2	136	1	208
<b>Beneficiarios desde 1990 que exportan en el año</b>															
1996	1.2	2.5	15.4	10.5	4.8	8.2	4.8	12.4	9.5	3.6	13.6	1.7	6.8	0.0	
1997	1.8	2.2	16.7	7.1	5.8	3.7	4.5	9.1	3.9	9.9	6.7	0.0	5.1	0.1	
1998	1.8	11.6	13.8	3.6	9.1	4.5	6.7	9.0	1.7	5.8	8.0	0.5	7.7	0.0	
1999	3.8	25.0	19.2	6.8	7.1	6.4	7.3	15.0	11.1	14.3	20.0	2.1	8.1	0.0	
2000	2.3	8.3	10.3	1.1	5.0	2.5	1.5	8.2	3.6	6.3	7.1	0.8	4.7	0.0	
2001	2.0	6.5	9.5	0.0	4.7	3.2	8.3	9.3	7.4	3.9	5.3	1.6	3.8	0.2	

S R : Sin región

**Cuadro N° 15 EXPERIENCIA DE BENEFICIARIOS EXPORTADORES (DEL AÑO) POR SECTOR PRODUCTIVO 1991-2001 (NÚMERO DE AÑOS EXPORTANDO)**

	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
<b>Recursos Naturales</b>											
Forestal					5.0		7.0	6.0	6.2	6.7	8.5
Hortofrutícola			2.8	4.0	4.5	4.2	3.5	7.3	7.0	8.8	11.0
Mínero		1.0	2.0	3.0	3.0	1.0	6.0	7.0	3.0	5.9	6.3
Pesquero			2.0		5.0	4.0	5.5	6.7	9.0	10.0	7.7
Pecuario			1.5	1.0	3.3	6.0			5.5		
<b>Subtotal</b>		1.0	1.8	2.8	3.6	4.0	4.8	5.3	6.6	6.3	8.4
<b>Recursos Naturales Procesado</b>											
Forestal		1.0	1.9	2.7	3.3	4.2	4.8	5.4	6.3	7.2	8.4
Hortofrutícola		1.0	2.0	2.8	3.7	4.3	5.1	5.8	6.4	7.0	8.8
Mínero		1.0	1.9	2.7	3.6	4.5	4.4	4.8	5.4	5.5	3.9
Pesquero		1.0	2.0	2.9	3.5	4.3	4.3	5.8	5.9	7.0	5.6
Pecuario			2.0	3.0	4.0	4.4	6.0		8.0	5.5	1.0
<b>Subtotal</b>		1.0	1.9	2.8	3.5	4.3	4.8	5.6	6.2	6.9	7.3
<b>Otros Productos Industriales</b>											
Metal mecánico			1.0	1.8	2.3	3.2	3.9	4.4	5.0	5.7	6.0
Químico			1.0	1.9	2.7	3.5	4.0	4.8	6.0	6.6	6.6
Textil			1.0	1.9	2.7	3.5	4.4	5.1	5.1	6.3	6.8
Otros			1.0	1.9	2.6	3.6	4.2	4.6	5.0	6.1	6.5
<b>Subtotal</b>			1.0	1.9	2.5	3.4	4.0	4.7	5.4	6.1	6.3
<b>Servicios</b>					2.0	1.7	2.3	1.8	5.0	6.0	6.0
<b>Total Beneficiarios Exportadores</b>			1.0	1.9	2.6	3.4	4.1	4.8	5.5	6.2	6.6

Beneficiarios Potenciales	1.0	1.6	2.1	2.5	3.0	3.3	3.7	4.0	4.2	4.6	4.9
---------------------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

**Fuente:**

Elaboración propia basada en datos del Banco Central provistos por Prochile.

Los subtotales no incluyen a los sectores excluidos de beneficiarios potenciales (en rojo y cursiva).

## 5 Evaluación

### 5.1 *Resultados a nivel de producto y eficacia del FPE*

#### 5.1.1 Cobertura del programa

##### 5.1.1.1 *A nivel de beneficiarios totales*

Los antecedentes presentados permiten detectar que si bien desde que el concurso de proyectos de promoción de exportaciones comenzó a operar, creció el número de proyectos adjudicados, a su vez cayó el número de beneficiarios nuevos en forma significativa. Es este hecho una característica inocua del funcionamiento del FPE? Los objetivos planteados del FPE pretenden aumentar la base de exportadores, por lo que este hecho no sería inocuo.

Este hecho aparece como contradictorio con los objetivos planteados del FPE y del sistema del concurso. Un factor que podría explicar el fenómeno es que los datos extraídos de las carpetas (1996-1998) sobreestimen el número de beneficiarios al no haber habido un mecanismo acucioso de control de gestión que asegurara que quienes proyectaban realizar proyectos de promoción de exportaciones efectivamente lo realizaran.<sup>39</sup> También pueden ser engañosos estos resultados y no constituir un *defecto* respecto del funcionamiento del FPE, si el mecanismo del concurso beneficia proporcionalmente más a beneficiarios colectivos, como asociaciones gremiales, Profos, comités exportadores, etc. De ser el caso, el menor número de nuevos beneficiarios y no constituiría menor llegada a nuevos beneficiarios y a colectividades o grupos mayores de beneficiarios. Sin embargo, el Cuadro N° 10 muestra que en el 2000 y 2001 hay tantos beneficiarios colectivos a los que no se les pudo individualizar sus integrantes en promedio (8,5 por año), como durante todo el período de estudio 1996-2001.<sup>40</sup> Por ello, esta hipótesis no pareciera ser corroborada por los datos.

Una hipótesis alternativa, es que el esquema del concurso en sus primeros años de

<sup>39</sup> Esta es una aprehensión que manifestó personal de Prochile. Si bien valioso el comentario, el equipo investigador no corroboró con pruebas físicas (boletas de garantías, pasajes, etc.) la veracidad de ningún proyecto declarado, ya sea en carpetas o en bases de datos digitalizadas por Prochile y por lo tanto, los datos de antes y después de 1999 y son observacionalmente equivalentes en términos de veracidad.

<sup>40</sup> Se replicó este cálculo para el período 1990-1995, datos que no se presentan, y se encontró que los beneficiarios colectivos del período de estudio son marginalmente menores que los de 1990-1995 (9 por año).

funcionamiento presentó costos de entrada mayores respecto del esquema antiguo para los beneficiarios, lo que desincentivaría la participación de nuevos beneficiarios e incentivaría que los mismos beneficiarios con experiencia que ganaron proyectos con el concurso, vuelvan a postular con éxito. Por otra parte, el esquema del concurso podría estar favoreciendo a beneficiarios con alta productividad en la presentación de proyectos, y con ellos, tal vez, constituyéndose en un mecanismo filtro que sesga favorablemente beneficiarios hábiles en la elaboración de proyectos.

### *5.1.1.2 A nivel de Beneficiarios Exportadores*

#### *5.1.1.2.1 Cobertura sobre beneficiarios potenciales*

El cálculo de cobertura del FPE en términos de beneficiarios potenciales puede hacerse con dos criterios. El primero y más restringido, incluye sólo a los beneficiarios efectivos que exportan el año de recepción del beneficio (beneficiarios del año). Con este criterio la cobertura del programa es modesta, pues los beneficiarios exportadores constituyen alrededor de un 5% de la base de exportadores del año (con cotas de 3,6% -2001 y un 7% -1999).<sup>41</sup> El otro criterio para definir cobertura surge de considerar que los beneficiarios del FPE pueden exportar con posterioridad a la recepción del beneficio. Con esta consideración, la cobertura del FPE respecto de la base de beneficiarios potenciales, exportadores de cada año, crecería significativamente si el FPE efectivamente conlleva que beneficiarios no exportadores se conviertan en exportadores. Con este criterio, se incluyó en la base de beneficiarios exportadores de un año no sólo quienes reciben beneficio ese año, sino también aquellos exportadores del año que hayan recibido beneficio con anterioridad, a partir de 1990 (beneficiarios históricos).

En efecto, los resultados expuestos en el Cuadro N° 16 muestran una notable mejoría en la cobertura de beneficiarios exportadores respecto de los beneficiarios potenciales de cada año. La proporción de exportadores de cada año que recibió beneficio del FPE el año en curso o con anterioridad crece año a año hasta enterar un 17% de las empresas en el 2001.<sup>42</sup>

---

<sup>41</sup> En ningún caso esto pretende sugerir que el FPE tiene efectos exportadores el mismo año en que se realiza el proyecto, sino que describir que la mitad de los beneficiarios corresponden a exportadores y estos representan a una fracción del universo de exportadores.

<sup>42</sup> Debe notarse que este número no se debe comparar sobre la cantidad de beneficiarios del año.

Cuadro N° 16 BENEFICIARIOS EXPORTADORES 1996-2001

	Número de Beneficiarios exportadores								Cobertura de Beneficiarios exportadores sobre Exportadores Totales del Año (%)							
	Rango monto Exportado							Total	Rango monto Exportado							Total
	USD Miles				USD Millones				USD Miles				USD Millones			
	10-0-10	50-50	100-100	1-1000	1-10	10-100	+100	0-10	10-50	50-100	100-1000	1-10	10-100	100-1000	+100	
	<b>Exportadores del año Beneficiados en el año</b>															
<b>1996</b>	25	47	22	98	97	27	5	321	1.5	3.6	4.4	6.8	13.1	15.6	20.8	5.5
<b>1997</b>	25	28	22	90	68	26	2	261	1.6	2.2	4.2	6.2	8.9	13.4	8.0	4.5
<b>1998</b>	34	65	35	114	90	31	0	369	2.1	5.0	6.5	7.6	12.1	15.2	0.0	6.3
<b>1999</b>	60	64	42	132	95	56	3	452	3.6	4.8	7.4	8.6	12.6	28.1	14.3	7.4
<b>2000</b>	30	27	19	99	39	22	1	237	2.1	2.2	3.3	6.8	5.2	10.9	4.3	4.2
<b>2001</b>	21	39	17	83	40	6	2	208	1.4	3.0	3.2	5.6	5.5	3.5	9.1	3.6
	<b>Exportadores del año Beneficiados desde 1990</b>															
<b>1996</b>	68	109	57	242	213	72	10	771	4.1	8.3	11.4	16.7	28.8	41.6	41.7	13.2
<b>1997</b>	74	104	78	262	229	87	9	843	4.7	8.3	14.8	17.9	30.0	44.8	36.0	14.5
<b>1998</b>	95	146	88	256	232	89	8	914	6.0	11.2	16.3	17.2	31.1	43.6	38.1	15.5
<b>1999</b>	123	156	98	262	233	104	10	986	7.4	11.8	17.2	17.1	30.9	52.3	47.6	16.2
<b>2000</b>	108	132	88	295	221	105	7	956	7.6	10.5	15.5	20.3	29.4	52.2	30.4	16.8
<b>2001</b>	125	162	76	280	220	88	7	958	8.2	12.3	14.4	18.9	30.0	51.5	31.8	16.6

La distribución sectorial de los beneficiarios exportadores se presenta en el Cuadro N° 17. En él se aprecia que los sectores con mayor cobertura de beneficiarios respecto de los beneficiarios potenciales corresponden al sector de recursos naturales procesados y de otros productos industriales, si el foco se establece en los beneficiarios que exportan el mismo año que reciben beneficios, con niveles límite de 5,2% del total en el 2001 y 11% en 1999 para el primer sector y 3,2% el 2001 y 6,7% en 1998 para el último sector. Si se analizan los exportadores de un año que han recibido beneficios del FPE con anterioridad, el orden de los sectores de acuerdo a la cobertura es el mismo, aunque obviamente cambian los niveles. Mientras la cobertura del sector de recursos naturales procesados es en promedio de 15% y fluctúa entre 12,8 (1996) y 16,1 (2001), el sector de otros productos industriales tiene coberturas promedio de 14,5% y fluctúa entre 12,8% y 16,3%.

**Cuadro N° 17 BENEFICIARIOS EXPORTADORES DEL FPE 1996-2001 COBERTURA SECTORIAL.**

	Número de beneficiarios												Porcentaje respecto de Beneficiarios potenciales											
	Exportadores Beneficiados en el Año						Exportadores Beneficiados hasta en 1990						Exportadores Beneficiados en el Año						Exportadores Beneficiados hasta en 1990					
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	1996	1997	1998	1999	2000	2001	1996	1997	1998	1999	2000	2001	1996	1997	1998	1999	2000	2001
<b>Recursos Naturales</b>																								
Forestal	0	1	2	6	3	4	1	1	2	6	6	6	0,0	3,8	10,0	18,2	11,1	11,8	3,7	3,8	10,0	18,2	22,2	17,6
Hortofrutícola	14	2	6	6	4	1	35	34	36	36	35	31	2,0	0,3	1,0	0,9	0,6	0,2	4,9	5,3	5,7	5,5	5,5	5,0
Mínero	5	1	1	11	3	2	8	7	6	14	17	15	6,3	1,1	1,0	11,6	3,4	2,5	10,1	7,9	6,3	14,7	19,1	18,5
Pesquero	1	2	3	1	2	3	2	3	7	5	5	7	2,4	5,6	8,1	2,6	6,5	8,8	4,9	8,3	18,9	13,2	16,1	20,6
Pecuario	3	0	0	2	0	0	8	18	11	17	6	11	2,2	0,0	0,0	1,3	0,0	0,0	5,8	9,7	6,9	11,2	6,1	9,1
<b>Subtotal</b>	<b>23</b>	<b>6</b>	<b>12</b>	<b>26</b>	<b>12</b>	<b>10</b>	<b>53</b>	<b>62</b>	<b>60</b>	<b>72</b>	<b>63</b>	<b>64</b>	<b>2,3</b>	<b>0,6</b>	<b>1,3</b>	<b>2,7</b>	<b>1,4</b>	<b>1,1</b>	<b>5,3</b>	<b>6,3</b>	<b>6,4</b>	<b>7,4</b>	<b>7,2</b>	<b>7,2</b>
<b>Recursos Naturales Procesado</b>																								
Forestal	34	41	59	80	41	44	94	114	135	131	134	117	5,3	6,4	9,4	12,4	6,6	7,5	14,7	17,7	21,5	20,4	21,6	19,9
Hortofrutícola	75	44	52	42	5	14	131	146	157	157	139	142	15,0	8,9	9,8	7,6	0,9	2,4	26,2	29,4	29,6	28,2	26,3	24,8
Mínero	11	6	14	26	7	12	26	29	29	45	38	39	6,2	3,7	7,7	12,7	3,9	5,8	14,7	17,8	15,8	22,0	21,1	18,9
Pesquero	28	42	28	73	50	32	69	81	85	102	113	109	6,0	9,3	6,0	14,9	10,6	6,3	14,8	18,0	18,2	20,9	23,9	21,5
Pecuario	2	0	1	2	1	0	11	10	11	10	11	10	3,0	0,0	1,5	2,8	1,4	0,0	16,4	15,9	16,2	13,9	15,5	13,7
<b>Subtotal</b>	<b>150</b>	<b>133</b>	<b>154</b>	<b>223</b>	<b>104</b>	<b>102</b>	<b>237</b>	<b>266</b>	<b>282</b>	<b>314</b>	<b>301</b>	<b>300</b>	<b>8,1</b>	<b>7,3</b>	<b>8,2</b>	<b>11,3</b>	<b>5,6</b>	<b>5,2</b>	<b>12,8</b>	<b>14,6</b>	<b>15,0</b>	<b>16,0</b>	<b>16,1</b>	<b>15,4</b>
<b>Otros Productos Industriales</b>																								
Metal mecánico	62	60	80	98	64	46	147	166	184	195	186	199	4,0	3,9	4,9	5,7	4,1	2,9	9,5	10,8	11,3	11,3	11,9	12,8
Químico	49	44	68	53	29	30	117	112	130	139	146	157	6,8	5,8	8,8	6,9	3,8	3,8	16,3	14,7	16,8	18,1	19,4	20,0
Textil	26	12	40	30	20	8	87	89	88	86	73	69	5,4	2,6	8,8	7,4	5,5	2,3	18,1	19,1	19,4	21,3	20,2	19,9
Otros	8	4	11	14	6	6	20	19	20	24	24	27	5,9	3,4	10,0	13,3	6,3	6,8	14,8	16,1	18,2	22,9	25,0	30,7
<b>Subtotal</b>	<b>145</b>	<b>120</b>	<b>199</b>	<b>195</b>	<b>119</b>	<b>90</b>	<b>371</b>	<b>386</b>	<b>422</b>	<b>444</b>	<b>429</b>	<b>452</b>	<b>5,0</b>	<b>4,2</b>	<b>6,7</b>	<b>6,5</b>	<b>4,3</b>	<b>3,2</b>	<b>12,8</b>	<b>13,4</b>	<b>14,3</b>	<b>14,8</b>	<b>15,5</b>	<b>16,3</b>
<b>Servicios</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>15</b>	<b>14</b>	<b>13</b>	<b>19</b>	<b>23</b>	<b>19</b>	<b>2,9</b>	<b>1,8</b>	<b>3,4</b>	<b>6,5</b>	<b>1,3</b>	<b>3,7</b>	<b>14,4</b>	<b>12,6</b>	<b>11,1</b>	<b>15,4</b>	<b>15,1</b>	<b>11,8</b>
<b>Total</b>	<b>242</b>	<b>185</b>	<b>284</b>	<b>310</b>	<b>171</b>	<b>136</b>	<b>321</b>	<b>261</b>	<b>369</b>	<b>452</b>	<b>237</b>	<b>208</b>	<b>5,5</b>	<b>4,5</b>	<b>6,3</b>	<b>7,5</b>	<b>4,2</b>	<b>3,6</b>	<b>13,2</b>	<b>14,5</b>	<b>15,5</b>	<b>16,3</b>	<b>16,9</b>	<b>16,6</b>

## 5.1.1.2.2 Cobertura regional

Prochile ha reportado logros en la desconcentración regional de los instrumentos de promoción. Se reporta que de representar las regiones un mero 10% de los proyectos de promoción respecto de 90% de la región metropolitana en un inicio, en el 2001 las regiones abarcarían sobre un 50% de los proyectos asignados. El Cuadro N° 18 da cuenta de los niveles de desconcentración regional alcanzados del total de proyectos aprobados por región y por fondo en el concurso realizado en el 2001.

Los datos recabados en este estudio corroboran los resultados de la asignación de proyectos en el concursos del 2001 reportados en el cuadro. La distribución regional de los beneficiarios exportadores por año y sector para todo el período, se encuentra en el Cuadro Anexo N° 4 . Si

bien, los beneficiarios exportadores se concentran significativamente en la RM, abarcando un 75% de los exportadores de 1996, este porcentaje decrece a 65% en el 2001. La importancia de la RM entre los beneficiarios exportadores del FPE es mayor a la del total de beneficiarios potenciales exportadores (65% en 1996 y 67% en el 2001, ver sección 4.1.1). De ser un 23% mayor en 1996, en el 2001 la brecha alcanza a 4%. El sector en el que esta brecha es más grande corresponde al sector de otros productos industriales. Concordantemente con los resultados del concurso del 2001, lo anterior estaría indicando que, si bien el FPE se focaliza en forma importante en empresas de la RM, está reorientándose cada vez más hacia regiones, aunque en menor medida en empresas del sector de otros productos industriales.<sup>43</sup>

	FPE		FPEA	
	N°	%	N°	%
Regiones	95	51,6	55	56,1
Región metropolitana	89	48,4	43	43,9
<b>Total</b>	<b>184</b>		<b>98</b>	

Fuente: Documento de circulación interna de Prochile

#### 5.1.1.2.3 Distribución de volumen de exportaciones de los beneficiarios

Del Cuadro N° 16 se observa que los beneficiarios exportadores se concentran mayoritariamente en los estratos de exportadores entre USD 100 mil y USD 10 millones (sumando entre 50% y 60% de los beneficiarios exportadores de cada año, ya sea beneficiarios del año o beneficiarios históricos), seguidos en similar magnitud por los otros estratos inferiores a USD 100 millones. Proporcionalmente a la cantidad de exportadores anuales de cada uno de los estratos de volumen de exportaciones, los beneficiarios del FPE están más concentrados en el estrato de exportadores entre USD 10 y 100 millones, ya sea sobre la base de beneficiarios exportadores del año o beneficiarios históricos (abarcando hasta el 52% de los exportadores de un año de ese estrato (1999) sobre la base de beneficiarios históricos).

Tal como se expone en Cuadro N° 19, los beneficiarios de un año que exportan ese año, tienen embarques equivalentes entre un 8% y un 30% de las exportaciones totales anuales en los diferentes años durante el período.<sup>44</sup> Las exportaciones de los beneficiarios históricos abarcan la mitad de las exportaciones de cada año, comenzando en 1996 con un 53% de las exportaciones y

<sup>43</sup> Este sector, a nivel agregado, está concentrado en la RM, por lo que no se debe interpretar el resultado como una falencia de focalización del programa.

<sup>44</sup> El monto de exportaciones considerado para el cálculo de los porcentajes presentados, corresponde al total exportado del principal sector productivo de cada empresa beneficiaria. Este se divide por la suma de estos valores de todos los exportadores con idéntico principal sector exportador. Estas exportaciones representan sobre el 95% del total de exportaciones de un año determinado.

terminando en el 2001 con 49% del total de exportaciones. En general, se observa la evolución a decreciente del volumen exportado anual realizada por beneficiarios exportadores del FPE. Este patrón se observa en el sector de recursos naturales procesados, en el de otros productos industriales y de servicios, aunque no en forma nítida en el sector procesador de recursos naturales.

**Cuadro N° 19 PORCENTAJE DE EXPORTACIONES DE BENEFICIARIOS RESPECTO TOTAL DE EXPORTACIONES (1996-2001)**

	Beneficiarios Exportadores del año (beneficio en el año)						Beneficiarios exportadores históricos (beneficio entre 1990 y el año)					
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	1996	1997	1998	1999	2000	2001
<b>Recursos Naturales</b>												
Forestal	0	10	12	47	21	51	7	10	12	47	30	54
Hortofrutícola	17	0	3	0	0	0	42	39	39	39	35	35
Minero	42	36	0	38	34	35	62	62	58	56	53	55
Pesquero	0	4	5	31	37	7	17	16	46	44	44	20
Pecuario	1	0	0	2	0	0	3	9	4	4	7	7
<b>Subtotal</b>	<b>37</b>	<b>31</b>	<b>1</b>	<b>31</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>58</b>	<b>58</b>	<b>54</b>	<b>53</b>	<b>51</b>	<b>52</b>
<b>Recursos Naturales Procesado</b>												
Forestal	1	3	8	24	2	2	31	33	35	49	41	41
Hortofrutícola	0	0	0	0	0	0	70	70	70	71	65	62
Minero	52	1	10	12	2	4	61	59	54	52	49	54
Pesquero	16	29	16	51	28	21	44	53	53	65	65	65
Pecuario	17	0	2	20	0	0	61	72	53	72	59	53
<b>Subtotal</b>	<b>20</b>	<b>18</b>	<b>16</b>	<b>31</b>	<b>11</b>	<b>8</b>	<b>47</b>	<b>50</b>	<b>51</b>	<b>60</b>	<b>54</b>	<b>54</b>
<b>Otros Productos Industriales</b>							0	0	0	0	0	0
Metal mecánico	8	9	10	18	13	4	30	30	35	37	37	36
Químico	11	0	13	21	8	0	44	37	31	33	27	21
Textil	16	1	39	16	12	1	62	62	60	56	52	51
Otros	0	0	0	0	0	0	42	45	62	58	48	11
<b>Subtotal</b>	<b>11</b>	<b>8</b>	<b>14</b>	<b>19</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>42</b>	<b>38</b>	<b>36</b>	<b>37</b>	<b>32</b>	<b>27</b>
<b>Servicios</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>19</b>	<b>21</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>63</b>	<b>49</b>	<b>37</b>	<b>41</b>	<b>29</b>	<b>18</b>
<b>Total Beneficiarios del año</b>	<b>29</b>	<b>24</b>	<b>8</b>	<b>30</b>	<b>21</b>	<b>19</b>	<b>53</b>	<b>53</b>	<b>51</b>	<b>53</b>	<b>49</b>	<b>49</b>

Aunque 1998 es un año con una representatividad inusualmente baja en términos de volumen exportado de los beneficiarios que realizaron exportaciones ese año (8% del total), pese a que el número de beneficiarios exportadores ese año fue relativamente alto (738 empresas), al analizar la proporción de exportaciones durante el período 1996-2001 por sector productivo llevada a cabo por beneficiarios se observa una disminución de 29% del total en 1996 a 19% en el 2001. Es decir, los beneficiarios exportadores de un año, tienden a ser menos importantes dentro del volumen exportado de los sectores exportadores de ese año a lo largo del período. Ello podría estar reflejando, por una parte, una creciente focalización en el sector más PYME exportador. La

menor cobertura del 2001, sin embargo también se debe explicar por la menor cantidad de beneficiarios totales de ese año respecto del pasado.

Sectorialmente, se puede destacar que la mayor proporción de exportaciones realizada por beneficiarios se encuentra en el sector de recursos naturales (entre 30% y 37% de las exportaciones realizadas por beneficiarios que exportan el año y entre 58% y 51% de las exportaciones realizadas por beneficiarios históricos), lo que es notorio si se considera que ese corresponde al sector con la menor cantidad de beneficiarios durante el período (ver Cuadro N° 16 ). Esto implica que los beneficiarios de ese sector corresponden a empresas relativamente grandes en términos de monto exportado. Los beneficiarios del sector de recursos naturales procesados presentan una proporción decreciente de volumen exportado total, pero significativa (entre 8% y 31% de las exportaciones del sector), mientras que los beneficiarios del sector de otros productos industriales representan entre 8% y 19% del total exportado del sector. Los beneficiarios del sector servicios, por su parte, presentan una amplia fluctuación en términos de la importancia respecto del volumen exportado (entre 0 y 21%).

Se puede concluir que el FPE beneficia a un número reducido de los exportadores de un año. Además, hasta un 17% de los exportadores de un año se ha beneficiado directamente del FPE (ese año o en forma previa -hasta 1990). Estos beneficiarios exportan mayoritariamente entre USD 100 mil y 10 millones, es decir no corresponden al sector más pequeño de los exportadores. Asimismo, los beneficiarios exportadores se localizan significativamente en la RM, aunque esta proporción cae durante la década, habiendo como resultado una mayor focalización en empresas exportadoras regionales. Además, el FPE se concentra en los sectores de mayor nivel de manufactura de las exportaciones y concentran un porcentaje significativo, pero decreciente del volumen exportado, lo que refleja una creciente focalización en el sector PYME exportador y en sectores emergentes. En este sentido, se cumplen los objetivos planteados y favorecidos con el concurso planteados en las secciones 2.2 y 2.3.2.1.1.

### *5.1.2 Eficacia*

El número de beneficiarios promedio por proyecto durante el período fue de 3,5, tal como lo muestra el Cuadro N° 20 . Destaca el 2001, como el año en que este indicador cayó significativamente respecto de años anteriores. La diferencia aparente entre el 2001 y el resto de los años es que durante los años previos, hay proyectos sin cofinanciamiento de privados con beneficiarios directos, en particular en proyectos de prospección, mientras que en el 2001 desaparece esta posibilidad. No parece, sin embargo ser esta una resultante del sistema de concurso nacional, pues durante el 2000 hay proyectos sin cofinanciamiento que benefician directamente a entidades. Tampoco parece ser reflejo de un traslado de proyectos sin

cofinanciamiento a proyectos cofinanciados, pues la cantidad de beneficiarios por proyecto dentro de las líneas cofinanciadas disminuyen respecto del 2000. Por su parte, es notable la cantidad de beneficiarios por proyecto que se observa en 1996 y 1999, con 4,5 y 4,9.

Cuadro N° 20 BENEFICIARIOS PROMEDIO POR PROYECTO

Tipo Financiamiento	Línea acción	Región Metropolitana (en construcción)						País					Total		
		1996	1997	1998	1999	2000	2001	Total	1996	1997	1998	1999		2000	2001
No cofinanciado	Prospección	1	.	4	.	8.7	.	6.2	1.1	0.0	0.2	.	6.2	.	1.8
	Penetración	7.3	7	10	.	3	.	7.7	2.4	1.4	2.5	.	3.0	0.0	2.2
	Permanencia	8	.	.	.	13	.	10.5	0.0	0.0	.	.	0.0	.	0.0
	Institucional	0	.	.	.	5.4	4.5	3.9	0.2	0.0	0.0	.	0.7	0.0	0.2
	Subtotal	3.8	7.0	8.5	.	6.2	4.5	6.0	0.5	0.1	0.4	.	1.1	0.0	0.5
Cofinanciado	Prospección	7	7.8	6.9	.	4.8	3.2	5.8	6.2	8.0	5.1	.	5.7	3.4	5.6
	Penetración	10	8	7.7	.	7.3	3	6.9	8.0	5.6	5.6	.	4.4	3.2	5.0
	Permanencia	6.2	.	8	.	11.6	6.8	7.9	6.1	4.0	2.0	.	6.8	2.0	3.9
	Institucional	10.6	9.8	1	9.3	.	.	8.3	7.9	7.8	1.0	.	11.6	6.8	7.9
	Subtotal	8.6	8.0	7.2	.	5.5	3.1	6.5	7.2	7.0	5.0	.	6.4	4.0	5.8
<b>Total</b>		<b>8.3</b>	<b>8</b>	<b>7.3</b>	<b>9.3</b>	<b>6.2</b>	<b>4.1</b>	<b>7.2</b>	<b>4.5</b>	<b>3.6</b>	<b>3.6</b>	<b>4.9</b>	<b>4.0</b>	<b>2.4</b>	<b>3.5</b>

Fuente:

Elaboración propia en base a bases de datos proporcionadas por Prochile para 1999-2001 y recuperados de archivos físicos para 1996-1998. Los antecedentes no mencionan si se trata o no de proyectos que compiten en Concurso de Proyectos de promoción de exportaciones entre 2000-2001 ni sobre el tipo de componente para 1999.

En el Cuadro N° 20 se evidencia que entre 1996 y 1999, el número de beneficiarios promedio por proyecto era de aproximadamente 4,1, mientras que entre 2000 y 2001 el promedio de beneficiarios por proyecto fue de 3,2. Este antecedente también aparece como contradictorio con parte de los objetivos planteados por el mecanismo del concurso, en el sentido de privilegiar la asociatividad, mencionados en la sección 2.3.2.1.1 y 2.2.

#### 5.1.1 Satisfacción de los beneficiarios efectivos

La evaluación del nivel de satisfacción de los beneficiarios con el FPE y en particular con el funcionamiento del sistema del concurso y la administración del fondo se obtuvo de información primaria de dos tipos: una encuesta y entrevistas focalizadas, cuya metodología de aplicación y diseño se detallan más adelante en 5.2.1.

##### 5.1.1.1 Resultados a extraídos de la encuesta (etapa cuantitativa)

Los resultados de tests de diferencias de medias de las preguntas de la encuesta relativas a evaluación de niveles de satisfacción de los beneficiarios con su experiencia con el FPE se presenta en el Cuadro N° 21. Los valores corresponden a promedios de una escala de 1 a 5, en la que para efectos de la presentación ésta se recodificó, de modo que muy satisfecho equivale a 5 y

muy insatisfecho equivale a 1.

Consultados sobre su nivel de satisfacción con la administración del FPE antes y después de la instauración del sistema de concurso, los beneficiarios manifiestan un buen nivel de satisfacción respecto de diferentes dimensiones consultadas a detallar a continuación (corresponde a la pregunta 3.8 del cuestionario) en relación con su percepción de su experiencia con el FPE (valores sobre el valor medio -3-), tanto antes como después de la instauración del sistema del concurso. No obstante muestran un significativo **empeoramiento** en su satisfacción a partir de la instauración del nuevo sistema de asignación de recursos en el 2000 en todas las dimensiones consultadas con una significancia de 5%. En promedio, las dimensiones consultadas presentan una evaluación de 3,6 en 1996 y de 3,2 en el 2001, con lo que se evidencia un empeoramiento promedio de 11% en el nivel de satisfacción de los usuarios. Las dimensiones consultadas son: nivel de financiamiento obtenido, proporción de los costos financiados por la empresa, difusión y accesibilidad del y al programa de promoción de exportaciones, claridad en los requisitos de postulación, pertinencia de los objetivos planteados por los proyectos, simplicidad del proceso de postulación, relevancia de los requisitos/bases de los concursos, apoyo y compromiso del personal de Prochile durante la elaboración y ejecución de los proyectos, flexibilidad y prontitud de Prochile en la tramitación, ejecución y financiamiento efectivo de los proyectos de promoción de exportaciones, y de la experiencia en general de promoción de exportaciones asociado a Prochile.

Es interesante constatar que los beneficiarios también muestran un empeoramiento de las percepciones de su experiencia de promoción de exportaciones con financiamiento exclusivo de su empresa (pregunta 3.9), no obstante en la mayoría de las dimensiones consultadas este cambio de percepción no es estadísticamente significativo. Sólo aparece como significativo al 5% un empeoramiento en la percepción respecto de la disposición de Prochile y sus agregados comerciales de apoyar la ejecución de esos proyectos a partir de la instauración del sistema concursable (preguntas 3.9.4 y 3.9.5 del cuestionario a beneficiarios).

Una última dimensión de interés respecto de satisfacción de los beneficiarios se puede extraer de las preguntas 3.3 y 3.7: quien propició el primer contacto entre la empresa y Prochile y cuanto tiempo tomó para la empresa obtener el primer financiamiento del FPE. Los resultados de la encuesta indican que mayoritaria tanto la empresa como Prochile inician contactos con similar intensidad. Por otra parte, a las empresas le tomaría 1,4 años (o intentos) obtener su primer financiamiento del FPE.

**Cuadro N° 21 TESTS DE DIFERENCIAS DE MEDIAS 1996-2001 DE RESPUESTAS DE BENEFICIARIOS**  
**Bloque pregunta 3.8 Satisfacción con financiamiento del FPE**

Pregunta	N	Media		Test-t	Significancia
		después del 2000	Media antes 2000		
Financiamiento obtenido	106	3,32	3,76	-3,55	0,001*
Proporción de costos	108	3,35	3,65	-3,01	0,003*
Difusión de FPE	108	3,07	3,42	-2,97	0,004*
Accesibilidad a FPE	109	3,19	3,55	-3,12	0,002*
Claridad requisitos	109	3,17	3,6	-4,18	0,000*
Pertinencia objetivos	105	3,33	3,58	-2,34	0,021*
Simplicidad postulación	107	2,85	3,57	-5,67	0,000*
Atingencia requisitos	107	3,12	3,53	-4,27	0,000*
Apoyo gerente producto Prochile en elaboración proyecto	101	3,27	3,83	-3,86	0,000*
Apoyo gerente producto Prochile en ejecución proyecto	101	3,33	3,84	-3,80	0,000*
Apoyo agregados comerciales en ejecución proyecto	100	3,34	3,63	-2,42	0,017*
Flexibilidad en evaluación	103	3,16	3,58	-4,37	0,000*
Prontitud de evaluación	103	3,17	3,56	-4,13	0,000*
Prontitud entrega recursos	98	3,2	3,64	-3,70	0,000*
Evaluación general	100	3,47	3,82	-2,95	0,004*

**Bloque pregunta 3.9 Satisfacción con financiamiento exclusivo de la empresa**

Pregunta	N	Media		Test-t	Significancia
		2000-2001	Media antes 2000		
Nivel de financiamiento	152	3,7	3,77	-1,38	0,168
Relación objetivos y logros	155	3,68	3,7	-0,37	0,716
Apoyo-compromiso Prochile en elaboración proyecto	55	3,22	3,29	-0,67	0,505
Apoyo-compromiso Prochile en ejecución proyecto	58	3,14	3,44	-2,22	0,031*
Apoyo de agregados comerciales	80	3,45	3,28	2,45	0,017*
Satisfacción general	153	3,72	3,74	-0,57	0,571

(\*) Significativo al 5%

Al analizar las opiniones de los beneficiarios respecto de los no beneficiarios o grupo de comparación en estas dimensiones, se observa en el Cuadro N° 22 que los beneficiarios tienen una significativa mejor opinión de estas características del FPE que los no beneficiarios de manera significativa al 98%, a excepción de la claridad de requisitos de postulación, en la que no se puede rechazar la hipótesis de similares opiniones entre beneficiarios y no beneficiarios. Debe destacarse que mientras los beneficiarios tienen una opinión (tomando un promedio de ambos períodos) con valoración por sobre el valor medio, mientras los no beneficiarios tienen una opinión promedio levemente inferior a este valor.

**Cuadro N° 22 DIFERENCIA EVALUACIÓN BENEFICIARIOS Y NO BENEFICIARIOS**

Respecto del Fondo de Promoción de Exportaciones, cuál es el nivel de satisfacción de su empresa con:	Media		Diferencia medias <sup>**</sup>	Test-t	Significancia (bilateral)
	Beneficiarios	No Beneficiarios			
Difusión del programa de promoción de exportaciones	3,21	2,90	0,30	2,30	0,02*
Accesibilidad y al programa de promoción de exportaciones	3,36	2,80	0,56	4,29	0,00*
Claridad de los requisitos de postulación	3,34	3,01	0,33	1,61	0,11
Simplicidad del proceso de postulación	3,11	2,76	0,36	2,45	0,02*
Atingencia-relevancia de los requisitos/bases de postulación para su sector productivo	3,26	2,89	0,37	3,13	0,00*
Apoyo-compromiso Prochile durante elaboración del proyecto	3,50	2,76	0,74	3,58	0,00*
Apoyo-compromiso Prochile durante ejecución del proyecto	3,50	2,78	0,71	3,16	0,00*
Flexibilidad de Prochile para tramitar/evaluar/ejecutar su proyecto	3,36	2,68	0,68	3,55	0,00*
Prontitud de Prochile en la evaluación del proyecto de promoción	3,27	2,63	0,65	3,49	0,00*

<sup>\*\*</sup> El test se realizó utilizando el promedio de ambos periodos para el caso de los beneficiarios

\* Significativo al 5%.

### 5.1.1.2 Resultados extraídos de entrevistas focalizadas (etapa cualitativa)

Los resultados más sobresalientes del estudio cualitativo, en el nivel de beneficiarios, son:

- 1) Los beneficiarios participan del FPE en forma sistemática, alcanzando financiamiento de sus proyectos de promoción de exportaciones varios años durante el período de estudio.
- 2) Los beneficiarios exportadores de bienes, se sienten cómodos con el esquema nuevo de postulación y participación del FPE, no así los exportadores de servicios. Estos consideran que el nuevo sistema rigidizó el programa, alejándolo de las necesidades del sector exportador de servicios.
- 3) El nuevo esquema concursable presenta una serie de dificultades formales, de administración y gestión (posiblemente debido a su novedad) que hacen engorrosa la postulación.
- 4) Los tipos de proyectos financiados durante el período son similares en esencia, al margen del sistema de postulación.
- 5) La difusión del FPE es baja y el acceso a él depende mayoritariamente de la participación anterior de las empresas en el FPE, de su vinculación a asociaciones gremiales que manejan Profos u operan junto a Prochile y/o de su propio interés por averiguar respecto de los procedimientos y plazos de postulación.

- 6) La evaluación de los *product manager* de Prochile y agregados comerciales en el servicio exterior es muy buena y directamente asociada a la buena percepción de los proyectos de promoción financiados por el FPE. De hecho, se plantea que su rol es gravitante en definir el formato de las propuestas de proyectos.
- 7) No se asocian mejoras en gestión comercial producto de los proyectos realizados, más allá de los directamente vinculados a ellos (contactos, imagen, etc.), aunque sí se valora su efecto en el posicionamiento exportador de la empresa.<sup>45</sup>
- 8) Estas empresas asocian importancia a los efectos de la imagen país que se proyecta por la acción de actividades de Prochile y de los agregados comerciales de Chile en el servicio exterior. Asimismo, consideran que sus acciones son importantes en cuanto influyen en la imagen de los beneficiarios frente a otras empresas nacionales.

Por su parte, los empresarios no beneficiarios presentan un discurso muy variado, pues corresponde a un segmento muy heterogéneo. No obstante, destaca de las entrevistas que:

- 1) Hay un alto grado de desconocimiento de los propósitos y alcances del FPE, pese a que todos ellos correspondían claramente al grupo objetivo planteado por el programa.
- 2) Ninguno de los no beneficiarios participó o postuló alguna vez al FPE. Entre las razones esgrimidas se encuentra la desconfianza hacia instituciones públicas, presuponer que el FPE no cubre exportaciones no tradicionales y problemas internos de la empresa. Es notorio, sin embargo, que no conocen o acceden a ningún tipo de difusión del FPE.
- 3) Ninguno consideró relevante el rol que podrían jugar encargados comerciales de Chile en el exterior. Asimismo, había malas experiencias de algunos de los entrevistados, con estos funcionarios de gobierno.
- 4) Consideran que las instituciones gubernamentales encargadas no muestran interés, voluntad y conocimiento para analizar realidades particulares en los que se desarrollan sus actividades empresariales.
- 5) Son empresas con un nivel de *expertise* exportador precario y vulnerable.
- 6) Consideran que los costos privados de los proyectos pueden ser desmedidos para su realidad empresarial, respecto de los aportes eventuales del sector público.
- 7) Estas empresas le asignan un escaso valor a la imagen país en el desempeño de su actividad empresarial, como resultado de las acciones de Prochile, aunque sí le asignan valor a la imagen que el país pueda proyectar como resultado de la estabilidad de su política económica.
- 8) Su capacidad de crecimiento exportador se percibe limitada, por falta de preparación y gestión exportadora adecuada.

---

<sup>45</sup> Este corresponde a un resultado intermedio, pero se mantiene en esta sección por claridad de la fuente del resultado.

En el Anexo se presenta el informe preparado por la institución que llevó a cabo esta fase del estudio.

## **5.2 Resultados Intermedios y Finales**

La evaluación de impacto del FPE se hace en varios niveles: basado en información cualitativa y cuantitativa, y a la vez basado en información primaria y secundaria. Las estimaciones basadas en el información primaria nutre principalmente el análisis de variables intermedias, aún cuando también permite hacer evaluaciones de variables finales. Sin embargo, los resultados finales descansan principalmente de los análisis basados en información secundaria. En esta sección se presenta la metodología utilizada en la evaluación y en el procedimiento de levantamiento de información primaria y los resultados, distinguiendo por tipo de información base usada en las estimaciones.

### **5.2.1 Aspectos metodológicos**

#### **5.2.1.1 Relativos a información primaria.**

##### **5.2.1.1.1 Sección Cualitativa**

Como complementación del trabajo de diseño muestral y del estudio en general, la investigación realizó un análisis cualitativo. Originalmente se propuso utilizar la técnica de *focus groups* sobre empresas beneficiarias y no beneficiarias con el fin de indagar acerca de las percepciones de los empresarios sobre diferentes aspectos relacionados al FPE. Sin embargo, esta metodología debió cambiarse por entrevistas focalizadas debido a la exigua concurrencia de empresarios beneficiarios, pese a variados esfuerzos por repetir la experiencia con éxito.<sup>46</sup>

Se llevó a cabo 10 entrevistas focalizadas a empresarios, cinco beneficiarios del FPE y cinco no beneficiarios durante el período de estudio. El trabajo de campo estuvo a cargo de dos sociólogos del CIDE, órgano de la Universidad Alberto Hurtado y se realizó durante el mes de Mayo del 2002.

##### **5.2.1.1.2 Sección Cuantitativa**

Se realizó entre julio y septiembre 2002, un estudio cuantitativo correspondiente a dos encuestas a empresas beneficiarias del FPE y no beneficiarias del FPE (grupo comparación de las primeras). Los cuestionarios aplicados se encuentran en el Cuadro Anexo N° 6. De un universo

---

<sup>46</sup> La *entrevista focalizada* es una conversación cara a cara donde se desarrollan diversos temas de interés, en la que dos personas cooperan en mantener un único centro de atención, generalmente por turno. La conversación se desarrolla sobre un guión temático que recoge los objetivos de la investigación y focaliza la interacción, desarrollado sobre una pauta organizada y estructurada secuencialmente.

de aproximadamente 2.500 empresas beneficiarias durante el periodo 1996-2001, se diseñó y ejecutó una muestra de 200 empresas (8% del universo), asimismo sobre el universo de no beneficiarios, se diseñó y ejecutó una muestra de 200 empresas.

El marco muestral asociado corresponde al de las empresas vigentes en cada uno de estos universos de interés, según los datos proporcionados por las bases de datos secundarias, (exportaciones del Banco Central, de Prochile sobre beneficiarios y proyectos y SII) concentradas en la región metropolitana, V, VIII y X regiones. Como se vio, estas regiones corresponden a las que concentran mayor proporción de beneficiarios fuera de la RM.

La selección de unidades de muestreo (empresas) consideró las siguientes etapas:

**Beneficiarios:** Se estratificó a las empresas por año en que participaron en algún proyecto y por el tipo de proyecto de que se trata. Cuando una empresa participa en más de un proyecto al año que involucra más de una línea de acción, para efectos de esta estratificación, se le asignó la línea de acción del primer proyecto en que participó en el año. La distribución de las empresas beneficiarias según estas variables se muestra en el Cuadro N° 23 .

Es importante señalar que, conforme a la estratificación mencionada, en la que cada estrato corresponde a una celda del cuadro, la probabilidad de selección de las empresas beneficiarias no será uniforme pues tomará en cuenta el hecho que se observa empresas que han participado en más de un proyecto, es decir han obtenido más de un beneficio. El número de proyectos por beneficiario en el periodo 1996 – 2001 constituye el peso adicional que afecta la selección: a mayor número de proyectos mayor la probabilidad de selección. Proporcionalmente al número de empresas en cada uno de los estratos definidos, se seleccionó aleatoriamente una muestra de 200 empresas. La distribución muestral se presenta en Cuadro N° 24 .

*Cuadro N° 23 EMPRESAS CON BENEFICIO FPE\**

		AÑO						Total
		1996	1997	1998	1999	2000	2001	
LÍNEA DEL PROYECTO	SIN LINEA	0.0%	0.0%	0.0%	24.8%	0.0%	0.0%	24.8%
	INSTITUCIONAL	1.7%	1.1%	0.1%	0.0%	4.9%	0.6%	8.4%
	PROSPECCION	3.5%	8.0%	9.6%	0.0%	10.2%	8.0%	39.3%
	PENETRACION	3.0%	4.7%	9.0%	0.0%	4.4%	5.0%	26.1%
	PERMANENCIA	0.6%	0.1%	0.1%	0.0%	0.3%	0.3%	1.3%
<b>Total</b>		8.8%	14.0%	18.7%	24.8%	19.8%	13.9%	100.0%

\*Distribución sobre la base de 2500 empresas beneficiarias de 1544 proyectos que se traducen en 3421 beneficios a otorgados a empresas.

Excluidas las empresas de la muestra inicial de 200 casos, se replicó el procedimiento para obtener una muestra de reemplazos de tamaño similar. Los reemplazos fueron aplicados de acuerdo al estrato (año - tipo de proyecto a que pertenece la empresa) de la empresa que debió ser reemplazada por rechazo, no contacto o inexistencia.

Cuadro N° 24 DISTRIBUCIÓN MUESTRAL

		AÑO						Total
		1996	1997	1998	1999	2000	2001	
LÍNEA DEL PROYECTO	SIN LINEA	0	0	0	50	0	0	50
	INSTITUCIONAL	3	2	0	0	10	1	16
	PROSPECCION	7	16	19	0	20	17	79
	PENETRACION	6	9	18	0	9	10	52
	PERMANENCIA	1	0	0	0	1	1	3
<b>Total</b>		<b>17</b>	<b>27</b>	<b>37</b>	<b>50</b>	<b>40</b>	<b>29</b>	<b>200</b>

La muestra efectiva observada, es decir, la muestra efectivamente encuestada, alcanzó un tamaño de 166 empresas beneficiarias, lo que representa una tasa de efectividad del 83% sobre el tamaño inicial. Sin embargo, se debió recurrir al procedimiento de reemplazo en un alto porcentaje de seleccionados, para lograr tales entrevistas. Entre las empresas que no pudieron ser entrevistadas (100%), se ha clasificado la no entrevista de acuerdo a tres razones principales.

- Rechazo: 7.5% de las empresas no entrevistadas rehusó contestar la encuesta.
- No contacto: 87.3% de las empresas no entrevistadas no logró ser contactada ya sea por cierre (aproximadamente 1.0%) o porque la persona responsable no estuvo ubicable o, principalmente, por desactualización de la información acerca su dirección o teléfono.
- No exporta: 4.8% de las empresas no entrevistadas reportó no haber realizado nunca una experiencia exportadora.

Si bien es cierto, la negación de empresas no exportadoras a contestar la encuesta podría sesgar positivamente los resultados de la estimación, no es posible modificar la voluntad de empresas de dar entrevistas. Sin embargo, cabe mencionar que las empresas beneficiarias no exportadoras, por lo general, fueron difíciles de muestrear, debido a que ellas suelen no contar con la información necesaria del diseño muestral.<sup>47</sup>

<sup>47</sup> En gran medida, la información para caracterizar a las empresas provino de los datos de empresas exportadoras del Banco Central.

Por último, de acuerdo a la estratificación inicial y la distribución de la muestra efectiva, se construyó un factor de ponderación de los casos de manera de recomponer la distribución muestral inicial de 200 casos.

**No Beneficiarios:** La selección del grupo control de empresas no beneficiarias consideró un procedimiento que, aproximadamente, permitiese elegir para cada una de las unidades seleccionada en la muestra de empresas beneficiaria, una empresa “gemela” de no beneficiaria al momento (año) de recibir el beneficio. Para efectos de definir un “gemelo” para una empresa beneficiaria que sirva como control se consideró el siguiente vector de atributos:

- Experiencia exportadora de la empresa.
- Tamaño de la empresa (medido a través del volumen de sus exportaciones). Esta variable se midió en categorías, no en volumen concreto.<sup>48</sup>
- Sector de la empresa (clasificación CIIU del Producto principal a 4 dígitos).
- Ubicación geográfica (región).
- Número de productos exportados.

Para construir la muestra de empresas “gemelas” no beneficiarias, se procedió del siguiente modo: en primer lugar, se clasificó a cada una de las 200 empresas seleccionadas en la muestras de beneficiarias de acuerdo a los valores que presentaban estos cinco atributos al momento de recibir por primera vez un beneficio del FPE. En segundo lugar, en el universo de empresas no beneficiarias del FPE, construido a partir de las bases de información secundaria (excluyendo las empresas beneficiarias del FPE), se realizó un ranking en términos de estos cinco atributos mencionados, de aquellas empresas que se aproximan en 5, 4, 3, etc., atributos a cada una de las empresas beneficiarias, al momento (año) de recibir éstas por primera vez el beneficio. Se selecciona la empresa no beneficiaria “más cercana” (o que obtiene el mayor valor en el ranking). Este método fue utilizado, en vez de *matching propensity score*, debido a que el año que se utilizó para el cálculo del ranking para determinar el grupo de control era variable; dependía de cual era el primer año en que la empresa beneficiaria recibía el beneficio.<sup>49</sup> De esta manera se obtuvo para cada empresa beneficiaria una empresa similar que sirve de control, y se generó una muestra de 200 empresas controles con este método. Se aplica un procedimiento similar para obtener una muestra de remplazo de empresas de control exportadoras no beneficiarias.

Es importante indicar que la muestra de controles se construye para coincidir en términos de

---

<sup>48</sup> Se utilizaron los mismos estratos que se utilizan en Cuadro N° 8 y Cuadro N° 16 : exportaciones anuales de USD \$ entre 0-10 mil, 10-50 mil, 50-100 mil, 100 mil- 1 millón, 1-10 millones, 10-100 millones, más de 100 millones.

estos cinco atributos con la muestra de beneficiarios (además del año de obtención de beneficio que se traduce en la existencia de la empresa no beneficiaria ese año), de modo que no es una muestra aleatoria del universo de potenciales beneficiarios, aunque a partir del método de selección se puede establecer algún grado aceptable de representatividad. Lo importante de este diseño es que persigue, en la lógica de individuos tratados y no tratados, establecer diferencias en las percepciones y evaluaciones respecto de las empresas que participan del FPE en comparación de empresas similares a las beneficiarias al momento de recibir el tratamiento.

La muestra efectiva de empresas de control observada, alcanzó un tamaño de 137 empresas, lo que representa una tasa de efectividad del 68.5% sobre el tamaño inicial de 200 casos. Sin embargo, tal como ocurrió en el caso de las empresas beneficiarias, se debió recurrir al procedimiento de reemplazo en un alto porcentaje de seleccionados para lograr tales entrevistas. Entre las empresas que no pudieron ser entrevistadas (consideradas como 100%), se ha clasificado la no entrevista de acuerdo a tres razones principales.

- Rechazo: 9.3% de las empresas no entrevistadas rehusó contestar la encuesta.
- No contacto: 65.9% de las empresas no entrevistadas no logró ser contactada ya sea por cierre (aproximadamente 5.0%) o porque la persona responsable no estuvo ubicable o, principalmente, por desactualización de la información acerca su dirección o teléfono.
- No exporta: 24.7% de las empresas no entrevistadas reportó no haber realizado nunca una experiencia exportadora.<sup>50</sup>

Por último, sobre la muestra inicial se construyó una segmentación de las empresas seleccionadas de acuerdo a su tamaño (medido a través de estratos -categorías- de volumen de exportaciones,) y su sector productivo, a partir del cual se construyó un factor de ponderación de los casos efectivos, de manera de recomponer la distribución muestral inicial de 200 casos. Así, el número ponderado de casos correspondió a 191 casos.

#### 5.2.1.2 Relativos a estimaciones econométricas

Las estimaciones de impacto se realizan sólo para aquellos proyectos del FPE que se destinan a

---

<sup>49</sup> El *matching propensity score* se calcula con los antecedentes de un año determinado definido como pre-programa para todas las empresas.

<sup>50</sup> Este porcentaje es extraordinariamente alto, considerando que las empresas sobre la base que se construyó el grupo de comparaciones se extrajo de las bases de datos de registros de embarques de exportación. Esto indica que los indicadores que usualmente se reportan en la literatura sobre número de exportadores y otros indicadores de diversificación exportaciones (número de productos, mercados de destino) extraídos de esas bases de datos está sobreestimada.

beneficiar directamente a empresas o grupo de empresas o entidades específicas e identificables. Por lo mismo, queda excluida gran parte de los proyectos institucionales. Esto se debe a que los proyectos institucionales se enfocan al sector exportador en general o a sectores o mercados amplios afectando a todos los exportadores de esos segmentos por igual. Por ello, en este tipo de proyectos todos los exportadores del ámbito afectado (ya sea mercado de destino, sector productivo, etc. en que se enfoca el proyecto) corresponden a empresas beneficiarias. A ellas, no se les pueden encontrar empresas susceptibles de ser comparaciones para efectos de llevar a cabo una evaluación de impacto. Esta es una limitación que se presenta para evaluar cualquier acción que tienda a generar 'bienes públicos' y/o externalidades que no excluyen ni rivalizan a los individuos en el consumo de estos bienes. De este modo, aún cuando los proyectos institucionales del FPE tengan efectos en el desempeño exportador de las empresas, no es posible medir el efecto debido a que todas las empresas exportadoras se benefician del proyecto por igual.

La estimación de impacto del FPE, para aquella fracción que se destina a empresas, en términos de variables intermedias y finales, primero estima un modelo que explica la probabilidad de ser beneficiario del FPE, y luego basado en esta estimación, se hace una estimación no paramétrica basada en el método de los vecinos cercanos. La estimación de probabilidad de participar en el FPE no distingue la línea de acción de que se trate el beneficio. Si bien es cierto, teóricamente se podría realizar la estimación para cada línea de acción, con el fin de distinguir entre proyectos de prospección, penetración y permanencia de modo de capturar las diferencias implícitas en el nivel de desarrollo exportador del beneficiario que presuponen las diferentes líneas de acción, se decidió no hacer esta distinción por dos motivos: por una parte no se hace necesario, toda vez que los beneficiarios se categorizan con una variable de tipo de proyectos recibidos que correlaciona con tipo de línea de acción, y por otra, el método de estimación es muy intensivo en tiempo-computador como para hacer la distinción por categoría.

El Cuadro N° 25 presenta la distribución de los beneficiarios por tipo de proyectos recibidos y la cantidad de años en que recibió beneficio durante el período de estudio. En el cuadro se constata que la mayoría de los beneficiarios que sólo reciben proyectos de prospección (87%) reciben beneficios en un solo año. Más significativo es el caso de los beneficiarios que sólo reciben beneficios institucionales, pues 99% de ellos sólo recibe beneficios en un solo año. Para los beneficiarios que sólo reciben beneficios en 1999 no se conoce el tipo de proyecto (se indica "sin línea"). Por su parte, la categoría "resto" corresponde a beneficiarios que han recibido proyectos de diferente naturaleza (prospección, penetración, permanencia, institucional, sin línea). Este grupo obtiene sus beneficios tanto en uno, dos, tres y más de tres años en proporciones similares (33%), sin embargo, concentran el 85% y 97% de los beneficiarios que reciben beneficios en más de un año (2 y 3+ años). En síntesis, la variable años de beneficios aunque no corresponde a

un descriptor del tipo de línea de acción, se correlaciona con esa variable, tal que los beneficiarios con un año de beneficio incluyen a la mayoría de aquellos con sólo beneficios de prospección y los beneficiarios con más de un año de beneficio corresponden a exportadores que han hecho más tipos de proyectos (penetración, permanencia, institucional, sin línea).<sup>51</sup>

**Cuadro N° 25 DISTRIBUCIÓN DE BENEFICIARIOS POR TIPO DE BENEFICIO Y NÚMERO DE AÑOS CON BENEFICIO (1996-2001)**

Línea de acción	Distribución de beneficiarios							
	Número de Beneficiarios			Porcentajes (%)				
	Años con Beneficio			Años con Beneficio				
	1	2	3+	Total	1	2	3+	Total
Sólo Prospección	608	76	14	698	87	11	2	100
Sólo Institucional	185	2	0	187	99	1	0	100
Sin Línea	336	0	0	336	100	0	0	100
Resto	423	434	452	1309	32	33	35	100
<b>Total</b>	<b>1552</b>	<b>512</b>	<b>466</b>	<b>2530</b>	<b>61</b>	<b>20</b>	<b>18</b>	<b>100</b>

Como se mencionó, la metodología de estimación contempla primero, estimar un modelo para explicar la probabilidad de ser beneficiario del FPE (*Matching Propensity Score*) en el año base. Para ello, se considera un vector de variables que varía dependiendo de la base de datos considerada. Para obtener una estimación de los efectos del FPE sobre las variables de impacto escogidas, se efectúa un análisis no paramétrico basado en el *Score* calculado. La técnica de vecinos cercanos se usa para estimar los resultados de diferencias en diferencias (es decir, diferencias en los resultados entre beneficiarios y comparaciones entre el periodo post beneficio y el periodo base).

El uso de estadísticos de diferencias en diferencias tiene la virtud de sacar del análisis a otras variables que expliquen el comportamiento de la variable dependiente, en este caso variables intermedias y finales. Ello, debido a que cuando los determinantes de la variable dependiente afectan tanto a beneficiarios como a empresas comparaciones por igual en cada momento en el tiempo, las empresas de diferente tipo están igualmente expuestas a esas variables y por lo tanto no son relevantes en explicar las diferencias que presentan las empresas tratadas respecto de las empresas de comparaciones. Por otra parte, cuando una empresa tratada tiene características no observables que se mantienen durante el periodo de análisis, tampoco se les puede atribuir

<sup>51</sup> Es importante tener en consideración que el tipo de proyectos que recibe un beneficiario refleja el nivel de desarrollo exportador del empresario. Un beneficiario que recibe sólo proyectos de prospección es muy probable que tenga en promedio un menor nivel de desarrollo exportador que beneficiarios que reciben beneficios de permanencia, penetración a alguna combinación de proyectos. De este modo si exportar por primera vez tiene costos fijos, y el grupo de beneficiarios se concentra en proyectos de prospección el impacto debiera ser menor al caso en que el programa beneficia a empresas exportadoras más desarrolladas y que por lo mismo reciben menos proyectos de prospección.

responsabilidad en explicar la eventual diferencia de comportamiento que presenten estas empresas en la variable dependiente bajo análisis, respecto de las empresas de comparaciones. Es decir, el método de diferencia en diferencia no desconoce la importancia de variables explicativas exógenas a la empresa, ni variables no observables de las empresas, sino que dejan de ser relevantes en la explicación de las diferencias que presenten las empresas tratadas de las no tratadas.

#### 5.2.1.2.1 Evaluación con información secundaria

Para medir el impacto del FPE en el período 1996-2001 y dado que las empresas beneficiarias presentaban distintos años de beneficio, se estimó un modelo de evaluación de impacto que considera el caso de tratamiento múltiple. Para estos efectos se procedió como sigue:

En primer lugar, se divide el universo de empresas beneficiarias y no beneficiarias en el período 1996-2001 de acuerdo al número de proyectos de promoción de exportaciones que han recibido, independientemente de si los proyectos corresponden o no a la misma línea de acción e independientemente de si recibe uno o más beneficios en un año. Para estos efectos se utilizan cuatro categorías para dividir a las empresas: (0) empresas con cero proyectos (empresas no beneficiarias) entre 1996-2001; (1) empresas con proyectos en un sólo año; (2) empresas con proyectos en dos años; y (3) empresas con proyectos en tres o más años. De este modo, si las empresas reciben tres beneficios en un año, corresponden a la categoría (1) y si la empresa recibe un beneficio anual durante tres años, entra la categoría (3).

En segundo lugar, se estima un modelo de elección multinomial usando información disponible para el año base, 1995, para obtener la probabilidad estimada de estar en cada una de las cuatro categorías definidas previamente. Esta estimación proveerá el vector de probabilidades predichas de que la empresa  $i$ -ésima pertenezca a cada una de estas cuatro categorías:

$$[\hat{P}_i^0(X_i), \hat{P}_i^1(X_i), \hat{P}_i^2(X_i), \hat{P}_i^3(X_i)]$$

Como variables explicativas ( $X$ ) se usa información existente en el año 1995 relativa a experiencia exportadora de las empresas, tamaño de la empresa, sector de la empresa (clasificación CIU del Producto principal a 4 dígitos), ubicación geográfica, y número de años de beneficio de FPE en el período 1990-1995.

Es importante mencionar que el Tamaño de la Empresa se aproximó a través del volumen exportado en el año 1995. Idealmente, hubiese sido deseable contar con alguna medida que aproximase en mejor medida el tamaño de la empresa, pero se descartó esta posibilidad después

de evaluar la alternativa de trabajar con otras bases de datos. Por ello, se decidió usar categorías de volumen exportado como una medida (imperfecta) para controlar por el tamaño de la empresa.<sup>52</sup> Se debe aclarar que no se usa el valor absoluto exportado en el año 1995 sino el rango al cual pertenece el total exportado en dicho año.<sup>53</sup> Si bien la diferencia en los volúmenes exportados en los años 2001 y 1995 se usa como variable de resultado final, controlar por el rango exportado en el año 1995 no es una limitante seria especialmente frente a la necesidad de controlar por el tamaño de la empresa.

Para aquellas empresas que caen en la categoría de presentar sólo un año de beneficios FPE en el período 1996-2001 se les compara con el universo de empresas con cero beneficios FPE en dicho período.

Para aquellas empresas que caen en la categoría de presentar dos años de beneficios de proyectos FPE en el período 1996-2001 lo relevante es compararlas con empresas beneficiarias con sólo un año de proyectos FPE en el mismo período, con el objeto de obtener el impacto marginal de la categoría. Para estos efectos, se elige una empresa beneficiaria de la categoría de dos años de proyectos FPE. Usando el método de vecinos cercanos se elige un número definido de beneficiarios de la submuestra de beneficiarios de sólo un año de proyectos FPE (por ejemplo, se eligen cinco vecinos cercanos). Para definir cuáles cinco vecinos considerar se toman aquellas empresas provenientes de la categoría de sólo un año de beneficios de proyectos FPE que tengan un vector de probabilidades multinomiales que, en distancia vectorial, se encuentren más cercano al vector de probabilidades que presenta la empresa beneficiaria de dos años de proyectos FPE. A continuación usando estos cinco vecinos cercanos se calcula el resultado de diferencias en diferencias para la variable de impacto considerada para esta empresa beneficiaria. Se elige la siguiente empresa beneficiaria de la categoría de dos años de beneficios de proyectos FPE en el período 1995-2001 y se continúa el proceso anterior hasta que no queden empresas con sólo dos proyectos. El efecto marginal de estar en la categoría con dos años de proyectos FPE, bis a bis la categoría con un año de proyectos FPE en el período 1996-2001, se obtiene de promediar los impactos obtenidos para cada empresa.

Para aquellas empresas que tienen tres o más años de proyectos FPE en el período 1996-2001, se les compara con aquellas empresas con sólo dos años de proyectos FPE en el mismo período para obtener el efecto marginal, usando una metodología similar a la mencionada anteriormente. Es decir, se elige una empresa beneficiaria de la categoría de tres o más años de proyectos FPE en el período 1996-2001. Usando el método de vecinos cercanos se elige un número definido de

---

<sup>52</sup> La base ENIA proporcionaba información de mejores variables para controlar por tamaño (número de trabajadores, ventas, valor agregado, etc.) sin embargo se descartó utilizar esta base por las razones que se exponen en 5.2.1.3.

beneficiarios de la submuestra de beneficiarios de sólo dos años de proyectos FPE en el mismo período (por ejemplo, se eligen cinco vecinos cercanos). Para definir cuáles cinco vecinos considerar se toman aquellas empresas provenientes de la categoría de sólo dos años de proyectos FPE que tengan un vector de probabilidades multinomiales que, en distancia vectorial, se encuentren más cercano al vector de probabilidades que presenta la empresa beneficiaria de tres o más años con proyectos FPE. A continuación, usando estos cinco vecinos cercanos, se calcula el resultado de diferencias en diferencias para la variable de impacto considerada para esta empresa beneficiaria. Se elige la siguiente empresa beneficiaria de la categoría de tres o más años de proyectos FPE y se continúa el proceso anterior hasta que no queden empresas en la categoría con tres o más años de proyectos FPE. El efecto marginal se obtiene de promediar los impactos para cada empresa.

La evaluación se realiza considerando a todas las empresas beneficiarias, sean estas exportadoras o no al momento de recibir el beneficio o durante los años de análisis. Las empresas respecto de las cuales se realiza la comparación para el cálculo de diferencia en diferencia corresponden a empresas que han realizado operaciones de exportación durante el período 1991-2001. De este modo, si la empresa beneficiaria no realiza exportaciones durante el período de análisis, de todas formas se la compara con empresas exportadoras, generando un resultado negativo del FPE. Esta puede no corresponder a una interpretación correcta si el plazo necesario para realizar exportaciones de una empresa que nunca ha exportado es superior a la ventana en la que se hace el análisis. En esta situación, la inclusión de empresas no exportadoras en el análisis puede generar un sesgo negativo en la evaluación. Por otra parte, si se excluye del análisis a las empresas no exportadoras para evitar este sesgo, se puede incurrir en un sesgo de selección, sesgando hacia arriba los resultados, al excluir a las beneficiarias que nunca lograrían exportar, independientemente del plazo requerido para realizar la primera exportación. La elección de grupo de empresas a evaluar (todas versus exportadoras) tiene un dilema de origen intrínsecamente empírico, imposible de predecir *ex-ante*.

#### 5.2.1.2.2 Evaluación con información primaria

La evaluación de impacto estimada sobre los datos levantados con la encuesta, se basa en una metodología similar a la de las estimaciones basadas en información secundaria. Se estima primero un modelo de participación en el FPE (*Matching Propensity Scores*) y en base a estas estimaciones se determinan las empresas de comparación usando el método de vecinos cercanos.

A diferencia de las estimaciones basadas en información secundaria, el modelo estimado de participación en el FPE es un Logit binomial.

---

<sup>53</sup> Las 7 categorías para el rango exportador (ver Cuadro 24) son bastante amplias.

La estimación de la probabilidad de participación en el FPE es uno de los elementos principales para poder aplicar la metodología, para lo que se requiere utilizar información de variables pre-programa. Para realizar esta estimación, en un inicio se intentó recuperar la información que, para las empresas encuestadas y para el año 1995, se tenía de la base de datos del Banco Central que fue utilizada en las estimaciones reportadas previamente. Sin embargo, al efectuar este cruce de información la muestra se reducía desde 303 a 133 empresas, de las cuales sólo 15 eran beneficiarias. Debido a lo anterior se utilizó mayoritariamente la información contenida en la encuesta para estimar un modelo de participación en el FPE en el período 1996-2001. En esta estimación se usaron como variables explicativas las siguientes: la antigüedad de la empresa al año 1995; una variable dummy para el sector productivo industria para el año 1995 (la categoría excluida es el sector otros);<sup>54</sup> y dos dummies para las zonas geográficas norte y centro para el año 1995 (la categoría excluida es la zona sur). De estas variables, sólo la información de sectores se recuperó de las bases de datos disponibles, pues no estaba contenida en la encuesta. se supone que estas variables reflejan adecuadamente la situación pre-programa, tanto para los beneficiarios como para los no beneficiarios.

### *5.2.1.3 Información Utilizada*

#### *5.2.1.3.1 En estimaciones basadas en información secundaria*

La muestra de beneficiarios y grupo de comparación se construyó a partir de información secundaria proveniente de las empresas beneficiarias del FPE disponible (aproximadamente 2.500 empresas) y del universo de empresas exportadoras proveniente de los registros de exportaciones del Banco Central de Chile. En total, se trabajó con un universo de empresas beneficiarias y no beneficiarias de 23.861 empresas. La base de datos del Banco Central es a nivel de firma y se dispuso información para cada año comprendido en el período 1990-2001 relativa a los productos exportados por año (número y sector CIU) y del volumen exportado por año (por producto y total). A partir de esta información y tomando como año base, 1995 se construyeron las variables que se presentan en el Cuadro N° 26 .

Con el fin de utilizar la mayor cantidad de información en la evaluación de impactos, se intentó complementar la información que se tenía de las empresas con datos provenientes de la Encuesta Nacional Industrial Anual (ENIA). Sin embargo, la base ENIA presentaba problemas de información faltante (missing) en algunas de las variables que interesaban, lo que al combinarla con la información existente reducía de manera significativa el número de empresas a usar en la

---

<sup>54</sup> Dado que la encuesta se realizó en las regiones Quinta, Octava, Décima y Metropolitana no se entrevistaron empresas del sector Minería. Además, de las 303 empresas en la encuesta sólo 1 era del sector primario por lo cual se la omitió del análisis de los propensity scores.

evaluación de impacto. Por ejemplo, de las 2,656 empresas beneficiarias sólo 304 empresas estaban en la base ENIA. Sólo para estas empresas se tendría información completa sobre el número total de empleados, variable que hubiese aproximado en mejor medida el tamaño de la empresa que la variable finalmente usada en la evaluación (rango de exportación al año 1995). Debido a lo anterior, se optó por no usar la información proveniente de la ENIA.

Cuadro N° 26 DESCRIPCIÓN DE VARIABLES CONSIDERADAS

Variable	Descripción
Número de Beneficios 1996-2001	Número de Años que recibe beneficios del FPE entre 1996 y 2001.
Número de Beneficios 1990-1995	Número de Años que recibe beneficios del FPE entre 1990 y 1995.
Volumen Exportado año $i$ , $i = 1995, 1996, 1997, 1998, 1999, 2000$ y 2001.	Categoría de volumen exportado (miles de US\$ por año) para año $i$ , $i = 1995, \dots, 2001$ . Se utilizan 7 categorías: (1) 0-10; (2) 10-50; (3) 50-100; (4) 100-1.000; (5) 1.000-10.000; (6) 10.000-100.000; y (7) 100.000 y más.
Número de Productos Exportados año $i$ , $i = 1995, 1996, 1997, 1998, 1999, 2000$ y 2001.	Corresponde al número total de productos exportados en el año $i$ , $i = 1995, \dots, 2001$ .
Sector Producto Principal año $i$ , $i = 1995, 1996, 1997, 1998, 1999, 2000$ y 2001.	Corresponde al CIU del producto de exportación principal para el año $i$ , $i = 1995, \dots, 2001$ .
Región 1995	Región de residencia de la empresa al año 1995

Además de reducir significativamente el número de empresas a evaluar, la ENIA generaría un sesgo de selección en las empresas beneficiarias consideradas, pues concentra a empresas con niveles de exportación significativamente mayores al promedio de los beneficiarios. El Cuadro N° 28 muestra que los beneficiarios en la ENIA exportan entre 3 y 5 veces más que el promedio de los beneficiarios fuera de la ENIA. Utilizar estos datos significa reducir el ámbito de empresas a evaluar y concentra sólo a las empresas con mayor nivel de exportaciones. Esto podría significar obtener una estimación de impacto sesgada positivamente, en la medida que la promoción de exportaciones afecte relativamente más a empresas más exportadoras.

Cuadro N° 27 EMPRESAS BENEFICIARIAS EN LA ENIA (1995-1999)\*

		Beneficiario FPE
Está en ENIA 1995 - 1999	NO	2352
	SI	304
<b>Total</b>		<b>2656</b>

\* El número de beneficiarios cambia debido a que el período considerado es distinto. La ENIA sólo tiene datos hasta 1999.

**Cuadro N° 28 EXPORTACIONES PROMEDIO POR TIPO DE BENEFICIARIOS FPE (USD)**

	Tipo de Beneficiarios	
	Fuera de ENIA	Dentro de ENIA
1996	6.826.594	20.675.230
1997	6.868.495	23.213.148
1998	5.500.039	19.159.556
1999	6.098.452	20.952.801
2000	6.256.662	30.712.958
2001	5.724.267	28.635.677
Promedio 1996-2001	6.217.891	23.402.940

Tal como se observa del Cuadro N° 29 un 64,6% de empresas beneficiarias y un 43,4% del universo de empresas comparaciones cuentan con 5 años de experiencia (antigüedad) exportadora al año base (1995). Un 35,4% de las empresas beneficiarias recibieron beneficios en el periodo 1990-1995 mientras que un 6,2% de las empresas comparaciones recibieron algún beneficio en dicho período. De acuerdo al sector del producto principal al año 1995, para el caso de las beneficiarias el sector principal es el Primario con un 53% de los casos clasificados, mientras que para las comparaciones es el Industrial con un 48% de los casos clasificados. Tal como se mencionara previamente la variable Volumen Exportado se encuentra expresada en miles US\$/año y alrededor del 50% de las empresas beneficiarias con exportaciones positivas se encuentra en el rango de 100-10.000 miles de US\$. En el caso de las empresas comparaciones, un 38% muestra exportaciones en dicho rango. En relación con la ubicación, la Región Metropolitana domina con un 57% de las empresas beneficiarias y un 66% de las empresas comparaciones, respectivamente.

Para probar diferencias estadísticamente significativas en estas variables categóricas entre los beneficiarios y no beneficiarios (incluyendo todo el universo, no empresas comparaciones) se usó el test de Pearson, el cual se basa en el siguiente estadístico:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(f_i - n\pi_i)^2}{n\pi_i}$$

donde,  $f_i$  y  $n\pi_i$  son las frecuencias observada y esperadas en la celda  $i$ ,  $i = 1, \dots, k$ , para las empresas beneficiarias, donde  $n$  es el número de empresas beneficiarias. Para construir  $\pi_i$  se considera la distribución empírica de las empresas comparaciones. Es importante mencionar que al trabajar con todas las empresas, no se esperaría que los beneficiarios y los no beneficiarios sean estadísticamente similares en la situación "antes" (1995), por lo cual no es relevante chequear esta característica de los datos. En esta evaluación de impacto se usa el método de

“matching”. Este método asegura que los no beneficiarios, seleccionados para cada beneficiario, sean lo más similar posible a éstos en términos de “propensity scores” (probabilidad de ser beneficiarios del Programa), estimados en la situación “antes” (1995).

Aplicando este test se obtienen los estadísticos reportados en el Cuadro N° 30. En él se observa que las empresas beneficiarias son estadísticamente distintas de las empresas comparaciones.

**Cuadro N° 29 ESTADÍSTICAS DESCRIPTIVAS BASES DE EMPRESAS**

Variable	Beneficiarios		No Beneficiario		Total	
	Casos	%	Casos	%	Casos	%
<b>Años de Beneficio: 1996-2001</b>						
0	0	0.0	21331	100.0	21331	89.4
1	1552	61.3	0	0.0	1552	6.5
2	512	20.2	0	0.0	512	2.1
3	292	11.5	0	0.0	292	1.2
4	100	4.0	0	0.0	100	0.4
5	57	2.3	0	0.0	57	0.2
6	17	0.7	0	0.0	17	0.1
<b>Total</b>	<b>2530</b>	<b>100.0%</b>	<b>21331</b>	<b>100.0%</b>	<b>23861</b>	<b>100.0%</b>
<b>Años de edad exportadora en 1995</b>						
0	1634	64.6	9252	43.4	10886	45.6
1	169	6.7	6402	30.0	6571	27.5
2	111	4.4	2211	10.4	2322	9.7
3	111	4.4	1258	5.9	1369	5.7
4	92	3.6	849	4.0	941	3.9
5	413	16.3	1359	6.4	1772	7.4
<b>Total</b>	<b>2530</b>	<b>100.0%</b>	<b>21331</b>	<b>100.0%</b>	<b>23861</b>	<b>100.0%</b>
<b>Años de Beneficio: 1990-1995</b>						
0	1866	73.8	20010	93.8	21331	89.4
1	249	9.8	1028	4.8	1552	6.5
2	188	7.4	191	0.9	512	2.1
3	91	3.6	55	0.3	292	1.2
4	77	3.0	26	0.1	100	0.4
5	35	1.4	13	0.1	57	0.2
6	24	0.9	8	0.0	17	0.1
<b>Total</b>	<b>2530</b>	<b>100.0%</b>	<b>21331</b>	<b>100.0%</b>	<b>23861</b>	<b>100.0%</b>
<b>Sector productivo principal: 1995<sup>55</sup></b>						
Sector Primario	466	18.5	5742	26.9	6208	26.0
Sector Industria	410	16.2	6213	29.1	6623	27.8
Sector Servicios	20	0.08	124	0.06	144	0.6
Sin Clasificar	1634	64.5	9252	43.4	10886	45.6
<b>Total</b>	<b>2530</b>	<b>100.0%</b>	<b>21331</b>	<b>100.0%</b>	<b>23861</b>	<b>100.0%</b>
<b>Exportaciones año 1995 (miles US\$)</b>						
0	1770	70.0	16274	76.3	18044	75.6
0 - 10	85	3.4	1472	6.9	1557	6.5
10 - 50	115	4.5	1256	5.9	1371	5.7
50 - 100	76	3.0	475	2.2	551	2.3
100 - 1.000	217	8.6	1246	5.8	1463	6.1

<sup>55</sup> El Sector Primario comprende los códigos CIU 1111-35; el Sector Minería los códigos 2110-20, 2201-02, 2310-21 y 2401; el Sector Industria los códigos 3111-40, 3211-43, 3311-20, 3411-29, 3511-60, 611-99, 3710-29, 3800-53 y 3911-99; y el Sector Otros los códigos 8548, 9411, 9490 y 9990.

do1.000 – 10.000	182	7.2	509	2.4	691	2.9
10.000 – 100.000	78	3.1	83	0.4	161	0.7
> 100.000	7	0.3	16	0.1	23	0.1
<b>Total</b>	<b>2530</b>	<b>100.0%</b>	<b>21331</b>	<b>100.0%</b>	<b>23861</b>	<b>100.0%</b>
<b>Región de residencia año 1995</b>						
Zona Norte (I, II, III, IV y V)	429	17.0	3478	16.3	3907	16.4
Zona Sur (VI, VII, VIII, IX, X, XI y XII)	521	20.6	2691	12.6	3212	13.5
Zona Centro (XIII)	1270	50.2	11995	56.2	13265	55.6
Sin Información	310	12.2	3167	14.8	3477	14.5
<b>Total</b>	<b>2530</b>	<b>100.0%</b>	<b>21331</b>	<b>100.0%</b>	<b>23861</b>	<b>100.0%</b>
<b>Exportaciones año 2001 (miles US\$)</b>						
0	1776	70.2	16313	76.5	18089	75.8
0 – 10	85	3.4	1433	6.7	1518	6.4
10 – 50	126	5.0	1194	5.6	1320	5.5
50 – 100	60	2.4	468	2.2	528	2.2
100 – 1.000	227	9.0	1253	5.9	1480	6.2
1.000 – 10.000	178	7.0	555	2.6	733	3.1
10.000 – 100.000	74	2.9	97	0.5	171	0.7
10.000 hasta > 100.000	4	0.2	18	0.1	22	0.1
<b>Total</b>	<b>2530</b>	<b>100.0%</b>	<b>21331</b>	<b>100.0%</b>	<b>23861</b>	<b>100.0%</b>

Cuadro N° 30 TEST DE PEARSON

Variable	Valor del Estadístico
Antigüedad Exportadora al año 1995	1214,39*
Años de beneficio 1990-1995	2448,88*
Sector Productivo Principal 1995	698,85*
Exportaciones 1995 (en rangos)	813,67*
Región de residencia 1995	156,26*
Exportaciones 2001 (en rangos)	587,66*

Nota: Este estadístico se distribuye asintóticamente  $\chi^2$  con (k - 1) grados de libertad

\* Significativo al 5%

### 5.2.1.3.2 En estimaciones basadas en información primaria (Encuesta)

Las estimaciones que se presentan en esta sección consideran el factor de expansión (ponderaciones) contenidas en la encuesta y que permiten reconstituir la muestra original de beneficiarios y comparaciones mencionadas en la sección 5.2.1.1.2.

Se utilizan tres variables de resultado intermedio y dos variables de impacto final.<sup>56</sup>

<sup>56</sup> La elección de estas variables de impacto final se debe a la presencia de un número alto de valores missing en las preguntas 6.5 a 6.12 en la encuesta de beneficiarios y en las preguntas 5.5 a 5.12 en la encuesta de no beneficiarios, lo cual impide usar estas variables como medidas de impacto final.

### ***Variables de Resultado Intermedio***

- **Variable dif2\_1:** La diferencia en la evaluación promedio entre los años 2001 y 1996 en el nivel de innovación en los productos y servicios que la empresa ofrece (promedio del bloque de preguntas 2.1 en las encuestas de beneficiarios y no beneficiarios).
- **Variable dif2\_2:** La diferencia en la evaluación promedio entre los años 2001 y 1996 en el nivel de innovación en los procesos o procedimientos de la empresa (promedio del bloque de preguntas 2.2 en las encuestas de beneficiarios y no beneficiarios).
- **Variable dif2\_3:** La diferencia en la evaluación promedio entre los años 2001 y 1996 en el posicionamiento de la empresa en los mercados externos (promedio del bloque de preguntas 2.3 en las encuestas de beneficiarios y no beneficiarios).

### ***Variables de Impacto Final***

- **Variable dif\_vta:** La diferencia en las ventas totales anuales entre los años 2001 y 1996 (pregunta 6.3 en las encuestas de beneficiarios y pregunta 5.3 en la encuesta a no beneficiarios).
- **Variable dif\_exp:** La diferencia en las exportaciones totales anuales entre los años 2001 y 1996 (pregunta 6.4 en las encuestas de beneficiarios y pregunta 5.4 en la encuesta a no beneficiarios).

#### ***5.2.2 Resultados intermedios***

Se entiende como resultados intermedios, aquellos referidos a variables que facultan el logro de resultados finales, (que en este estudio se entienden como incremento en ventas y exportaciones). De este modo, las variables intermedias se refieren a diferentes aspectos de gestión empresarial.

La información respecto de resultados intermedios se extraen de la encuesta, en la que persona que más frecuentemente la respondió, fue el dueño de la empresa (18% en el caso de empresas beneficiarias y 15% de los casos de empresas no beneficiarias). El resto de los respondientes corresponden a personal de diversa índole, aunque mayoritariamente, corresponde a los encargados de exportaciones. Ver Cuadro Anexo N° 7 para el desglose de los respondientes.

Las escalas de evaluación de las diferentes preguntas de la encuesta fluctúan entre 1 y 5, donde el máximo y el mínimo varían de pregunta en pregunta. No obstante, para efectos de mayor claridad en la presentación de resultados y pruebas estadísticas que se presentan más adelante, se recodificó la escala de modo que 1 se hace equivalente a la mínima evaluación y 5 a la máxima

evaluación.

La encuesta a empresas beneficiarios permite evaluar logros del FPE en variables intermedias durante el período 1996-2001 y permite evaluar el sistema de asignación de recursos. Uno de los aspectos de resultados intermedios, se extrae de la percepción de los beneficiarios respecto de la utilidad del financiamiento de FPE (pregunta 3.10 del cuestionario de beneficiarios) en varias dimensiones entre antes y después de instaurado el mecanismo del concurso. Las dimensiones consultadas son: haber contactado potenciales clientes, haber concertado negocios de exportación, haber conocido a la competencia extranjera, haber contactado aliados estratégicos extranjeros y/o nacionales, haber dado a conocer a su empresa o productos en el exterior, haber posicionado la imagen de la empresa, haber aprendido debilidades de su empresa/productos/servicios, haber aprendido técnicas de marketing o haber incorporado nuevas formas/herramientas de hacer negocios.

La encuesta muestra que la percepción de la utilidad del FPE de los encuestados es positiva en cada período consultado y con una evaluación sobre el valor medio de la escala (3). Sin embargo, tal como lo muestra el Cuadro N° 31 en términos relativos, los encuestados perciben un decrecimiento en la utilidad de los proyectos financiados por el FPE significativamente entre antes de la instauración del concurso y el período durante la operación de éste. En efecto, en promedio la evaluación recibida en antes del 2000 era de 3,45, pero a partir del 2001 esta fue de 3,25. Para cada una de las dimensiones consultadas el resultado es significativo al 5%.

Similar evaluación hacen estos empresarios de los proyectos de promoción de exportaciones cuando estos son financiados exclusivamente por la empresa, en el sentido que existe una valoración por sobre el valor medio (3) en cada una de las dimensiones consultadas y en cada uno de los períodos. Es notorio, la mayor valoración que se le da a los proyectos financiados exclusivamente por la empresa en aportar en cada una de las dimensiones consultadas mencionadas y en cada uno de los períodos consultados (valoraciones promedio de 3,92 antes del 2000 y 3,91 post 2000). Esto se da tanto para antes como después de la instauración del concurso nacional de promoción de exportaciones. La comparación entre financiamiento FPE v/s recursos propios se presenta en el Cuadro N° 32. Un ejemplo de las diferentes percepciones se observa respecto de contactar potenciales clientes; mientras proyectos financiados por el FPE obtienen una puntuación de 3,77 antes del 2000, los proyectos financiados con recursos propios obtienen una evaluación de 4,17. Esa misma dimensión obtiene una puntuación de 3,62 después del 2000, mientras que los proyectos con financiamiento propio reciben una evaluación de 4,22 en ese período.

Una interpretación de este resultado, es que estos proyectos están más directamente orientados a

las necesidades específicas de la empresa, mientras que los proyectos financiados por el FPE están co-determinados por la autoridad junto a otras firmas y por lo tanto los beneficios para la empresa involucrada pueden no ser tan directos como aquellos derivados de los proyectos que la empresa financia exclusivamente con sus recursos.

Cuadro N° 31 RESULTADOS INTERMEDIOS - UTILIDAD DEL FPE

Bloque 3.10 Utilidad de proyectos financiados por FPE					
Pregunta	N	Media 2001-2000	Media antes 2000	Test-t	Significancia
Contactar potenciales clientes	104	3,55	3,87	-3,086	0,003*
Concertar negocios exportación	103	3,51	3,76	-2,455	0,016*
Conocer competencia extranjera	103	3,47	3,69	-2,252	0,026*
Contactar aliados extranjeros estratégicos	102	3,08	3,3	-2,664	0,009*
Contactar aliados nacionales estratégicos	100	2,78	2,94	-2,134	0,035*
Dar a conocer la empresa	103	3,66	3,86	-2,019	0,046*
Posicionar imagen empresa en Chile	103	3,43	3,62	-2,251	0,027*
Posicionar imagen empresa en exterior	100	2,69	2,83	-2,005	0,048*
Aprender de debilidades de empresa	103	3,38	3,61	-2,76	0,007*
Aprender técnicas de comercialización/marketing	103	3,12	3,3	-2,262	0,026*
Incorporar nuevas formas de negocios	102	3,02	3,18	-2,268	0,025*
Bloque 3.11 Utilidad de proyectos financiados exclusivamente por empresa					
Pregunta	N	Media 2001-2000	Media antes 2000	Test-t	Significancia
Contactar potenciales clientes	151	4,25	4,23	0,523	0,601
Concertar negocios exportación	149	4,12	4,18	-1,289	0,199
Conocer competencia extranjera	149	4,04	4,08	-0,949	0,344
Contactar aliados extranjeros estratégicos	148	3,74	3,77	-0,832	0,407
Contactar aliados nacionales estratégicos	144	3,17	3,29	-2,006	0,047*
Dar a conocer la empresa	148	4,31	4,34	-0,744	0,458
Posicionar imagen empresa en Chile	149	4,13	4,11	0,709	0,479
Posicionar imagen empresa en exterior	145	3,55	3,54	0,328	0,744
Aprender de debilidades de empresa	149	4,06	4,02	1,379	0,170
Aprender técnicas de comercialización/marketing	147	3,75	3,74	0,33	0,742
Incorporar nuevas formas de negocios	148	3,81	3,8	0,201	0,841

\* Significativo al 5%.

Por otra parte, y como era de esperar, no existe diferencia significativa en la utilidad de estos proyectos entre pre 2000 y post 2000, pues no es relevante esta distinción temporal para ellos. La

única excepción la da la capacidad de contactar aliados estratégicos nacionales, dimensión para la cual la evaluación de utilidad de los proyectos con financiamiento ha disminuido de 3,29 antes del 2000 a 3,17 post 2000. Una hipótesis que de sentido a este hecho, es que el resultado refleja una caída en los beneficios percibidos en la asociatividad con otras empresas a partir del 2000, posiblemente, como resultado de la delicada situación económica nacional, la que podría afectar la capacidad de las empresas locales de emprender acciones de promoción de exportaciones colectivas en conjunto con otras empresas.

**Cuadro N° 32 DIFERENCIA DE IMPORTANCIA PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES FINANCIAMIENTO FPE v/s RECURSOS PROPIOS**

	N	Media		Diferencia	Test-t	Significancia bilateral
		Financiamiento FPE	Propio			
<b>Antes del 2000</b>						
Contactar potenciales clientes	117	3,77	4,17	-0,40	-3,71	0,00*
Concertar negocios exportación	114	3,57	4,00	-0,43	-3,79	0,00*
Conocer competencia extranjera	114	3,61	3,96	-0,35	-2,99	0,00*
Contactar aliados extranjeros estratégicos	113	3,15	3,66	-0,51	-4,63	0,00*
Contactar aliados nacionales estratégicos	107	2,80	3,16	-0,36	-3,51	0,00*
Dar a conocer la empresa	112	3,77	4,21	-0,44	-4,11	0,00*
Posicionar imagen empresa en Chile	113	3,50	3,99	-0,49	-4,21	0,00*
Posicionar imagen empresa en exterior	109	2,78	3,34	-0,56	-4,56	0,00*
Aprender de debilidades de empresa	113	3,59	3,93	-0,34	-2,97	0,00*
Aprender técnicas de comercialización/marketing	112	3,28	3,63	-0,35	-2,91	0,00*
Incorporar nuevas formas de negocios	111	3,17	3,63	-0,46	-3,73	0,00*
<b>2000-2001</b>						
Contactar potenciales clientes	108	3,62	4,22	-0,60	-4,56	0,00*
Concertar negocios exportación	124	2,4	2,4			
Conocer competencia extranjera	106	3,39	3,98	-0,59	-4,37	0,00*
Contactar aliados extranjeros estratégicos	105	3,12	3,7	-0,58	-4,94	0,00*
Contactar aliados nacionales estratégicos	100	2,77	3,18	-0,41	-3,70	0,00*
Dar a conocer la empresa	105	3,68	4,26	-0,58	-4,35	0,00*
Posicionar imagen empresa en Chile	106	3,46	4,07	-0,61	-4,61	0,00*
Posicionar imagen empresa en exterior	102	2,74	3,5	-0,76	-5,55	0,00*
Aprender de debilidades de empresa	106	3,36	4,04	-0,68	-4,92	0,00*
Aprender técnicas de comercialización/marketing	105	3,13	3,73	-0,60	-4,34	0,00*
Incorporar nuevas formas de negocios	104	3,03	3,73	-0,69	-4,91	0,00*

\* Significativo al 5%.

Otro tipo de resultados intermedios se pueden extraer de las respuestas a las preguntas 2.1, 2.2 y 2.3 que se refieren a resultados en introducir innovaciones a diferentes niveles dentro de las acciones de la empresa: nivel de producto o servicios, nivel de procesos o procedimientos de producción y a nivel de posicionamiento de la empresa en sus mercados. A nivel de productos o

servicios, se consulta respecto a la existencia de innovaciones en presentación/empaque, calidad de insumos y producto final, servicio al cliente pre-venta y post-venta e innovación de nuevos productos. A nivel de procedimientos, se pregunta respecto de la existencia de innovaciones en proceso de producción, control de calidad del proceso, de maquinarias, normas de seguridad y ambientales, gestión administrativa y de comercialización. Respecto del posicionamiento de la empresa en los mercados externos, se consulta por la calidad de productos, servicio al cliente, cumplimiento de plazos, diferenciación de productos, prestigio de la empresa, accesibilidad hacia sus clientes y en términos del tamaño relativo de la empresa. El Cuadro N° 33 presenta tests de medias para medir la percepción de logros de los beneficiarios en términos de las anteriores variables intermedias entre 1996 y el 2001.

**Cuadro N° 33 TESTS DE MEDIAS DE EVALUACIÓN DE BENEFICIARIOS DEL FPE EN LOGROS EN INNOVACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA (1996-2001)**

<b>Bloque 2.1 Innovación en productos y servicios</b>					
<b>Pregunta</b>	<b>N</b>	<b>Media 2001</b>	<b>Media 1996</b>	<b>Test-t</b>	<b>Significancia</b>
Presentación/empaque	177	3,62	3,01	6,89	0,00*
Calidad insumos	178	4,06	3,65	6,90	0,00*
Calidad producto	181	4,24	3,74	9,13	0,00*
Servicio pre-venta	189	3,96	3,43	7,82	0,00*
Servicio post-venta	189	4,00	3,59	6,82	0,00*
Nuevos productos	180	3,97	3,25	9,10	0,00*
<b>Bloque 2.2 Innovación en procesos y procedimientos</b>					
<b>Pregunta</b>	<b>N</b>	<b>Media 2001</b>	<b>Media 1996</b>	<b>Test-t</b>	<b>Significancia</b>
Proceso productivo	176	3,89	3,22	8,86	0,00*
Control de calidad	180	4,06	3,40	9,59	0,00*
Maquinarias	177	3,84	3,23	9,00	0,00*
Normas de seguridad	179	3,91	3,42	7,71	0,00*
Normas ambientales	165	4,05	3,46	7,96	0,00*
Gestión administrativa	188	3,91	3,08	9,74	0,00*
Gestión comercial	190	3,88	3,38	6,95	0,00*
Informatización					
Producción	178	3,76	2,98	9,66	0,00*
<b>Bloque 2.3 Posicionamiento de empresas en mercados externos</b>					
<b>Pregunta</b>	<b>N</b>	<b>Media 2001</b>	<b>Media 1996</b>	<b>Test-t</b>	<b>Significancia</b>
Calidad del producto	177	4,18	3,79	6,18	0,00*
Servicio al cliente	176	4,10	3,69	7,50	0,00*
Cumplimiento plazos	175	4,15	3,88	4,62	0,00*
Diferenciar producto	175	4,07	3,77	6,11	0,00*
Prestigio	177	4,31	4,01	5,90	0,00*
Acceso clientes	177	4,12	3,73	6,95	0,00*
Tamaño empresa	170	3,74	3,44	6,33	0,00*

Los resultados de la encuesta a empresas beneficiarias, muestra que estas han introducido innovaciones en productos y servicios entre 1996 y 2001 de manera significativa al 5% en todas

las dimensiones detalladas en el cuestionario (presentación/empaque, calidad de insumos, etc.). También lo han hecho respecto de procesos o procedimientos (producción, control de calidad del proceso, etc.) con significancia de 5%. También ha mejorado la percepción respecto del posicionamiento de la empresa en mercados externos (respecto de calidad de productos, servicio al cliente, etc.).

Similares resultados intermedios se observan entre empresas no beneficiarias (ver resultados en Cuadro N° 34 ). Cabe cuestionarse si las beneficiarias son diferentes del grupo de comparación en término de estas variables intermedias. El Cuadro N° 35 calcula las diferencias en diferencias de estas variables. Ahí se aprecia que en términos de innovaciones en productos o servicios, hay una diferencia positiva y significativa entre beneficiarios y controles respecto de calidad del producto (diferencia de 0,27 puntos de la escala), servicio pre-venta (diferencia de 0,34 puntos de la escala) e introducción de nuevos productos (diferencia de 0,49 puntos de la escala). Respecto de innovaciones en procesos, sólo aparece significativa y positiva la diferencia entre beneficiarios y controles en control de calidad y gestión administrativa. Respecto de posicionamiento de la empresa en mercados externos, todas las dimensiones consultadas a excepción de cumplimientos de plazos, aparecen positivas y significativamente mayores para las beneficiarias respecto de controles. Esta dimensión se explora en mayor profundidad en la sección de análisis econométrico.

Cabe preguntarse en que medida estos logros respecto de las variables intermedias está determinada por el tipo de línea de acción o componente del FPE involucrada. Se calcularon estadísticos de diferencias de medias para grupos de beneficiarios, distinguiendo entre aquellos que recibieron beneficios de prospección respecto de aquellos que recibieron beneficios de penetración (permanencia correspondió a una categoría ínfima de proyectos adjudicados; ver diseño muestral en 5.2.1.1.2). Los resultados se presentan en Cuadro N° 36 . En él se observa que no existen diferencias significativas al 5% en logros respecto de estas variables intermedias entre beneficiarios de proyectos de prospección respecto de los de penetración, a excepción de **del posicionamiento de la empresa en lo que respecta a su tamaño relativo**, con una diferencia negativa significativa al 5% de 0,32. Es decir, en este caso los beneficiarios de proyectos de prospección tienen significativamente menores logros que beneficiarios de otras líneas de acción. Este signo corresponde al esperado, en la medida que los beneficiarios de proyectos de penetración tienen un *bagage* de experiencia exportadora y por lo mismo, están más preparados a percibir resultados en los ámbitos consultados.

**Cuadro N° 34 TESTS DE MEDIAS NO BENEFICIARIOS EN LOGROS DEL FPE EN INNOVACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA (1996-2001)**

<b>Bloque 2.1 Innovación en productos y servicios</b>					
<b>Pregunta</b>	<b>N</b>	<b>Media 2001</b>	<b>Media 1996</b>	<b>Test-t</b>	<b>Significancia</b>
Presentación/empaque	173	3,52	3,08	7,42	0,00*
Calidad Insumos	179	4,07	3,77	6,42	0,00*
Calidad producto	180	4,34	4,07	6,16	0,00*
Servicio pre-venta	177	4,11	3,77	7,63	0,00*
Servicio post-venta	180	4,05	3,68	8,58	0,00*
Nuevos productos	175	3,67	3,19	7,92	0,00*
<b>Bloque 2.2 Innovación en procesos y procedimientos</b>					
<b>Pregunta</b>	<b>N</b>	<b>Media 2001</b>	<b>Media 1996</b>	<b>Test-t</b>	<b>Significancia</b>
Proceso productivo	162	3,83	3,21	9,00	0,00*
Control de calidad	165	3,98	3,47	8,59	0,00*
Maquinarias	164	3,87	3,29	8,20	0,00*
Normas de seguridad	174	4,14	3,73	6,80	0,00*
Normas ambientales	161	4,05	3,52	8,13	0,00*
Gestión administrativa	177	3,96	3,33	9,07	0,00*
Gestión comercial	174	3,94	3,5	8,55	0,00*
Informatización	162	3,83	3,21	9,00	0,00*
Producción	162	3,83	3,21	9,00	0,00*
<b>Bloque 2.3 Posicionamiento de empresas en mercados externos</b>					
<b>Pregunta</b>	<b>N</b>	<b>Media 2001</b>	<b>Media 1996</b>	<b>Test-t</b>	<b>Significancia</b>
Calidad del producto	150	4,04	3,82	3,74	0,00*
Servicio al cliente	151	3,98	3,74	4,65	0,00*
Cumplimiento plazos	151	4,1	3,9	5,28	0,00*
Diferenciar producto	150	3,95	3,84	3,05	0,00*
Prestigio	151	4,31	4,16	3,79	0,00*
Acceso clientes	148	4,15	4,04	2,35	0,00*
Tamaño empresa	148	3,73	3,66	1,44	0,00*

Como se vio, hay resultados significativos en términos de variables intermedias en forma robusta. No obstante, es importante establecer la importancia y nivel de responsabilidad que le asignan los empresarios a las actividades de promoción de exportaciones, en determinar resultados intermedios y finales de la empresa. Esto se puede extraer de las preguntas 3.12 del cuestionario a beneficiarios y 4.5 a no beneficiarios. En ella se consulta la importancia atribuida a las actividades de promoción de exportaciones en: mantener o mejorar volumen de exportaciones, ampliar oferta exportable, mejorar la calidad oferta exportable, ampliar número de mercados de destino, mejorar nivel de utilidades de la empresa, mejorar nivel tecnológico de la empresa, interrelacionar a la empresa con productores/competidores nacionales y extranjeros.

**Cuadro N° 35 DIFERENCIA EN DIFERENCIAS VARIABLES DE RESULTADO INTERMEDIO**  
**Bloque 2.1 Innovación en productos y servicios**

	Beneficiarios		No Beneficiarios		Diferencia de Diferencias	Test t	Sig. (bilateral)
	N	Diferencia	N	Diferencia			
Presentación/empaque	177	0,61	173	0,43	0,17	1,62	0,11
Calidad insumos	178	0,40	179	0,30	0,10	1,36	0,18
Calidad producto	181	0,50	180	0,27	0,23	3,32	0,00*
Servicio pre-venta	190	0,53	177	0,34	0,19	2,37	0,02*
Servicio post-venta	190	0,41	180	0,37	0,05	0,62	0,54
Nuevos productos	180	0,72	176	0,49	0,23	2,29	0,02*

**Bloque 2.2 Innovación en procesos y procedimientos**

	Beneficiarios		No Beneficiarios		Diferencia de Diferencias	Test t	Sig. (bilateral)
	N	Diferencia	N	Diferencia			
Proceso productivo	176	0,67	162	0,62	0,05	0,48	0,63
Control de calidad	181	0,66	165	0,51	0,15	1,69	0,09*
Maquinarias	177	0,62	164	0,57	0,04	0,45	0,65
Normas de seguridad	179	0,49	174	0,41	0,08	0,91	0,37
Normas ambientales	165	0,60	161	0,53	0,06	0,65	0,51
Gestión administrativa	188	0,83	177	0,62	0,21	1,88	0,06*
Gestión comercial	191	0,50	174	0,44	0,07	0,75	0,46

**Bloque 2.3 Posicionamiento de empresas en mercados externos**

	Beneficiarios		No Beneficiarios		Diferencia de Diferencias	Test t	Sig. (bilateral)
	N	Diferencia	N	Diferencia			
Calidad del producto	178	0,39	150	0,22	0,17	1,98	0,05*
Servicio al cliente	176	0,42	151	0,24	0,17	2,26	0,03*
Cumplimiento plazos	175	0,28	151	0,21	0,07	0,94	0,35
Diferenciar producto	175	0,31	150	0,11	0,20	3,32	0,00*
Prestigio	178	0,30	151	0,16	0,14	2,22	0,03*
Acceso clientes	178	0,39	148	0,11	0,28	3,86	0,00*
Tamaño empresa	170	0,30	148	0,08	0,22	3,12	0,00*

\*Significativa al 5%.

Cuadro N° 36 LOGROS INTERMEDIOS PARA BENEFICIARIOS POR TIPO DE LÍNEA DE ACCIÓN DEL FPE

	Prospección			Penetración			Test de diferencia de medias		
	N	Diferencia 2001-1996	Desviación Std.	N	Diferencia 2001-1996	Desviación Std.	Tcst-t	Signif. (bilateral)	Diferencia de medias
Presentación-empaque	40	0,62	1,45	56	0,55	1,23	0,27	0,79	0,07
Calidad de insumos	38	0,34	0,60	56	0,42	0,88	-0,48	0,63	-0,08
Calidad producto final	38	0,48	0,77	57	0,63	0,74	-0,92	0,36	-0,14
Servicio al cliente pre venta	40	0,59	1,11	60	0,62	0,85	-0,13	0,90	-0,02
Servicio al cliente post venta	40	0,44	1,08	60	0,51	0,74	-0,36	0,72	-0,06
Nuevos productos	38	0,73	0,96	55	0,97	1,21	-1,05	0,30	-0,25
Proceso físico de producción	38	0,57	0,84	54	0,84	0,80	-1,60	0,11	-0,28
Control de calidad del proceso de producción	38	0,79	1,12	58	0,64	0,88	0,73	0,47	0,15
Maquinarias	38	0,50	0,94	55	0,81	0,85	-1,65	0,10	-0,31
Normas de seguridad	38	0,58	0,86	55	0,48	0,98	0,50	0,62	0,10
Normas ambientales	35	0,71	0,94	54	0,74	1,11	-0,14	0,89	-0,03
Gestión /reorganización de la empresa	40	0,59	0,93	58	0,99	1,30	-1,82	0,07	-0,41
Gestión de Comercialización	40	0,43	0,76	60	0,44	1,16	-0,07	0,95	-0,01
Calidad de productos	37	0,34	0,91	56	0,46	1,10	-0,56	0,58	-0,12
Servicio al cliente	37	0,42	0,62	55	0,44	0,90	-0,13	0,90	-0,02
Cumplimiento de plazos	37	0,17	0,90	56	0,26	0,93	-0,46	0,64	-0,09
Diferenciación de sus productos	37	0,42	0,60	54	0,22	0,62	1,46	0,15	0,19
Prestigio de la empresa	37	0,45	0,81	56	0,21	0,64	1,61	0,11	0,25
Disponibilidad / acceso hacia sus clientes	37	0,47	0,91	56	0,47	0,88	0,00	1,00	0,00
Tamaño relativo de su empresa	37	0,17	0,38	55	0,49	0,71	-2,76	0,01*	-0,32

En primer lugar es destacable el alto nivel de importancia que se le asigna a la promoción de exportaciones en determinar las anteriores condiciones. Los beneficiarios les asignan valor con indicadores mayores al valor medio (en promedio 3,85). El factor que las beneficiarias le asignan menor relación a las actividades de promoción de exportaciones aparece como la interrelación con productores/competidores nacionales (con una evaluación de 3,43). En términos relativos, las empresas beneficiarias le asignan significativamente (al 1%) mayor responsabilidad a la promoción de exportaciones en estas dimensiones que las no beneficiarias (en promedio 3,85 respecto de 2,44 de las no beneficiarias). Esta diferencia en valoración a la promoción de

exportaciones, puede ser un factor causal de la menor promoción de exportaciones realizada por las no beneficiarias. En efecto, si se analiza el nivel de actividades de promoción de exportaciones llevadas adelante por las empresas a lo largo del tiempo (pregunta 3.6 en cuestionario beneficiarios y 3.2 del cuestionario a no beneficiarios) resumidas en el Cuadro N° 38, se aprecia que las empresas beneficiarias realizan significativamente más proyectos completamente privados de promoción de exportaciones que las empresas no beneficiarias (en promedio 4,3 anual entre 1985-2001 v/s 3,22 para igual período para las no beneficiarias).

**Cuadro N° 37 IMPORTANCIA DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES BENEFICIARIOS VS. NO BENEFICIARIOS**

	Media Beneficiarios	Media No Beneficiarios	Diferencia Medias	Test-t	Significancia (bilateral)
<b>¿Cuál diría Ud. que es el nivel de importancia de las actividades de promoción de exportaciones realizadas en:</b>					
Mantener y/o mejorar su volumen de exportaciones?	4,33	1,93	2,4	21,0	0,00*
Ampliar su oferta exportadora (incrementar la cantidad de productos / servicios exportados)?	4,25	2,10	2,1	17,5	0,00*
Mejorar la calidad de su oferta exportadora?	4,23	2,03	2,2	18,0	0,00*
Mejorar el número de mercados al que destina exportaciones?	4,26	2,09	2,2	16,8	0,00*
Mejorar las utilidades de su empresa?	4,44	1,80	2,6	21,9	0,00*
Mejorar el nivel tecnológico de su empresa?	4,11	1,90	2,2	17,5	0,00*
Interrelacionar a su empresa con productores/competidores nacionales?	3,43	2,56	0,9	5,8	0,00*
Interrelacionar a su empresa con productores/competidores extranjeros?	4,08	2,23	1,9	13,7	0,00*
<b>¿Cuál diría Ud. que ha sido el nivel de importancia de otras experiencias de promoción de exportaciones de empresas chilenas en su actividad empresarial, para:</b>					
Desarrollar sus primeras actividades de promoción de exportaciones?	3,47	2,95	0,5	3,4	0,00*
Modificar o reformular sus actividades de promoción de exportaciones?	3,45	2,97	0,5	3,2	0,00*
<b>¿Cuál diría Ud. que ha sido el nivel de importancia de sus actividades de promoción de exportaciones, para otras empresas chilenas, en:</b>					
Replicar el tipo de actividades que ha realizado su empresa?	3,09	3,19	-0,1	-0,7	0,51
Replicar el tipo de productos que exporta su empresa?	3,16	3,31	-0,2	-1,0	0,31
Replicar la destinación de sus exportaciones?	3,23	3,23	0,0	0,0	0,99
¿Cuál diría Ud. que ha sido el nivel de importancia de sus actividades de promoción de exportaciones para mejorar la imagen de nuestro país en el exterior?	3,97	2,33	1,6	12,3	0,00*
¿Cuál diría Ud. que ha sido el nivel de importancia de la imagen de nuestro país en el exterior, para el desarrollo de sus exportaciones?	4,22	1,97	2,3	21,8	0,00*

Por otra parte, las experiencias de promoción de exportaciones de otras empresas aparecen como muy importantes en motivar el desarrollo de sus primeras actividades de promoción de exportaciones y en modificar o reformular sus actividades de promoción de exportaciones (todas con valores superiores al valor medio) respecto de empresas no beneficiarias. En efecto, mientras empresas beneficiarias evalúan en promedio en 3,46 estas dimensiones, las no beneficiarias sólo

las evalúan con 2,96 en promedio, lo que genera una diferencia estadísticamente significativa al 1%. Las empresas beneficiarias, sin embargo, perciben mayor relevancia de las experiencias ajenas de promoción de exportaciones en sus políticas de exportaciones, respecto de no beneficiarios (4,1 respecto de 2,1 de no beneficiarias). No obstante, cuando las empresas son consultadas respecto de los efectos que las propias actividades de promoción de exportaciones pueden generar en otras empresas, no se puede encontrar una diferencia estadísticamente significativa en la valoración de las empresas beneficiarias y no beneficiarios (valores promedios de 3,2 para ambos grupos de empresas). No obstante, cabe destacar que ambos grupos consideran de mucha importancia sus actividades en el ámbito de acción de otras empresas, pero esta valoración no difiere entre sí. Por otra parte, las empresas beneficiarias consideran de mucha importancia sus actividades de promoción de exportaciones en mejorar la imagen país respecto de no beneficiarias (3,97 v/s 2,33) presentando una diferencia estadísticamente significativa al 1%. Similar diferencia se observa entre beneficiarios y no beneficiarios en la importancia atribuida a la imagen país en el desarrollo de sus exportaciones (evaluación de 4,22 de beneficiarios v/s 1,97 de no beneficiarios).

**Cuadro N° 38 DIFERENCIA EN EVALUACIÓN DE  
PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES  
(FINANCIAMIENTO PROPIO)**

	N° Proyectos Promedio	
	No Beneficiarios	Beneficiarios
1985-89	3,6	6,0
1990	3,5	5,2
1991	3,4	4,8
1992	3,4	4,8
1993	3,6	4,7
1994	3,3	4,6
1995	3,1	4,3
1996	2,8	3,8
1997	3,0	3,5
1998	3,0	3,5
1999	3,0	3,5
2000	3,1	3,6
2001	3,0	3,6
Test Wilcoxon Z		-3,180
Significancia (unilateral)		0,00
Test t Dif. Medias		-6,593
Significancia (Bilateral)		0,00

## 5.2.2.1 Estimaciones econométricas

El Cuadro N° 39 presenta estadísticos descriptivos para las tres variables de impacto intermedio consideradas. Estas son los promedios de los bloques de preguntas relativas a logros en términos de innovación en: i) productos y servicios, y ii) procedimientos y iii) posicionamiento de la empresa y la prueba por igualdad de medias.

Cuadro N° 39 ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS VARIABLES DE RESULTADO INTERMEDIAS

Variable (1)	Beneficiarias		Comparaciones		Test de Medias	
	Media	Desv. Std.	Media	Desv.Std	Estadístico	Valor P
Dif2_1	0.55	0.75	0.35	0.61	2.425	0.992
Dif2_2	0.60	0.69	0.52	0.72	0.953	0.830
Dif2_3	0.34	0.65	0.21	0.63	1.698	0.955

Fuente: Elaboración propia a partir de información de la Encuesta.

(1) Variable de impacto de Diferencias: 2\_1 en productos y servicios, 2\_2 en procesos y procedimientos y 2\_3 en posicionamiento en mercado externo

De este Cuadro se puede observar que en términos de las diferencias en productos y servicios (Dif2\_1) las empresas beneficiarias y comparaciones son estadísticamente significativas al 5%; que en términos de diferencias en procesos y procedimientos (Dif2\_2) las empresas beneficiarias y comparaciones no son estadísticamente significativas al 5%; y que en términos de diferencia en posicionamiento en mercado externo (Dif2\_3) las empresas beneficiarias y comparaciones son estadísticamente significativas al 5%. En estas dimensiones, las empresas comparaciones presentan menores diferencias que las empresas beneficiarias y con signo positivo, es decir menores mejoras en la evaluación de estas variables.

## 5.2.2.1.1 Estimación de la participación en el FPE

La estimación de la probabilidad de participación en el FPE es uno de los elementos principales para poder aplicar la metodología, para lo que se requiere utilizar información de variables pre-programa. Para realizar esta estimación en un inicio se intentó recuperar la información que, para las empresas encuestadas y para el año 1995, se tenía de la base de datos del Banco Central. Sin embargo, al efectuar este cruce de información la muestra se reducía a 133 empresas de las cuales sólo 15 eran beneficiarias.<sup>57</sup> Debido a lo anterior se utilizó la información contenida en la encuesta para estimar un modelo de participación en el FPE en el período 1996-2001. En esta estimación se usaron como variables explicativas las siguientes: la antigüedad de la empresa al año 1995; una variable dummy para el sector productivo industria para el año 1995 (la categoría

<sup>57</sup> Pese a lo acucioso del diseño muestral, muchas empresas no pudieron ser halladas y se recurrió fuertemente a firmas de la muestra de recemplazo.

excluida es el sector otros);<sup>58</sup> y dos dummies para las zonas geográficas norte y centro para el año 1995 (la categoría excluida es la zona sur). Estas variables se supone que reflejan adecuadamente la situación pre-programa tanto para los beneficiarios como para los no beneficiarios.

Los principales resultados econométricos para el Logit binario de participación se presentan en el Cuadro N° 40. Es importante mencionar que los resultados de estimación no fueron buenos en el sentido de que el modelo con probabilidad heterogénea no es significativamente distinto del modelo con probabilidad homogénea. En efecto, el valor de  $-2$  veces el logaritmo de la verosimilitud del modelo estimado (probabilidad heterogénea) es de 338,834 mientras el valor de  $-2$  veces el logaritmo de la verosimilitud de un modelo con sólo una constante (modelo de probabilidad homogénea) es de 345,034. Así, el estadístico Chi-Cuadrado es de 6,200 con lo que la significancia (con 4 grados de libertad) es de 0,185. Esto es consistente con el valor del  $R^2$  de McFadden el cual es de sólo 0,012, lo que indica un bajo grado de ajuste del modelo.<sup>59</sup>

A pesar del deficiente ajuste, se utiliza el modelo de probabilidad heterogénea para predecir la probabilidad de ser beneficiario. En base a estos parámetros estimados se predice para cada empresa en la muestra, beneficiarias y comparaciones, su probabilidad de ser beneficiaria de FPE en el período. El Cuadro 39 presenta estadísticos descriptivos para la probabilidad predicha, para toda la muestra y para las empresas beneficiarias y no beneficiarias.

<i>Cuadro N° 40</i> ESTIMACIÓN DE PROPENSITY SCORES	
Variabes	Coefficientes
Constante	-0,875 (0,420)
Antigüedad Empresa año 1995	-0,0028 (0,579)
Dummy Sector Industria	-0,367 (0,088)
Dummy zona norte (V Región)	-0,371 (0,640)
Dummy zona centro (RM)	0,812 (0,110)
Observations	295
-2 Log Likelihood	338,834
-2 Log Likelihood Intercepto Solamente	345,034
Chi-Square	6,200 (0,185)
R Cuadrado de McFadden	0,012

<sup>58</sup> Dado que la encuesta se realizó en las regiones Quinta, Octava, Décima y Metropolitana no se entrevistaron empresas del sector Minería. Además, de las 303 empresas en la encuesta sólo 1 era del sector primario por lo cual se la omitió del análisis de los propensity scores.

<sup>59</sup> La estimación se hace ponderando cada observación por el factor de expansión contenido en la encuesta.

Cuadro N° 41 ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS PROBABILIDAD PREDICHA

	Observaciones	Mínimo	Máximo	Promedio	Desviación Standard
Toda La muestra	295	0,12	0,31	0,154	0,039
Empresas Beneficiarias	160	0,12	0,31	0,156	0,042
Empresas Comparaciones	135	0,12	0,31	0,152	0,035

Fuente: Elaboración propia en base a información contenida en la muestra.

#### 5.2.2.1.2 Estimación del resultado intermedio del FPE

Se trabaja con estimadores de *Matching* de diferencias en diferencias (DD) - el que compara el cambio en los resultados para las empresas beneficiarias y para las empresas comparaciones entre la situación base y la situación post FPE. Específicamente el estimador de *Matching* que se usa es el Estimador de Vecinos Cercanos. El parámetro que se estima es el impacto que ha tenido el FPE sobre las empresas beneficiarias. El parámetro que se estima es el impacto que ha tenido el FPE sobre las empresas beneficiarias.<sup>60 61</sup>

El Cuadro N° 42 presenta información relativa al test de diferencias de medias (suponiendo varianzas conocidas) para las tres medidas de impacto intermedio. Analizando la 3° columna del Cuadro, se aprecia que las empresas beneficiarias y comparaciones presentan diferencias estadísticamente significativas al 5% en el cambio en sus valoraciones promedio entre los años 1996 y el 2001, en la variable diferencias en productos y servicios y en la variable posicionamiento en el mercado externo, ya que los valores P para la diferencia entre estos grupos son de 0,01 y 0,04 respectivamente. Por otra parte, no se observa una diferencia estadísticamente significativa al 5% en el cambio en procesos y procedimientos, entre los años 1996 y 2001, para las empresas beneficiarias y comparaciones al presentar el estadístico un valor P de 0,17.

El Cuadro N° 43 presenta los resultados intermedios estimados para el FPE. En este Cuadro se presentan estimaciones para 5, 10 y 20 vecinos, para las tres variables de resultado intermedio. De este cuadro se puede observar un efecto positivo del FPE en las tres medidas de resultado intermedio.

<sup>60</sup> En la literatura de evaluación de programas este parámetro se conoce como el parámetro TT (Treatment on the treated).

<sup>61</sup> Nótese que para efectos de esta sección se utilizó la escala de evaluación original, en la que (1=máximo y 5=mínimo). Por ello, el signo de los resultados se deben interpretar a la inversa que en la sección anterior.

Cuadro N° 42 TEST DE MEDIAS PARA VARIABLES DE IMPACTO INTERMEDIO<sup>62</sup>

Diferencia en Productos y Servicios	Año 2001	Año 1996	Cambio	Estadístico	Valor P
Beneficiarias	2,08 (0,68)	2,62 (0,84)	-0,55 (0,75)	-9,19	0,00
Comparaciones	2,07 (0,70)	2,42 (0,75)	-0,35 (0,61)	-7,19	0,00
Diferencia Estadístico	0,01 0,11	0,20 2,12	-0,20 -2,48		
Valor P	0,46	0,02	0,01		
Diferencia en Procesos y Procedimientos	Año 2001	Año 1995	Cambio	Estadístico	Valor P
Beneficiarias	2,07 (0,73)	2,66 (0,86)	-0,60 (0,69)	-10,90	0,00
Comparaciones	1,99 (0,75)	2,50 (0,86)	-0,52 (0,72)	-9,05	0,00
Diferencia Estadístico	0,08 0,90	0,16 1,56	-0,08 -0,95		
Valor P	0,18	0,06	0,17		
Diferencia en Posicionamiento Mercado Externo	Año 2001	Año 1995	Cambio	Estadístico	Valor P
Beneficiarias	1,91 (0,65)	2,27 (0,79)	-0,34 (0,65)	-6,55	0,00
Comparaciones	1,91 (0,76)	2,09 (0,77)	-0,21 (0,63)	-4,18	0,01
Diferencia Estadístico	0 0	0,18 1,95	-0,13 -1,70		
Valor P	0,50	0,03	0,04		

Nota: La columna cambio reporta la diferencia entre el ingreso actual y el base en caso que ambos períodos tengan información. Las dos columnas que siguen reportan los valores correspondientes a la diferencia de las distribuciones actual y base, con lo cual consideran la totalidad de las observaciones de ambas. Entre paréntesis es reportada la desviación estándar de cada variable.

Usando 5 vecinos cercanos, en el caso de la variable diferencia en productos y servicios se obtiene que, como producto del FPE, las empresas beneficiarias evalúan el cambio a nivel de innovación en los productos y servicios de la empresa entre los años 1996 y 2001, en 0,204 por sobre el cambio que perciben las empresas no beneficiarias.<sup>63</sup> Este cambio es significativo al 5%, resultado similar al obtenido para 10 y 20 vecinos cercanos.

En el caso de la variable diferencia en el posicionamiento en los mercados externos y para el mismo número de vecinos cercanos se obtiene que, como producto del FPE, las empresas

<sup>62</sup> La variable Promedio p2\_1 año 1996 se pudo construir para 285 empresas y para el año 2001 para 301 empresas; la variable Promedio p2\_2 año 1996 se pudo construir para 283 empresas y para el año 2001 para 301 empresas; la variable Promedio p2\_3 año 1996 se pudo construir para 263 empresas y para el año 2001 para 290 empresas.

<sup>63</sup> Recuérdese que de acuerdo a la escala de evaluación usada, los puntajes van desde 1 (máximo valor) a 5 (mínimo valor).

beneficiarias evalúan el cambio que ha experimentado la empresa entre los años 1996 y 2001, en 0,134 por sobre el cambio que perciben las empresas no beneficiarias.<sup>64</sup> Este cambio es significativo al 5%, resultado que se mantiene para 10 vecinos cercanos. En el caso de 20 vecinos cercanos, el efecto es positivo (0,122) y es significativo al 10%.

En el caso de la variable diferencia en la innovación en procesos o procedimientos, aunque los efectos son positivos, ellos no son estadísticamente significativos al 5%.

**Cuadro N° 43 ESTIMACION DE RESULTADOS INTERMEDIOS**

Número de Vecinos	Diferencia en Productos y Servicios	Diferencia en Procesos y Procedimientos	Diferencia en Posicionamiento Mercado Externo
5	0,2040 (0,0739)	0,0730 (0,0862)	0,1342 (0,0806)
10	0,2040 (0,0733)	0,066 (0,0873)	0,1382 (0,0805)
20	0,1783 (0,0791)	0,0321 (0,0901)	0,1218 (0,900)
Tamaño Muestra	277	276	253

*Nota:* De las 303 empresas originales en la muestra 8 no tenían información para construir sus propensity scores y el resto presentaba información missing en las variables diferencia en productos y servicios, o en diferencia en procesos y procedimientos o en diferencia en posicionamiento en mercado externo.

\* En paréntesis desviaciones estándar calculadas con la técnica de Bootstrapping.

### 5.2.2.2 Conclusiones de la sección

Se obtuvo un efecto positivo del FPE en las tres medidas de resultado intermedio. Para las medidas de diferencias en productos y servicios estos efectos son estadísticamente significativos al 5%. Los resultados para la medida diferencia en procesos y procedimientos aunque son positivos, no son estadísticamente significativos. Finalmente, los efectos sobre la medida posicionamiento en el mercado externo son positivos y son estadísticamente significativos al 5% para 5 y 10 vecinos cercanos y al 10% para 20 vecinos.

### 5.2.3 Resultados finales

Los resultados finales se presentan a continuación distinguiendo primero el análisis hecho sobre el universo de beneficiarios exportadores, y luego aquellos basados en la encuesta.

<sup>64</sup> Recuérdese que de acuerdo a la escala de evaluación usada, los puntajes van desde 1 (máximo valor) a 5 (mínimo valor).

### 5.2.3.1 En base a información secundaria

En esta sección se presentan y analizan los principales resultados econométricos obtenidos en las estimaciones no paramétricas del impacto de los beneficios entregados por el FPE en el período 1996-2001 sobre el volumen exportado.<sup>65</sup>

#### 5.2.3.1.1 Resultados de estimación no paramétricas.

##### 5.2.3.1.1.1 Estimación del modelo multinomial

La estimación del vector  $[\hat{P}_i^0(X_i), \hat{P}_i^1(X_i), \hat{P}_i^2(X_i), \hat{P}_i^3(X_i)]$  es uno de los elementos principales para poder aplicar la metodología, lo que requiere utilizar información de variables previas al período de evaluación del programa (año 1995). Dada la información contenida en las bases de datos se estima un modelo multinomial usando como variables explicativas: la antigüedad exportadora al año 1995; el número de años de beneficio en el período 1990-1995; tres variables dummies para las categorías de tamaño de empresa (pequeña, intermedia y grande para el año 1995; la categoría excluida son las empresas sin clasificar);<sup>66</sup> y tres dummies para las zonas geográficas norte, centro y sur para el año 1995 (la categoría excluida es una zona “virtual” que comprende a aquellas empresas que no reportan región de residencia).<sup>67</sup> Se supone que estas variables reflejan adecuadamente la situación pre-programa (año 1995) para los beneficiarios.

Los principales resultados econométricos para el Logit multinomial se presentan en el Cuadro N° 44. Como el objetivo de esta estimación es predecir el vector de probabilidades  $[\hat{P}_i^0(X_i), \hat{P}_i^1(X_i), \hat{P}_i^2(X_i), \hat{P}_i^3(X_i)]$ , (variable que se utiliza posteriormente para elegir a las comparaciones) en la segunda etapa no se pone especial importancia a la significancia estadística de las variables. En cambio, se elige el modelo que presenta el mayor valor de la función de verosimilitud.

A partir de estos parámetros estimados se predice el vector de probabilidades  $[\hat{P}_i^0(X_i), \hat{P}_i^1(X_i), \hat{P}_i^2(X_i), \hat{P}_i^3(X_i)]$  para cada una de las 23.861 empresas contenidas en la base de datos.

<sup>65</sup> Heckman, Ichimura et al. (1997), Heckman, Ichimura et al. (1998), Heckman, LaLonde et al. (1999), y Todd (1999) constituyen excelentes referencias sobre el método de matching aplicados a la evaluación de programas.

<sup>66</sup> La categoría empresa pequeña incluye a aquellas que presentan un volumen exportado en el año 1995 (en miles de US\$ año) entre 0-100; la categoría intermedia entre 100-10.000; y la categoría grande mayor a 10.000.

<sup>67</sup> Para el total de 23.861 empresas en la base de datos no se contó con información relativa a la región de residencia para 3.477 empresas. Se optó por crear esta categoría en vez de eliminar a estas empresas del análisis.

Cuadro N° 44 PARÁMETROS ESTIMADOS

Variable	Coefficiente	Significancia
<b>Categoría: Sin Proyecto Período 1996-2001</b>		
Intercepto	7.710	0.000
Años Beneficio 1990-1995	-1.185	0.000
Experiencia Exportadora 1990-1995	0.183	0.000
Tamaño Pequeño 1995	-0.648	0.000
Tamaño Intermedio 1995	-1.435	0.000
Tamaño Grande 1995	-1.921	0.000
Zona Norte 1995 (I, II, III, IV y V)	-3.429	0.000
Zona Sur 1995 (VI, VII, VIII, IX, X, XI y XII)	-3.845	0.000
Zona Centro 1995 (XIII)	-3.375	0.000
<b>Categoría : Un Proyecto Período 1996-2001</b>		
Intercepto	5.253	0.001
Años Beneficio 1990-1995	-0.394	0.000
Experiencia Exportadora 1990-1995	-0.197	0.000
Tamaño Pequeño 1995	-0.626	0.109
Tamaño Intermedio 1995	-0.350	0.010
Tamaño Grande 1995	0.981	0.001
Zona Norte 1995 (I, II, III, IV y V)	-3.299	0.000
Zona Sur 1995 (VI, VII, VIII, IX, X, XI y XII)	-3.428	0.000
Zona Centro 1995 (XIII)	-3.692	0.000
<b>Categoría : Dos Proyectos Período 1996-2001</b>		
Intercepto	2.383	0.053
Años Beneficio 1990-1995	-0.167	0.000
Experiencia Exportadora 1990-1995	-0.005	0.328
Tamaño Pequeño 1995	-0.333	0.495
Tamaño Intermedio 1995	-0.171	0.123
Tamaño Grande 1995	0.640	0.135
Zona Norte 1995 (I, II, III, IV y V)	-1.936	0.011
Zona Sur 1995 (VI, VII, VIII, IX, X, XI y XII)	-1.736	0.022
Zona Centro 1995 (XIII)	-2.072	0.006
<b>Información de Ajuste del Modelo</b>		
-2log Likelihood	2060.767	0.000
Pseudo R2 de McFadden	0.099	
Observaciones	23861	

**Nota:**

La variable dependiente es el número de beneficios recibidos en el período 1996-2001.  
La categoría excluida es tres o más proyectos período 1996-2001.

5.2.3.1.1.2 Beneficios de estar en la Categoría de un año de beneficios FPE (categoría 2) bis a bis estar en la Categoría de sin beneficios (categoría 1) en el período 1996-2001

En esta sección se estiman los beneficios de estar en la Categoría 2 "Un año de beneficios FPE en el período 1996-2001" bis a bis estar en la Categoría 1 "Sin beneficios del Proyecto FPE en el período 1996-2001".

Como medida de resultado se considera el cambio en el volumen exportado (Fob, US\$) entre el año 2001 y el año 1995. Analizando la 3° columna del Cuadro N° 45, se aprecia que tanto las empresas beneficiarias como las comparaciones reducen, en promedio, las exportaciones entre el año 1995 y el año 2001. Sin embargo, la reducción es mayor para las empresas beneficiarias que las comparaciones y esta diferencia es estadísticamente significativa al 5%.

**Cuadro N° 45 TEST DE MEDIAS PARA LA VARIABLE DE IMPACTO: VOLUMEN EXPORTADO**

Diferencia en Exportaciones	Un año de beneficio v/s sin beneficio		Cambio	Estadístico	Valor P
	Año 2001	Año 1995			
Beneficiarias	1.214.297	1.742.508	-528.211	-5,438E-6	0,500
Categoría 2	(10.078.649)	(20.549.183)	(12.277.999)		
Comparaciones	406.848	479.750	-72.902	1,545	0,061
Categoría 1	(1.620.697)	(10.321.210)	(68.907.733)		
Diferencia Estadístico	807.449	1.262.758	-455.309		
Estadístico	3,153	2,399	-0,805		
Valor P	0,001	0,008	0,202		

Los principales resultados de estimación del impacto del FPE se presentan en el Cuadro N° 46. En este Cuadro se presentan estimaciones para 5, 10 y 20 vecinos cercanos, como una estimación de la variable de resultado. De este cuadro se puede observar un efecto negativo y estadísticamente significativo al 5% del FPE sobre el volumen exportado (en miles de US\$/año) independiente del número de vecinos cercanos.<sup>68</sup> Así, para un número de 5 vecinos cercanos se obtiene un impacto sobre las exportaciones negativo (pérdidas) del orden de US \$ 389.850 anuales.

**Cuadro N° 46 ESTIMACION DEL IMPACTO ECONOMICO DEL FPE**  
Un año de beneficio v/s sin beneficio

Número de Vecinos	Diferencia Volumen Exportado Año
5	- US\$389.850 (0,051)
10	- US\$325.650 (0,048)
20	- US\$313.430 (0,045)
Número de Observaciones	16.200

Nota: En paréntesis valores P con las desviaciones estándar calculadas con la técnica de Bootstrapping.

<sup>68</sup> En la literatura no paramétrica el método de vecinos cercanos resalta como una de sus bondades la facilidad de su cálculo, sin embargo no está definido ex ante el ancho de la ventana de evaluación (número de vecinos considerados). Por tal motivo se sugiere estimar el impacto con un número reducido de variables de control.

## 5.2.3.1.1.3 Beneficios de tener 2 años de beneficio de FPE en el período 1996-2001 (categoría 3) bis a bis estar en la Categoría de 1 año de beneficios FPE en el mismo período (categoría 2)

En esta sección se estiman los beneficios de estar en la Categoría 3 “Con 2 años de beneficios de proyectos FPE en el período 1996-2001” bis a bis estar en la Categoría 2 “Con 1 año de beneficios de Proyecto FPE en el período 1996-2001”.

Como medida de resultado se considera el cambio en el volumen exportado (Fob, US\$) entre el año 2001 y el año 1995. El Cuadro N° 47 presenta los test de medias para la variable impacto final volumen exportado. Analizando la 3° columna del Cuadro N° 48, se aprecia que tanto las empresas con tres años de beneficio FPE como las empresas con dos años de beneficio FPE (comparaciones) reducen, en promedio, el volumen exportado entre el año 1995 y el año 2001. La reducción es mayor para las empresas con tres años de beneficio FPE, sin embargo esta diferencia no es estadísticamente significativa al 5%.

Cuadro N° 47 TEST DE MEDIAS PARA LA VARIABLE DE IMPACTO: VOLUMEN DE EXPORTACIONES

Diferencia en Exportaciones	Dos años de beneficios v/s un año de beneficio			Estadístico	Valor P
	Año 2001	Año 1995	Cambio		
Beneficiarias Categoría 3	1510491 (5.847.182)	1.594.541 (6.830.480)	-84050 (6.267.508)	-1.096E-6	0.500
Beneficiarias Categoría 2	1.214.297 (10.078.649)	1.742.508 (20.549.183)	-528.211 (12.277.999)	-5.438E-6	0.500
Diferencia	296.194	-147.967	444.161		
Estadístico	0.815	-0.246	1.065		
Valor P	0.207	0.403	0.143		

Nota: La Categoría 3 es tener dos años de beneficios FPE en el período 1996-2001; mientras que la Categoría 2 es tener 1 año de beneficio FPE en el período 1996-2001. Hay 512 empresas en la Categoría 3 y 1552 empresas en la Categoría 2.

Nota: La columna cambio reporta la diferencia entre el ingreso actual y el base en caso que ambos períodos tengan información. Las dos columnas que siguen reportan los valores correspondientes a la diferencia de las distribuciones actual y base, con lo cual consideran la totalidad de las observaciones de ambas. Entre paréntesis es reportada la desviación estándar de cada variable.

Los principales resultados de estimación del impacto del FPE se presentan en el Cuadro N° 48. En este Cuadro se presentan estimaciones para 5, 10 y 20 vecinos cercanos, como una estimación de la variable de resultado.

De este cuadro se puede observar un efecto positivo del FPE sobre el volumen exportado el cual no es estadísticamente significativo al 5% independiente del número de vecinos cercanos usados. Así, para un número de 5 vecinos cercanos se obtiene un impacto sobre las exportaciones del orden de US \$ 980.000 anuales, el cual tiene una significancia de 21%.

**Cuadro N° 48 ESTIMACION DEL IMPACTO ECONOMICO DEL FPE**  
**Dos años de beneficio v/s un año beneficio**

Número de Vecinos	Diferencia Volumen Exportado Año
5	US\$980000 (0.210)
10	US\$349360 (0.193)
20	US\$862.920 (0.186)
Número de Observaciones	2064

Nota: En paréntesis valores P con las desviaciones estándar calculadas con la técnica de Bootstrapping.

5.2.3.1.1.4 Beneficios de tener tres o más años de de proyectos FPE (Categoría 4) en el período 1996-2001 bis a bis estar en la Categoría de 3 (dos años de beneficios FPE) en el mismo período.

En esta sección se estiman los beneficios de estar en la Categoría 4 “Con 3 o más años de beneficios de proyectos FPE en el período 1996-2001” bis a bis estar en la Categoría 3 “Con 2 años de beneficios de Proyecto FPE en el período 1996-2001”.

Como medida de resultado se considera el cambio en el volumen exportado (Fob, US\$) entre el año 2001 y el año 1995. El Cuadro N° 49 presenta los test de medias para la variable impacto considerada. De esta tabla se puede observar que las empresas beneficiarias de tres años de FPE tienen mayores valores Fob exportados los años 2001 y 1995 que sus comparaciones que reciben 2 años de beneficio FPE. Sin embargo, estas diferencias no son estadísticamente significativas al 5%.

Los principales resultados de estimación del impacto del FPE se presentan en el Cuadro N° 50 . En este Cuadro se presentan estimaciones para 5, 10 y 20 vecinos cercanos, como una estimación de la variable de resultado. De este cuadro se puede observar un efecto negativo y estadísticamente no significativo al 5% del FPE sobre el volumen exportado (en miles de US\$/año) independiente del número de vecinos cercanos. Así, para un número de 5 vecinos cercanos se obtiene un impacto sobre las exportaciones negativo (pérdidas) del orden de US \$ 1.288.000 anuales con un nivel de significancia de sólo 24%.

**Cuadro N° 49 TEST DE MEDIAS PARA LA VARIABLE DE IMPACTO FINAL VOLUMEN EXPORTADO**

Tres Años de Beneficios v/s Dos Años de Beneficios					
Diferencia en Exportaciones	Año 2001	Año 1995	Cambio (2)	Estadístico	Valor P
Beneficiarias Categoría 4	7.333.059 (118.657.449)	9.129.603 (161.624.564)	-1.796.544 (43.975.240)	-4.329E-7	0.500
Beneficiarias Categoría 3 (1)	1510491 (5.847.182)	1.594.541 (6.830.480)	-84050 (6.267.508)	-1.096E-6	0.500
Diferencia	5.822.568	7.535.062	-1.712.494		
Estadístico	1.058	1.006	-0.833		
Valor P	0.145	0.157	0.202		

Nota:

- (1) La Categoría 3 corresponde a tener dos años de beneficios FPE en el período 1996-2001; la Categoría 2 corresponde a tener 1 año de beneficio FPE en el período. Hay 512 empresas en la Categoría 3 y 1552 empresas en la Categoría 2.
- (2) Esta columna reporta la diferencia entre el ingreso actual y la base en caso que ambos períodos tengan información. Las dos columnas que siguen reportan los valores correspondientes a la diferencia de las distribuciones actual y base, con lo cual consideran la totalidad de las observaciones de ambas. Entre paréntesis es reportada la desviación estándar de cada variable.

**Cuadro N° 50 ESTIMACION DEL IMPACTO ECONOMICO DEL FPE**

Tres Años de Beneficios v/s Dos Años de Beneficios	
Número de Vecinos	Diferencia Volumen Exportado Año
5	-US\$1.288.000 (0.243)
10	-US\$1.475.500 (0.214)
20	-US\$1.607.900 (0.232)
Número de Observaciones	978

5.2.3.1.1.5 Beneficios de ser beneficiarios del FPE al menos una vez en el período 1996-2001 (categoría 2 o 3) bis a bis no ser beneficiario del FPE en el mismo período (categoría 0).

En esta sección se estiman los beneficios de estar en la Categoría "Con al menos un año de beneficios FPE en el período 1996-2001" bis a bis estar en la Categoría "Sin beneficios del Proyecto FPE en el período 1996-2001". El objetivo de esta comparación es analizar si el hecho de estimar sólo los efectos marginales de tener múltiples tratamientos del FPE, es decir diferente número de años recibiendo beneficios del FPE, en vez de estimar los efectos de participar en el FPE, sesgan de alguna manera los resultados.

Al igual que en las secciones precedentes, como medida de resultado se considera el cambio en el volumen exportado (Fob, US\$) entre el año 2001 y el año 1995. El Cuadro N° 51 presenta los test de medias para esta variable impacto. De esta tabla se puede observar que las empresas

beneficiarias con al menos un año de beneficio FPE tienen mayor volumen de exportaciones, tanto en el año 1995 como en el año 2001. Esto sugiere que hay heterogeneidad entre el grupo de empresas beneficiarias y el grupo de empresas comparaciones, y que estas diferencias son estadísticamente significativas al 5%.

**Cuadro N° 51 TEST DE MEDIAS PARA LA VARIABLE DE IMPACTO FINAL: VOLUMEN EXPORTADO**  
**Un año de beneficio v/s sin beneficio**

Diferencia en Exportaciones	Año 2001	Año 1995	Cambio	Estadístico	Valor P
Beneficiarias al menos 1 año de Beneficios 1996-2001	2.401.251 (51.608.975)	3.073.190 (71.272.407)	-671.939 (21.360.511)	-1,582	0,943
Comparaciones sin beneficios 1996-2001	406.848 (1.620.697)	479.750 (10.321.210)	-72.902 (68.907.733)	1,545	0,061
Diferencia	1.994.403	2.593.440	-599.037		
Estadístico	1,944	1,827	-0,944		
Valor P	0,026	0,034	0,173		

Los principales resultados de la estimación del impacto del FPE se presentan en el Cuadro N° 52. En este Cuadro se presentan estimaciones para 5, 10 y 20 vecinos cercanos. De este cuadro se puede observar un efecto negativo no estadísticamente significativo al 5% del FPE sobre el volumen exportado (en US\$/año) independiente del número de vecinos cercanos. Así, por ejemplo, para un número de 10 vecinos cercanos se obtiene un impacto sobre las exportaciones negativo (pérdidas) del orden de US \$ 787.400 anuales. De este modo, se corrobora el cariz de los resultados encontrados y presentados en las secciones precedentes.

**Cuadro N° 52 ESTIMACION DEL IMPACTO ECONOMICO DEL FPE SOBRE VOLUMEN EXPORTADO**  
**Al menos un año de beneficio v/s sin beneficio**

Número de Vecinos	Diferencia Volumen Exportado Año
5	- US\$1.231.900 (0,181)
10	- US\$787.400 (0,179)
20	- US\$464.200 (0,165)
Número de Observaciones	16.383

Nota: En paréntesis valores P con las desviaciones estándar calculadas con la técnica de Bootstrapping.

### 5.2.3.2A partir de información primaria (encuesta)

Tal como se mencionara previamente como medidas de impacto final se consideran:

- **Variable dif\_vta:** La diferencia en las ventas totales anuales entre los años 2001 y 1996 (pregunta 6.3 en las encuestas de beneficiarios y pregunta 5.3 en la encuesta a no beneficiarios).
- **Variable dif\_exp:** La diferencia en las exportaciones totales anuales entre los años 2001 y 1996 (pregunta 6.4 en las encuestas de beneficiarios y pregunta 5.4 en la encuesta a no beneficiarios).

El Cuadro N° 53 presenta los estadísticos descriptivos de estas variables y el Cuadro N° 54 presenta información relativa al test de diferencias de medias (suponiendo varianzas conocidas) para estas variables de impacto final.

Cuadro N° 53 ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS VARIABLES DE IMPACTO FINALES

	Beneficiarias		Comparaciones		Test de Medias	
	Media	Desv. Std.	Media	Desv.Std	Estadístico	Valor P
Dif_vta	829.528	2.034.809	47.000.000	360.869.048	-1.603	0.946
Dif_exp	8.097.976	50.898.747	4.293.747	29.273.664	0.748	0.227

Cuadro N° 54 TEST DE MEDIAS PARA VARIABLES DE IMPACTO INTERMEDIO<sup>69</sup>

Diferencia en Ventas	Año 2001	Año 1995	Cambio	Estadístico	Valor P
Beneficiarias	19.613.865 (80.715.414)	1.668.461 (2.290.074)	829.528 (2.034.810)	3,13	1,0
Comparaciones	44.874.325 (325.651.966)	1.400.895 (1.959.715)	46.812.906 (360.869.048)	0,944	0,172
Diferencia Estadístico	-25.260.460 -0,699	267.566 0,755	-45.983.378 -0,979		
Valor P	0,758	0,225	0,836		
Diferencia en Exportaciones	Año 2001	Año 1995	Cambio	Estadístico	Valor P
Beneficiarias	11.019.164 (47.082.705)	27.995.263 (208.606.993)	8.097.976 (50.898.747)	1,378	0,084
Comparaciones	6.181.754 (32.879.693)	2.682.923 (8.696.603)	4.293.747 (29.273.664)	1,218	0,112
Diferencia Estadístico	4.837.410 0,756	25.312.340 0,999	3.804.229 0,491		
Valor P	0,225	0,158	0,312		

Nota: Las columnas con los información de 1995 y 2001 incluyen a todas las empresas, sin embargo la columna cambio reporta la diferencia entre el ingreso actual y el base sólo para las beneficiarias que tienen información en ambos periodos. En cambio, las dos columnas que siguen reportan los valores correspondientes a la diferencia de las distribuciones actual y base, con lo cual consideran la totalidad de las observaciones de ambas. Entre paréntesis es reportada la desviación estándar de cada variable.

<sup>69</sup> La variable Promedio p2\_1 año 1996 se pudo construir para 285 empresas y para el año 2001 para 301 empresas; la variable Promedio p2\_2 año 1996 se pudo construir para 283 empresas y para el año 2001 para 301 empresas; la variable Promedio p2\_3 año 1996 se pudo construir para 263 empresas y para el año 2001 para 290 empresas.

Los principales resultados de estimación del impacto del FPE se presentan en el Cuadro N° 55 . En este Cuadro se presentan estimaciones para 5, 10 y 20 vecinos, para estas variables de impacto final.

De ese cuadro se puede observar un efecto positivo pero no estadísticamente significativo al 5% del FPE sobre las exportaciones y un efecto negativo pero no estadísticamente significativo al 5% del FPE sobre las ventas entre el período 2001 y 1996 (estos resultados han sido destacados en negrilla en el cuadro).

Cuadro N° 55 ESTIMACIÓN DE IMPACTOS FINALES

Número de Vecinos	Diferencia en Ventas	Diferencia en Exportaciones
5	-2,7632E+06 (2,3326E+06)	4,4601E+06 (8,4207E+06)
10	-2,8653E+06 (2,3742E+06)	4,0493E+06 (8,5344E+06)
20	-2,8649E+06 (2,2114E+06)	4,6737E+06 (8,2392E+06)
Tamaño Muestra	140	75

**Nota:**

De las 303 empresas originales en la muestra 8 no tenían información para construir sus propensity scores y el resto presentaba información missing en las variables diferencia en ventas y diferencias en exportaciones. En paréntesis desviaciones estándar calculadas con la técnica de Bootstrapping

## 5.2.3.3 Conclusiones de la sección

Utilizando los datos del universo de empresas exportadoras durante la década de 1990-2001, y analizando el período 1996-2001, se obtuvo un efecto estadísticamente significativo y negativo del FPE sobre el volumen exportado al comparar a los beneficiarios de un año de proyectos FPE en el período 1996-2001, bis a bis empresas que no recibieron beneficios en dicho período. La magnitud de este efecto negativo se encuentra en el rango entre -US\$ 313.430 a -US\$ 389.850 anuales, dependiendo del número de vecinos cercanos usados (5, 10 o 20), siendo todos los efectos estadísticamente significativos al 5%. Al comparar los efectos marginales de: (1) tener beneficios FPE por 2 años bis a bis tener beneficios FPE por sólo 1 año y (2) tener beneficios FPE por 3 o más años bis a bis tener beneficios FPE por 1 año, no se obtuvieron impactos estadísticamente significativos al 5%. Si bien no significativos, para la primera comparación, el FPE mostró un efecto positivo (de US\$ 980.000 anuales con 5 vecinos cercanos), mientras que para el segundo, el efecto fue negativo (US\$ 1.288.000 anuales para 5 vecinos cercanos). Para descartar que el método de estimación de efectos marginales de participar en el FPE con diferentes niveles de intensidad (un año, dos o más de dos durante el período) sea determinante

de la poca significancia de los resultados, se comparó con similar metodología a todas las empresas beneficiarias respecto de las no beneficiarias, es decir, haciendo caso omiso de la cantidad de años que recibieron beneficio. Los resultados de esta estimación son consistentes con los precedentes, pues se encuentra un efecto negativo y no significativo al 5% del FPE en exportaciones (de - US\$1.231.900 anuales).

Con respecto del impacto del FPE sobre la diferencia en las ventas y en las exportaciones entre el 2001 y 1996, usando los datos de la encuesta, los efectos fueron negativos en el primer caso y positivo en el segundo. Sin embargo, estos efectos no fueron estadísticamente significativos al 5%.

Una causa de los resultados es que dentro de las empresas beneficiarias hay un 46% de beneficiarios (1161 empresas) que no son exportadores ni durante los años de análisis (1996-2001), ni previamente (1991-1995, ver Cuadro N° 12 ). Las empresas no exportadoras, al tener un peso significativo dentro del total de beneficiarias, reducen cualquier posible resultado de impacto.

Las empresas sin experiencia exportadora al momento de recibir el primer beneficio que logran exportar durante el período (307 empresas), en promedio demoran 1,4 años en exportar, con una desviación estándar de 1,765 años. Esto indica que para incluir una proporción razonable de beneficiarios en el análisis (digamos 60%), los que logran exportar demoran 3,11 años en realizar la primera exportación (media más una desviación estándar). Esto implica que sólo para empresas beneficiarias sin experiencia exportadora previa que recibieron su primer beneficio en 1996, 1997 y 1998, la evaluación no les estaría 'exigiendo demasiado' en generar exportaciones positivas dentro plazos más allá de lo razonable. Para el resto de este tipo de beneficiarias, el método de evaluación es 'muy exigente'. Se debe recordar que estas empresas beneficiarias fueron comparadas a empresas exportadoras. Se puede deducir que el plazo de evaluación de 6 años no es del todo adecuado para empresas beneficiarias sin experiencia exportadora previa al momento de recibir el primer beneficio.

La alternativa de evaluación planteada en el último párrafo de 5.2.1.2.1, que evita este sesgo, es excluir a las empresas no exportadoras del análisis, limitándose a analizar sólo a las beneficiarias exportadoras que hayan exportado en 1995 y el 2001. Al margen del sesgo positivo que este tipo de análisis tiende a generar, se realizó el ejercicio y los resultados se presentan en el anexo 10.2. Efectivamente, excluyendo a las empresas beneficiarias no exportadoras de los años 1995 y 2001 el FPE muestra efectos positivos y significativos al 5%, explicados exclusivamente por el desempeño de las empresas beneficiarias de la categoría 4 (empresas con tres o más

beneficios).<sup>70</sup> Entonces, la metodología arroja resultados positivo y significativo en empresas exportadoras y negativo y no significativo en el universo de beneficiarias (con 46% de empresas no exportadoras). Por lo mismo, el plazo de evaluación utilizado de seis años, parece adecuado para beneficiarias exportadoras, pero inadecuado para beneficiarias no exportadoras. Debido a la expansión del FPE en este sector, consideramos que para efectos de evaluación la ventana de análisis debiera ser más larga.

Finalmente, alguien pudiera sugerir que los resultados están determinados por la exclusión del análisis del tiempo de madurez de los proyectos (no se distingue entre beneficiarios con proyectos realizados en 1996 v/s beneficiarios con proyectos realizados en el 2000 con sólo un año de madurez). Se estimó ecuaciones paramétricas de impacto incluyendo como regresor la variable madurez; pese a tratar con varias especificaciones, la variable aparece como negativa y no significativa (ver anexo N° 10.3 en que se presenta la regresión con los mejores resultados).

### **5.3 *Uso de Recursos***

#### **5.3.1 *Aspectos Financieros y de costos de proyectos***

Como se mencionó anteriormente, los aspectos financieros desagregados del FPE han sido muy poco claros y difíciles de esclarecer pues no se ha dispuesto de información desagregada con un suficiente nivel de detalle. La información recopilada, se presenta en el Cuadro N° 56.<sup>71</sup> En él se aprecia que el presupuesto total de promoción de exportaciones, incluyendo el FPE y el FPEA, creció hasta un 19% en 1998 respecto de 1996, pero cayó significativamente desde ese año llegando en el 2001 a ser 96% del presupuesto de 1996. El presupuesto total fluctuó entre USD 20 y USD 24 millones anuales, aún cuando sólo una fracción de estos dineros fue asignado efectivamente al FPE. La proporción asignada al FPE ha decrecido sistemáticamente durante el período. De representar un 66% del presupuesto total de promoción de exportaciones en 1996, en el 2001, el FPE sólo representó el 43% de éste. En consecuencia, el monto asignado por Ley al FPE representaba en el 2001 sólo un 64% de lo que se asignaba en 1996.

Sin embargo, el presupuesto final para promoción de exportaciones ha sido menor al presupuesto consignado en la Ley hasta en 18%, a excepción de 1998 y 1999, en que el presupuesto final excedió hasta 5% al consignado en la Ley. En base a esta información se estimó el monto efectivamente asignado al FPE como el producto de la proporción de presupuesto final sobre el

<sup>70</sup> Las beneficiarias que han recibido uno o dos beneficios no presentan resultados significativos en exportaciones.

<sup>71</sup> El análisis de esta sección se basa en los datos de presupuesto del FPE provistos por Prochile y Dipres, y no a los consignados en la Ley, debido a que no aparece para 1996 la transferencia de la subsecretaría de agricultura y el monto que aparece en 1997 es de sólo medio millón de USD. Ver cuadro.

legal, multiplicado por el monto asignado en la Ley al FPE. Esta estimación indica que el presupuesto final asignado al FPE ha tenido una evolución aún más desfavorecida que el consignado en la Ley. Este presupuesto, se habría mantenido hasta 1999, con un salto en 1998, pero a partir del 2000 habría sufrido una caída significativa, representando en el 2001 sólo el 55% de lo efectivamente presupuestado en 1996.

### 5.3.2 *Análisis de Economía*

Respecto de la ejecución del presupuesto del FPE, se presentan cifras agregadas para el presupuesto total de promoción de exportaciones. En él se observa un comportamiento variable durante el período. Entre lo gastado efectivamente y los anticipos por rendir, se abarca entre un 87% (2000) y un 99% (1998) del presupuesto final de cada año; sólo el 2000 presenta un porcentaje de ejecución inferior al 93%. En promedio, el presupuesto ejecutado es de 95% durante el período 1996-2001. Si se asume que el FPE y el FPA tienen un comportamiento similar en términos de ejecución del presupuesto, lo mismo se puede decir del FPE.

**Cuadro N° 56 ANTECEDENTES FINANCIEROS DE LOS FONDOS DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES 1996-2001 (US\$ MILES)**

	1996	1997	1998	1999	2000	2001
<b>Presupuesto Promoción de Exportaciones (1A)</b>	<b>20.356</b>	<b>23.510</b>	<b>24.127</b>	<b>24.051</b>	<b>20.731</b>	<b>19.598</b>
Presupuesto Asignado a FPE (1B)	20.356	23.013	12.080	10.754	7.949	8.449
Presupuesto Asignado a FPEA (1C)	0	500	9.843	11.090	10.578	9.203
<b>Presupuesto Final</b>	<b>20.026</b>	<b>22.479</b>	<b>25.395</b>	<b>24.773</b>	<b>16.914</b>	<b>16.826</b>
% Presupuesto Final sobre Presupuesto inicial (1B)	98	96	105	103	82	86
Estimación Presupuesto final Asignado al FPE (2)	20.027	22.006	12.716	11.076	6.487	7.254
<b>Gasto Efectivo + Anticipos por Rendir (3)</b>	<b>18.584</b>	<b>22.055</b>	<b>25.225</b>	<b>24.157</b>	<b>14.745</b>	<b>16.170</b>
Gasto Efectivo	11.418	10.938	16.281	17.754	10.869	11.552
Anticipos por Rendir	7.166	11.117	8.944	6.403	3.875	4.618
<b>% del Presupuesto Final gastado efectivamente</b>	<b>93</b>	<b>98</b>	<b>99</b>	<b>98</b>	<b>87</b>	<b>96</b>
<b>Índice (1996=100)</b>						
Presupuesto Promoción de Exportaciones (1A)	100	115	119	118	102	96
Presupuesto Asignado a FPE (1B)	100	101	103	98	72	64
Estimación Presupuesto final Asignado a FPE	100	110	63	55	32	36

**Fuentes:**

(1A) Leyes de presupuestos para cada año. Los valores en pesos se transformaron a USD dólares, en base al tipo de cambio promedio de cada año, basado en datos del Banco Central.

(1B) Corresponde al ítem 31-067 de la partida 06, capítulo 02 del programa 01 del Ministerio de Relaciones exteriores de las Leyes de presupuesto correspondiente, menos el ítem 62-002 (transferencia de la subsecretaría de agricultura) y menos el fondo asignado a negociaciones detallado en la glosa correspondiente de la Ley.

(1C) Corresponde a la Transferencia de la subsecretaría de Agricultura, ítem 62-002 de la partida 06, capítulo 02 del programa 01 del Ministerio de Relaciones exteriores de las Leyes de presupuesto correspondiente.

(2) La estimación se calculó como el producto del presupuesto del FPE y el porcentaje que representa el presupuesto final total del presupuesto global contenido en la Ley correspondiente.

(3) Fuente: Ministerio de Hacienda. DIPRES

### 5.3.3 Análisis de eficiencia. Costos medios de los proyectos de Promoción de Exportaciones del FPE

Respecto de la base de datos construida con información desagregada por proyecto de promoción de exportaciones del FPE, se sumaron los aportes en pesos y dólares (públicos y/o privados) usando el tipo de cambio promedio de cada año, los que se presentan en el Cuadro N° 57. Los datos totales de 1999 provienen de Prochile, pero cabe recordar que los proyectos no tienen datos sobre los aportes del sector privado, ni una descomposición por tipo de componente. La descomposición presentada en el cuadro corresponde a una estimación, al igual que los aportes privados de ese año. Para ello, se utilizó los respectivos promedios de la década de 1990-2001 (excluyendo 1999). El detalle de esta información para la década se presenta en el Cuadro Anexo N° 5.

Se debe mencionar que los montos aportados por el FPE para el financiamiento de proyectos de promoción de exportaciones respecto de los montos presentados en el Cuadro N° 56 no son coincidentes. Por una parte, los datos levantados para el período 1996-1998, se corrigieron de modo que si el presupuesto asignado a un proyecto era posteriormente corregido, se ingresaba la corrección. De este modo, el costo consignado de los proyectos es más cercano al efectivo. No obstante, estas correcciones presupuestarias pueden ocurrir en un año distinto al año en que se aprobó el proyecto, pero los cambios quedan consignados en el año de aprobación del proyecto. Esto puede estar detrás de las discrepancias mencionadas de las cifras. Algo similar ocurre en la base de datos provista por Prochile, pues los datos de cada proyecto se van actualizando a medida que va surgiendo información relevante que modifique los registros. Por otra parte, es esperable que entre 1996 y 1998 los valores originados en datos desagregados puedan ser inferiores a los estipulados en la Ley, mientras que los valores para los años 1999 y 2001 sean relativamente similares. Ello, debido a que los datos de 1996-1998 provienen de las carpetas físicas y en la medida que ellas estén incompletas, los totales serían inferiores a los presupuestados y gastados efectivamente.<sup>72</sup> Por su parte, los datos de 1999-2001 son más recientes y provienen directamente de Prochile y por lo mismo sería consistente con una mayor coincidencia con los efectivamente presupuestados y gastados, con la salvedad mencionada recién respecto a las modificaciones de los proyectos con posterioridad a su aprobación. Al margen de estas consideraciones, el valor de los datos financieros de origen desagregado (a nivel de firmas) no recae en la posibilidad de reconstruir agregados fidedignos, sino en contar con información sensata y creíble a nivel de firma, lo que permite hacer análisis con base real de costos unitarios.

<sup>72</sup> Se detectó de los datos del período 1996-1998 que 95 proyectos de un total de 623 presentan aportes de privados, pero no hay beneficiarios identificados de ningún tipo, inclusive del tipo colectivo. Este problema también se detectó en carpetas anteriores al período de estudio: de 1520 proyectos del período 1990-1995, 120 no cuentan con beneficiarios identificados pero sí cuentan con aportes privados.

Los resultados muestran que mientras es efectivo que los datos extraídos de las carpetas (1996-1998) presentan aportes de Prochile inferiores a los efectivamente presupuestados/gastados, particularmente para 1996 y 1998, los datos de 2000-2001 aparecen como superiores a los datos presupuestarios.

**Cuadro N° 57 GASTO EN PROYECTOS DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES DEL FPE**  
**Origen datos desagregados por proyectos (Miles USD)**

Tipo Financiamiento	Línea Acción	Región Metropolitana (RM)					Total País						
		(*)					(*)						
		1996	1997	1998	1999	2000	2001	1996	1997	1998	1999	2000	2001
<b>Aportes Totales (FPE+ Aportes Privados**)</b>													
No cofinanciado	Prospección	13	0	6	5	51	0	254	96	191	581	106	0
	Penetración	71	6	72	14	9	0	211	110	176	212	9	10
	Permanencia	0	0	0	11	0	0	309	11	0	387	190	0
	Institucional	10	0	0	27	352	0	375	1093	203	3514	7742	6163
(**)	Gasto Operacional	7	0	0	0	0	0	583	5326	2525	1539	0	0
cofinanciado	Prospección	1835	2419	1989	420	1138	1446	2671	3393	3601	2448	1891	2374
	Penetración	1348	2520	4968	500	1367	1533	2600	5729	4402	3150	2293	2819
	Permanencia	284	0	27	180	172	205	453	72	27	785	202	479
	Institucional	1261	357	14	749	613	437	3063	1991	1191	4881	1454	1737
<b>Total</b>		<b>4828</b>	<b>5302</b>	<b>7076</b>	<b>1906</b>	<b>3702</b>	<b>3621</b>	<b>10520</b>	<b>17821</b>	<b>12317</b>	<b>17497</b>	<b>13886</b>	<b>13582</b>
<b>% RM/ País</b>		<b>46</b>	<b>30</b>	<b>43</b>	<b>27</b>	<b>27</b>	<b>27</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>% Aportes FPE (fiscal)</b>													
No cofinanciado	Prospección	100	0	100	0	100	0	100	100	100	0	100	0
	Penetración	100	100	100	0	100	0	100	100	100	0	100	100
	Permanencia	0	0	0	0	0	0	100	100	0	0	100	0
	Institucional	100	0	0	0	100	0	100	100	100	0	100	100
(*)	Gasto Operacional	100	0	0	0	0	0	100	100	100	0	0	0
cofinanciado	Prospección	43	40	44	36	46	44	43	41	48	55	47	46
	Penetración	43	32	36	35	40	41	45	43	38	55	42	43
	Permanencia	41	0	44	40	50	38	38	66	44	58	48	39
	Institucional	33	59	50	45	28	50	40	42	45	48	38	37
<b>Total</b>		<b>41</b>	<b>38</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>47</b>	<b>43</b>	<b>52</b>	<b>64</b>	<b>57</b>	<b>69</b>	<b>76</b>	<b>69</b>
<b>% RM / País</b>		<b>37</b>	<b>18</b>	<b>30</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>% Gasto Operacional / FPE</b>								<b>11</b>	<b>47</b>	<b>36</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>% Gasto operacional / (FPE+privados)</b>								<b>5,5</b>	<b>29,9</b>	<b>20,5</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

(\*) Los datos para 1999 son estimados en base a la distribución promedio del gasto por tipo de línea de financiamiento durante la década de los 1990.

(\*\*) Se utilizó el criterio de los investigadores para definir que gastos correspondían a gastos operacionales de las carpetas de proyectos institucionales del período 1996-1998. Estos valores se usaron para estimar la proporción para el período 1999-2001.

(\*\*\*) Aportes privados incluye todo los aportes de organizaciones diferentes de Prochile. Debido a la dificultad de identificar organizaciones públicas entre los beneficiarios, puede incluir aportes de este tipo de instituciones.

Los datos desagregados indican que los proyectos han tenido un costo total entre USD 10 y 18 millones anuales, sumando aportes privados y públicos del FPE.<sup>73</sup> En particular, el FPE ha aportado entre un 52% y un 76% del costo anual de los proyectos.

Al igual que en otras dimensiones la RM es la más significativa en términos de su participación en los costos totales de los proyectos. En total, la RM ha gastado entre USD 2 y 5 millones anuales por concepto de proyectos de promoción de exportaciones financiadas por el FPE. La importancia relativa de la región, sin embargo, ha caído durante el período, tanto a nivel de costo total de proyecto, como de aportes del FPE. Respecto del costo total de los proyectos, la participación de la RM pasó de un 46% en 1996 a un 27% en el 2001, porcentaje que se ha mantenido desde 1999. Por su parte, el volumen de los aportes del FPE originados en proyectos de la RM, representaban un 37% del total en 1996 y un 30% en 1998, pero el resto de los años se situó entre 16% y 17%.<sup>74</sup>

Una dimensión importante de determinar es el costo de administración del FPE. Para determinar este costo es necesario conocer como se distribuyen los recursos físicos, humanos y monetarios entre las diferentes acciones e instrumentos que realiza y administra Prochile. Esta información no está disponible y una aproximación requiere un estudio complejo debido a que la institución no cuenta con un criterio interno de administración que faculte la realización de dicha estimación. Lo que se pudo determinar es la fracción del FPE que se destina a financiar actividades administrativas de Prochile, gracias a los datos extraídos de las carpetas para el período 1996-1998.<sup>75</sup> Como referencia, para el período 1990-1995 se detectó que proyectos destinados a financiar costos operacionales representaban en promedio un 5% de los aportes del FPE<sup>76</sup>, mientras que durante el período de estudio en los años con información disponible (1996-1998), ellos representan entre un 11% y un 47% de los aportes a proyectos del FPE. En relación al costo total de estos (aportes del FPE más aportes de privados), los gastos operacionales o costos administrativos representaban entre un 6% y un 30%. La diferencia entre los niveles de estos costos en la primera mitad de la década de los 1990s respecto de los de la primera mitad del período de estudio, no aconsejan hacer estimaciones para los años en que no hay información disponible (1999-2001). La razón subyacente de estas diferencias es desconocida, aunque es

<sup>73</sup> Como se mencionó en 3.1.2, no es posible identificar si los proyectos benefician a instituciones públicas y por lo mismo determinar, si los aportes de las instituciones involucradas corresponden a aportes públicos (diferentes del FPE) o netamente privados.

<sup>74</sup> Es importante tener en consideración que una fracción importante de los proyectos no pudieron ser asignados a regiones por no contar con beneficiarios identificados o por ser de carácter institucional, no asignables a una región determinada.

<sup>75</sup> La identificación de costos operacionales se hizo de acuerdo al criterio de los investigadores. Se incluyen dentro de estos, contratación de personal administrativo, gastos de apoyo de las oficinas y agregados comerciales en el exterior, gastos asociados a mejoras de gestión de Prochile (computadores, sistemas de información, etc.), entre otros. Los estudios fueron considerados como proyectos institucionales.

posible que se deba a razones de registro, tales como pérdida de carpetas más antiguas, o con un subreporte de este tipo de gastos en la primera mitad de los 1990s.

El Cuadro N° 58 resume los costos promedio por proyecto. Se aprecia una evolución variada de del costo promedio por proyecto de promoción de exportaciones, con un máximo observado en 1997, equivalente a USD 70 mil y un mínimo de USD 26 mil en 1996. Desde 1998, los niveles decaen hasta USD 30 mil en 2001, tendencia consistente con la reducción de presupuesto que ha sido objeto el programa durante el período de estudio, descrita en la sección anterior. Los costos promedio de proyectos de la RM son inferiores a los del país, pero en parte, debido a que los últimos incluyen los aportes para proyectos institucionales y gastos operacionales. Para eliminar esta distorsión, se excluyeron estos valores y se calcularon nuevos valores promedio, que se presentan en el mismo cuadro. En él se aprecia que no hay diferencias significativas entre los valores promedio por proyecto totales del país con los de la RM,<sup>77</sup> en lo que se refiere a los aportes del FPE. Los niveles máximos se alcanzan en 1997, (USD 37 y 45 mil para la RM y el país, respectivamente) año desde el cual el costo promedio se reduce sustantivamente. De corresponder USD 25 mil por proyecto en promedio en 1996, en el 2001 los aportes del FPE alcanzaron USD 13 y 16 mil para el país y la RM, respectivamente. Respecto de los costos totales de los proyectos (incluyendo aportes del FPE y de los privados), se aprecia que los valores promedio de la RM fluctúan entre USD 36 y 100 mil, mientras que los totales lo hacen entre USD 44 y 110 mil. Excluyendo los proyectos institucionales y proyectos y gastos operacionales se aprecia que los valores de la RM no son significativamente diferentes a los del total país<sup>78</sup>, con niveles que fluctúan entre USD 30 y 100 mil. Asimismo, se aprecia una importante caída en los costos promedio por proyecto durante el período tanto para la RM como para el promedio nacional (de aproximadamente USD 60 mil en 1996 a USD 40 mil en 2001 en la RM, y de USD 50 en 1996 a USD 30 en el 2001 el promedio nacional). La caída del costo promedio es de similar proporción respecto de aportes de privados como de los aportes públicos. No se dispone de información que permita dilucidar las razones detrás de la caída en el costo promedio de los proyectos. Por una parte, se puede deber a ganancias de eficiencia en la administración y gasto de los recursos, pero también puede ser el resultado de una simplificación de los proyectos. Si ninguna de estas variables se ha alterado, puede conjeturarse que la reducción del costo promedio puede estar gatillada por la reducción presupuestaria de la que ha sido objeto el FPE.<sup>79</sup>

---

<sup>76</sup> Ver Cuadro Anexo N° 5 para el desglose de estos costos.

<sup>77</sup> Los usuales tests no paramétricos (K-S, Mann-Whitney y Wilcoxon) muestran que no se puede rechazar la hipótesis nula de igualdad de los valores anuales de la RM y el total país corregidos. No se presentan por consideraciones de espacio.

<sup>78</sup> Al igual que en el caso de los aportes exclusivos del FPE, no se puede rechazar la hipótesis de similares valores entre la RM y el total país, en los tests no paramétricos mencionados en la anterior nota de pie.

<sup>79</sup> Debido a que los aportes de privados son de similar magnitud que los aportes del FPE, una contracción presupuestaria del FPE puede arrastrar hacia abajo a los aportes privados.

Cuadro N° 58 COSTO PROMEDIO POR PROYECTO  
(USD Miles)

Tipo Financiamiento	Línea Acción	Región Metropolitana (RM)					Total País						
		(*)					(*)						
		1996	1997	1998	1999	2000	2001	1996	1997	1998	1999	2000	2001
<b>Aporte FPE</b>													
No cofinanciado	Prospección	13	-	6	5	17	-	20	16	17	65	12	-
	Penetración	24	6	24	7	9	-	42	22	16	42	9	10
	Permanencia	-	-	-	-	-	-	62	6	-	129	38	-
	Institucional	5	-	-	14	70	-	9	19	4	45	82	82
Cofinanciado	Prospección	25	37	15	8	12	15	22	31	19	15	10	11
	Penetración	26	38	22	11	15	18	25	74	22	24	15	15
	Permanencia	23	-	12	60	29	26	17	47	12	91	24	26
	Institucional	28	53	7	83	19	44	35	69	38	63	14	13
<b>Total</b>		<b>25</b>	<b>38</b>	<b>18</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>26</b>	<b>70</b>	<b>28</b>	<b>40</b>	<b>34</b>	<b>30</b>
<b>Total corregido (**)</b>		<b>25</b>	<b>37</b>	<b>18</b>	<b>11</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>25</b>	<b>45</b>	<b>20</b>	<b>25</b>	<b>13</b>	<b>13</b>
<b>Costos Totales (aportes FPE + aportes privados)</b>													
No cofinanciado	Prospección	13	-	6	5	17	-	20	16	17	65	12	-
	Penetración	24	6	24	7	9	-	42	22	16	42	9	10
	Permanencia	-	-	-	-	-	-	62	6	-	129	38	-
	Institucional	5	-	-	14	70	-	9	19	4	45	82	82
Cofinanciado	Prospección	59	91	34	22	25	33	51	77	39	27	21	24
	Penetración	61	117	61	33	38	43	57	174	58	43	35	36
	Permanencia	57	-	27	148	57	68	45	72	27	157	50	68
	Institucional	84	89	14	185	68	87	88	166	85	132	37	34
<b>Total</b>		<b>61</b>	<b>100</b>	<b>45</b>	<b>42</b>	<b>36</b>	<b>41</b>	<b>51</b>	<b>110</b>	<b>49</b>	<b>58</b>	<b>45</b>	<b>44</b>
<b>Total corregido (**)</b>		<b>57</b>	<b>101</b>	<b>46</b>	<b>30</b>	<b>31</b>	<b>38</b>	<b>50</b>	<b>103</b>	<b>44</b>	<b>40</b>	<b>27</b>	<b>31</b>
<b>Aportes promedio FPE (1996=100)</b>		<b>100</b>	<b>145</b>	<b>72</b>	<b>44</b>	<b>55</b>	<b>65</b>	<b>100</b>	<b>181</b>	<b>79</b>	<b>101</b>	<b>52</b>	<b>54</b>
<b>Aportes promedio privados (1996=100)</b>		<b>100</b>	<b>173</b>	<b>76</b>	<b>70</b>	<b>54</b>	<b>65</b>	<b>100</b>	<b>164</b>	<b>86</b>	<b>73</b>	<b>45</b>	<b>56</b>

\*\* Se excluye del cálculo a los proyectos institucionales y los costos operacionales.

El Cuadro N° 59 muestra la evolución del costo por beneficiario de los proyectos durante el período para la RM y para el país. El costo promedio por beneficiario se calculó como la división entre los gastos en promoción de exportaciones aportados por el FPE y totales (ver Cuadro N° 57) y el número de beneficiarios (ver Cuadro Anexo N° 3). El costo promedio de los aportes del FPE por beneficiario de la RM eran en 1996 de USD 5 mil, un 44% de los costos promedio totales del país (aprox. USD 10 mil), e inferiores a los USD 7,5 que representaban los aportes promedio del FPE del país ese año. Los aportes promedio del FPE por beneficiario se mantuvieron dentro del rango de USD 3 a USD 6 mil por beneficiario (tanto en la RM como el promedio país). Respecto de los costos promedio totales por beneficiario, estos alcanzaron el máximo en 1997 en la RM y el país, con niveles de USD 16 y 18 mil, respectivamente y el mínimo en 1999, con USD 4 y 5 mil respectivamente.

**Cuadro N° 59 GASTO PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES DEL FPE POR BENEFICIARIO EFECTIVO**  
Origen datos desagregados por proyectos (Miles USD)

Financiamiento	Línea Acción	Región Metropolitana (RM)						Total País					
		(*)						(*)					
		1996	1997	1998	1999	2000	2001	1996	1997	1998	1999	2000	2001
<b>Aportes FPE</b>													
No cofinanciado	Prospección	4,2	-	2,0	-	1,7	-	14,1	-	47,9	-	1,9	-
	Penetración	6,4	1,0	3,4	-	3,0	-	9,6	15,7	5,7	-	3,0	-
	Permanencia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Institucional	1,7	-	-	-	10,3	-	46,9	-	203,5	-	119,1	-
(**)	Gasto Operacional	0,0											
cofinanciado	Prospección	4,7	5,4	2,5	-	2,2	3,9	3,5	4,1	3,0	-	1,7	3,3
	Penetración	3,9	5,8	3,3	-	3,4	5,4	4,5	12,4	3,7	-	3,4	4,7
	Permanencia	3,7	-	1,7	-	4,5	8,7	3,4	11,9	1,5	-	3,6	15,4
	Institucional	3,4	7,1	7,2	-	2,1	8,8	5,1	19,3	178,5	-	3,1	18,9
<b>Total</b>		<b>5,3</b>	<b>6,4</b>	<b>4,5</b>		<b>4,7</b>	<b>6,3</b>	<b>7,5</b>	<b>21,3</b>	<b>9,5</b>		<b>14,3</b>	<b>18,3</b>
<b>Total corregido *</b>		<b>4,2</b>	<b>5,7</b>	<b>4,5</b>	<b>1,3</b>	<b>3,3</b>	<b>5,4</b>	<b>4,5</b>	<b>7,7</b>	<b>5,1</b>	<b>3,2</b>	<b>3,1</b>	<b>4,9</b>
<b>Aportes Totales (FPE+ Privados)</b>													
No cofinanciado	Prospección	4,2	-	2,0	-	1,7	-	14,1	-	47,9	-	1,9	-
	Penetración	6,4	1,0	3,4	-	3,0	-	9,6	15,7	5,7	-	3,0	-
	Permanencia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Institucional	1,7	-	-	-	10,3	-	46,9	-	203,5	-	119,1	-
(*)	Gasto Operacional	0,0											
cofinanciado	Prospección	11,0	13,3	5,6	-	4,7	8,9	8,2	10,1	6,3	-	3,7	7,1
	Penetración	9,1	18,1	9,4	-	8,6	13,0	10,0	29,2	9,8	-	8,0	11,1
	Permanencia	8,9	-	3,9	-	9,0	22,7	8,9	18,1	3,4	-	7,5	39,9
	Institucional	10,5	11,9	14,4	-	7,6	17,5	12,6	46,3	397,1	-	8,4	51,1
<b>Total</b>		<b>12,9</b>	<b>16,8</b>	<b>11,4</b>	<b>5,7</b>	<b>10,1</b>	<b>14,5</b>	<b>14,4</b>	<b>33,4</b>	<b>16,7</b>	<b>11,8</b>	<b>18,9</b>	<b>26,6</b>
<b>Total corregido *</b>		<b>9,5</b>	<b>15,7</b>	<b>11,3</b>	<b>3,7</b>	<b>7,4</b>	<b>12,7</b>	<b>8,9</b>	<b>17,7</b>	<b>11,4</b>	<b>5,1</b>	<b>6,4</b>	<b>11,1</b>
<b>% FPE / aporte Total (corregido)</b>		<b>44</b>	<b>36</b>	<b>40</b>	<b>55</b>	<b>45</b>	<b>42</b>	<b>50</b>	<b>43</b>	<b>45</b>	<b>92</b>	<b>48</b>	<b>44</b>

\* Se excluyen del cálculo los costos operacionales e Institucionales.

(\*) Se excluye del cálculo los gastos en proyectos institucionales (incluyendo los costos operacionales).

Construido en base a datos desagregados de bases de datos del FPE y el Cuadro N° 4.

### 5.3.4 Desempeño global del programa

#### 5.3.4.1 La presencia de externalidades

Estimaciones respecto del desempeño agregado del programa no son triviales. Por una parte, el programa tiene la característica de financiar acciones con el propósito (al menos parcialmente) de generar bienes públicos para el sector exportador, tales como conocimiento, que sean aprovechables por una amplia base del sector exportador. De ser efectivo el FPE en estimular la producción de dichos bienes, él generaría efectos positivos en todo el sector. Con ello, no es posible identificar el aporte del FPE al desempeño exportador final, al estar todas las empresas igualmente afectadas positivamente por el instrumento.

Por otra parte, el periodo de evaluación del programa es corto, como para esperar que el programa rinda frutos, en términos de exportaciones o variables finales, en un plazo muy reducido. Efectivamente, las estimaciones econométricas no permiten encontrar efectos significativos del FPE, a excepción de los beneficiarios con proyectos en un solo año. No parece intuitivamente adecuado, atribuirle a estos resultados la capacidad explicativa de los efectos del FPE en las exportaciones de los beneficiarios, pues posiblemente las magnitudes y signo de los resultados de impacto final cambian si se considerase un plazo de evaluación más largo. Esta conjetura se hace a partir de los resultados de las estimaciones y resultados que indican que el FPE tendría resultados significativos en términos de variables intermedias, que posibilitarían eventuales incrementos de exportaciones en un futuro. No obstante, no es posible atribuirle un valor en dinero a estas variables intermedias, si las variables a las que se les podría correlacionar (variables finales) no aparecen significativas.

Asimismo, las empresas han indicado que existirían externalidades o *spillovers* entre ellas, al asignar importancia a las actividades de otras empresas y a la imagen país en la determinación de sus acciones y vice versa. Tal como se indicó en la sección 5.2.2 en la página 70, de acuerdo a los resultados presentados en el Cuadro N° 37, las empresas beneficiarias le atribuyen importancia mayor al valor medio de la escala a las experiencias de otras empresas en desarrollar sus primeras actividades de exportación y en modificar o reformular sus actividades de promoción de exportaciones (evaluación de 3,46 promedio), y valoraciones superiores al valor medio pero inferiores a las anteriores respecto de la importancia atribuida a sus actividades de promoción de exportaciones en otras empresas (evaluación de 3,1). Además las empresas beneficiarias consideran de mucha importancia la promoción de exportaciones en determinar la imagen del país en el exterior y la imagen del país es muy importante para el desarrollo de sus exportaciones (evaluaciones de 3,97 y 4,22 respectivamente). Entre estos *spillovers*, se debe distinguir entre aquellos de orden general, comunes a cualquier exportador, de aquellos específicos atribuibles a la participación de las empresas en el FPE. Los resultados presentados muestran que empresas beneficiarias del FPE asignan mayor relevancia a las acciones de otras empresas en determinar sus acciones, respecto de no beneficiarias. Asimismo, las empresas beneficiarias le asignan mucha mayor importancia a la imagen país en la determinación de sus acciones, y a sus acciones en la determinación de la imagen país respecto de empresas no beneficiarias (evaluaciones de 3,97 y 4,22 para beneficiarias, respecto de 2,33 y 1,97 de no beneficiarias). Si bien esto es significativo y un resultado potente estadísticamente, no es posible valorizar o monetizar esta diferencia mientras no se observen diferencias significativas en resultados finales entre beneficiarias y no beneficiarias.

Por todo lo anterior, la evaluación costo beneficio no puede ser determinística, sino sugerente y

estimativa de escenarios posibles.

#### *5.3.4.2 Escenarios posibles.*

Con el fin de obtener algún indicador de la relación costo beneficio del FPE, se calculó distribuciones de VAN con los datos de costos por proyecto de promoción de exportaciones (información presentada en sección 5.3), considerando toda la información relevante expuesta en las secciones anteriores. Para efectos del cálculo de los escenarios, se asumieron distribuciones en ciertos parámetros, y luego estos se hicieron iterar 10.000 veces para calcular una distribución de VAN del FPE en el período 1996-2000. Se alteraron los supuestos y distribuciones de los parámetros, de modo tal de encontrar rangos para las variables finales (exportaciones) que hiciesen el VAN del FPE cero o un valor cercano a cero. Se excluyó del cálculo todos aquellos gastos no directamente atribuibles a proyectos que benefician directamente a empresas determinadas (se excluyó proyectos institucionales, gastos operacionales), pues estos están mas directamente asociados y orientados a objetivos de orden general para todo o gran parte del sector exportador para el que se presentan las dificultades de estimación de beneficios expuestas en la sección 5.2.1.2. En rigor, debiera incluirse el costo asociado administrar los proyectos evaluados, sin embargo al no contar con esta información ni ordenes de magnitud asociados, se omite su inclusión.

Los rangos de impacto finales en términos de exportaciones utilizados en el cálculo del VAN se consideraron con una distribución uniforme. Se presentan iteraciones hechas con impactos finales entre USD\$ 0 y 15 mil por empresa en un período de seis años producto de la participación en el FPE. Por otra parte, una vez que una empresa logra incrementar exportaciones como resultado de su participación en el FPE, es plausible pensar que ese logro permanecerá en el tiempo, en la medida que resulta de incrementos en conocimiento. El rango posible de tasa replicación de los resultados finales en el tiempo para una empresa, se consideró en base a un parámetro que puede variar con una distribución uniforme con límites 0 y 3. Cero, implica que los resultados finales del FPE se obtienen por una sola vez (se observan sólo hasta el fin de la participación en el FPE al sexto año) mientras que 1 refleja que una vez alcanzado el beneficio al sexto año, este se replica por 20 años. Valores mayores a uno refleja economías dinámicas en el impacto de exportación del FPE. Por su parte, el parámetro de tasa de descuento se consideró con una distribución triangular con límites entre 5% y 12% anual. Si bien es cierto, no se encontró impacto positivo en el volumen de exportaciones en 6 años, se consideró similar período en el calculo del VAN sólo para efectos de ilustración de los niveles requeridos de ganancias en exportación para hacer que los proyectos cofinanciados del FPE tengan VAN privado

ligeramente positivo.<sup>80</sup> El Cuadro N° 60 muestra resultados de estimaciones de distribuciones de VAN obtenidos probando rangos de impacto exportador, tasa de replicación de beneficios en el tiempo, y tasa de descuento.

Las diferentes iteraciones muestran que un VAN privado ligeramente positivo (semejante a un punto de quiebre), se obtiene con incrementos netos en exportaciones del FPE dentro del rango de USD 0 y 11 mil o dentro de un rango USD 1 y 10 mil al cabo de un periodo de seis años, acumulando estos beneficios linealmente durante el periodo (cada año se exporta un sexto del impacto total alcanzado). Si el impacto exportador neto es de hasta USD 5 mil, el VAN promedio es negativo en USD 6 millones. Si el impacto neto es de hasta USD 10 mil el VAN es cercano a cero, dependiendo del supuesto de la cota inferior del impacto (si se asume 0 se obtiene un VAN promedio negativo de USD 447 mil dólares y si se asume una cota inferior de mil dólares de impacto, el VAN promedio es positivo en USD 767 mil). Si en cambio el impacto promedio es de hasta USD 15 mil, el VAN promedio es positivo en más de USD 5 millones. Estos valores se deben interpretar como aportes de valor agregado de exportaciones, no como exportaciones efectivas, pues lo relevante es considerar efectos netos. Por ello, dependiendo del tipo de exportaciones que se trate, el monto efectivo de exportaciones requerido va a ser mayor; mientras más alta la relación valor agregado a valor bruto de producción, más cercano a este valor serán las exportaciones efectivas necesarias para hacer el VAN privado levemente positivo.

*Cuadro N° 60* SIMULACIONES PARA ESTIMACIÓN PROMEDIO VAN CON DISTRIBUCIÓN DE PARÁMETROS

Parámetros	Simulaciones					Tipo Distribución
Impacto Final (Miles USD \$ anuales)	0-5	0-10	0-11	1-10	0-15	Uniforme
Tasa replicación de Beneficios	0-3	0-3	0-3	0-3	0-3	Uniforme
Tasa de Descuento	0,5-0,1	0,5-0,1	0,5-0,1	0,5-0,1	0,5-0,1	Triangular
VAN (miles USD)	-6.457	-447	767	767	5.483	

## 6 Conclusiones

El FPE es un programa de larga data que persigue facilitar la diversificación de la base exportadora nacional. Pretende focalizarse en el sector PYME exportador y en regiones. Debido a su longevidad, ha sido objeto de varios cambios institucionales a lo largo del tiempo. El más

<sup>80</sup> Estimaciones sociales no son factibles de llevar a cabo debido a la falta de información respecto de los valores atribuibles a las externalidades mencionadas arriba.

significativo durante el período 1996-2001, ha sido la instauración del sistema de concurso nacional de proyectos de promoción de exportaciones. Este cambio ha significado un procedimiento de asignación de recursos muy diferente del previo, en el que se persigue estandarizar y transparentar el procedimiento, pautas de evaluación y criterio de asignación de recursos y abrir el FPE a una mayor base de exportadores.

El número de beneficiarios durante el período es de 2530. Anualmente se beneficiaron entre 510 (2001) y 995 (1999) entidades. El número de beneficiarios anuales creció hasta 1999 en 36% y a partir de ese año cayó 30% respecto de niveles de 1996 y 48% respecto del máximo en 1999. El FPE benefició durante el período 1996-2001 a una proporción importante de empresas no exportadoras (entre 33% y 50%), y del total de beneficiarios un 46% no exporta nunca entre 1991 y el 2001. Ello muestra que el FPE efectivamente se enfoca en ampliar la base exportadora nacional. Mayoritariamente, los beneficiarios se localizan en la RM (48% de los beneficiarios del período), aunque desde 1998 la proporción de beneficiarios del año de la RM ha caído desde 63% a 49%.

Por su parte, el número de proyectos adjudicados ha crecido durante el período, de 208 en 1996 a 312 en el 2001, lo que en conjunto a la contracción del número de beneficiarios ha significado que el promedio de beneficiarios por proyecto ha caído en el período de 4,5 empresas por proyecto en 1996 a 2,4 en el 2001. Este es un hecho contrario a los objetivos planteados a partir de la instauración del sistema de concurso, en que se pretende premiar las acciones asociativas.

Dentro de los beneficiarios exportadores, se pudo constatar que el FPE se concentra relativamente más en exportadores que exportan entre USD 100 mil y 10 millones (en promedio representan 58% de los beneficiarios de un año que han recibido beneficio ese año o antes). También se pudo constatar que el FPE se concentra mayoritariamente en empresas del sector de productos industriales no basados en recursos naturales (46% de los beneficiarios exportadores en promedio; hasta 16% de los exportadores del 2001 del sector recibió beneficios del FPE en algún momento) y del sector procesador de recursos naturales (31% de los beneficiarios exportadores en promedio; hasta un 15% de los exportadores del sector el 2001 recibió beneficios del FPE en algún momento). Es decir, el FPE se ha concentrado en sectores de mayor nivel de manufactura de las exportaciones. Este hecho confirma la focalización sectorial del FPE en sectores de exportaciones no tradicionales.

Los beneficiarios exportadores tienen mayor experiencia exportadora respecto del promedio nacional en un 50%, tanto a nivel agregado como a nivel sectorial (en promedio los beneficiarios exportadores tienen 7,2 años de experiencia en el 2001 v/s 4,9 años de los beneficiarios potenciales). Los beneficiarios exportadores se concentran mayoritariamente en la región

metropolitana, abarcando un 75% de los beneficiarios exportadores de 1996. Este porcentaje decrece a 65% en el 2001. Los exportadores (beneficiarios y no beneficiarios) de la RM representan 65% de los exportadores de 1996 y 67% de los de 2001 (ver sección 4.1.1). Se observa que, aunque la importancia de la RM para los beneficiarios exportadores es mayor a la población de exportadores, esta brecha se reduce en el tiempo. De ser un 23% mayor en 1996, en el 2001 la brecha alcanza a 4%. Las regiones que han ganado importancia son la 5ª, y 8ª Regiones. Esto muestra una mejora en términos de su focalización objetivo a empresas de regiones.

Por otra parte, los beneficiarios exportadores cubren una menor proporción de las exportaciones totales entre 1996 y 2001. Mientras en 1996 las exportaciones de beneficiarios cubrían un 53% de las exportaciones del año, en el 2001, los beneficiarios del 2001 cubren un 49% de las exportaciones totales de un año. La caída de las exportaciones promedio de los beneficiarios puede reflejar una mejor focalización en exportadoras PYMEs a lo largo del período si el pool de empresas beneficiarias cambia o una contracción de las exportaciones de las empresas beneficiarias, si el pool de beneficiarios se mantiene relativamente constante.

En términos de satisfacción de beneficiarios efectivos, por medio de una encuesta de opinión a empresarios, se puede destacar una alta valoración de los beneficiarios de la experiencia con el FPE (con una escala de 1 a 5, se evalúa con valores sobre el valor medio -3- con un promedio de 3,4), tanto antes como después de la instauración del sistema del concurso. No obstante, los beneficiarios muestran un significativo empeoramiento en su satisfacción a partir de la instauración del nuevo sistema de asignación de recursos en el 2000 en todas las dimensiones consultadas con una significancia de 5% (en promedio la evaluación cae de 3,6 a 3,2). Por otra parte, las empresas beneficiarias perciben mejor que las no beneficiarias el funcionamiento del FPE en diferentes dimensiones consultadas (difusión, accesibilidad, claridad de requisitos de postulación y simplicidad del proceso de postulación al programa; atinencia de los requisitos de postulación, apoyo del personal de Prochile, flexibilidad de Prochile en tramitar/evaluar postulaciones y prontitud en evaluación de postulaciones al programa) con evaluaciones promedio de 3,3 respecto de 2,8 de los no beneficiarios), no obstante, respecto de sí mismos, evidencian el empeoramiento relativo de opinión del funcionamiento del FPE a partir del 2000 mencionado más arriba.

Es interesante constatar que aunque con altos niveles absolutos de evaluación, los beneficiarios han empeorado su apreciación relativa del FPE a partir de la instauración del sistema concursable. Este empeoramiento de evaluación subjetiva se encuentra en las diferentes dimensiones indagadas (nivel de financiamiento, división de costos con el FPE, difusión,

accesibilidad, claridad de requisitos de postulación, simplicidad del proceso, apoyo de personal de Prochile, flexibilidad, etc.). Los encuestados le asignan una decreciente responsabilidad al FPE en términos de mejorar prospectos de negocios a partir de la instauración del concurso (contactar nuevos clientes, concertar nuevos negocios, etc). Este aspecto es robusto, pues aparece tanto en la encuesta como en las entrevistas focalizadas. De esta última (y del *focus group* realizado) se puede extraer una explicación de este hecho. El empeoramiento en la percepción de diferentes variables a partir de la instauración del concurso puede estar relacionado con el hecho que empresas que eran beneficiarias en el pasado, perciben mayores dificultades y menor grado de injerencia en la toma de decisiones de asignación del FPE. El concurso aparece como un mecanismo más engorroso de obtención de financiamiento para beneficiarios que conocieron el sistema antiguo de asignación de recursos. Ellos percibirían una rigidización en el acceso para aquellos beneficiarios habituados a operar con Prochile y/o de sectores productivos menos estandarizables (servicios, nuevas tecnologías). Es posible que los problemas asociados al concurso sean producto de la novedad del sistema y de los naturales costos de ajuste e implementación que suele ser objeto todo cambio institucional. Asimismo la mala evaluación que indirectamente se le hace al sistema de concurso, puede ser reflejo también de la reducción presupuestaria que ha sufrido el FPE y por lo mismo los beneficiarios manifiestan su frustración de obtener, ya sea menos fondos o menos oportunidades financiamiento. De cualquier manera, se reporta que los sectores exportadores de mayor valor agregado perciben ser afectados negativamente con el sistema de concurso y cualquiera sea la explicación de la mala evaluación ese aspecto requiere revisión, pues el desarrollo exportador de sectores emergentes y de alto valor agregado corresponde a uno de los criterios favorecidos a partir de la instauración del concurso .

En términos de resultados, el estudio encuentra logros en términos variables intermedias, es decir variables que determinan los resultados finales. Respecto de los logros del programa en términos de introducir innovaciones en productos y servicios y procedimientos y posicionamiento de la empresa, la encuesta muestra positiva y significativa evolución de estas variables entre 1996 y el 2001. Similar resultado se constata para no beneficiarios, aunque estos presentarían menores niveles. El análisis comparado desagregado por dimensión entre beneficiarios y no beneficiarios sugiere que el FPE tiene efectos positivos en términos de variables intermedias, aunque en mayor medida respecto del posicionamiento de la empresa (en términos calidad de los productos, servicio al cliente, diferenciación de productos, prestigio y acceso de/a los clientes con diferencias (en diferencias) absolutas estadísticamente significativas al 5% de 0,18 en promedio en la escala de evaluación) y en menor medida respecto de innovaciones en productos y servicios (en términos de calidad de los productos, servicio pre-venta e introducción de nuevos productos con diferencias (en diferencias) estadísticamente significativas al 5% de 0,2 de la escala de evaluación). En términos relativos entre beneficiarios y no beneficiarios en las dimensiones de

innovaciones de procedimientos, los resultados muestran efectos positivos pero en general no significativos con una diferencia en diferencia promedio de 0,09 (a excepción de control de calidad y gestión de la empresa con diferencias de diferencias de 0,15 y 0,21 significativas al 5%).

Respecto de estos logros, un desglose del análisis por línea de acción (prospección y penetración excluyendo permanencia por escasa representatividad en la muestra) indica que no hay una diferencia (en diferencia) significativa al 5% en los logros intermedios alcanzados entre proyectos de diferentes líneas de acción, a excepción de las dimensiones de posicionamiento en términos de tamaño de la empresa (con una diferencia significativa al 5% de 0,32) y en términos de innovaciones de procedimientos en lo que se refiere a gestión y organización de la empresa (con una diferencia significativa al 5% de 0,41). En ambos casos la diferencia muestra mayores logros para los beneficiarios de proyectos de penetración respecto de los de prospección.

Asimismo, consultados respecto de la utilidad del FPE en alterar variables intermedias durante el período de evaluación (ej: contactar clientes, concertar negocios de exportación conocer competencia extranjera, etc.) se obtienen valoraciones altas (mayores al valor medio -3- y en promedio equivalentes a 3,35) aunque nuevamente aparece un empeoramiento entre antes del 2000 y post 2000 (con evaluaciones promedio de 3,45 antes del 2000 y de 3,25 después del 2000). Respecto de las mismas dimensiones de variables intermedias, un resultado interesante obtenido es la mayor valoración que reciben los proyectos de promoción de exportaciones financiados exclusivamente por la empresa respecto de proyectos financiados por el FPE (una valoración promedio de 3,75 respecto de 3,26 asignada a proyectos financiados con recursos del FPE). La diferencia se observa para todas las dimensiones analizadas de manera positiva y significativa al 1%. Probablemente ello refleja que los proyectos financiados con recursos propios están más orientados a satisfacer las necesidades particulares de la empresa, mientras que los proyectos FPE son codeterminados por la autoridad y los otros beneficiarios del mismo proyecto. Por lo mismo, los primeros generarían mayores beneficios directos para la empresa.

Finalmente, consultados respecto de la importancia entre las actividades de promoción de exportaciones y diversas variables intermedias y finales (mantener o mejorar el volumen de exportaciones, ampliar y mejorar la oferta exportadora, mejorar utilidades y nivel tecnológico de la empresa, interrelacionar a la empresa con competidores nacionales y extranjeros) los beneficiarios le asignan significativa importancia con indicadores mayores al valor medio (evaluación promedio de 4,1), mientras que no beneficiarios le asignan poca importancia (evaluación promedio de 2,1). Esta diferencia es estadísticamente significativa al 1%. Un reflejo de esta diferencia entre beneficiarias y no beneficiarias se evidencia en la menor actividad de proyectos de promoción de exportaciones realizada por las empresas no beneficiarias respecto de

las beneficiarias. En promedio, los no beneficiarios realizan 3,2 proyectos de promoción de exportaciones financiados con recursos propios al año, mientras que los beneficiarios realizan en promedio 4,3 proyectos de este tipo al año.

Para ejecutar estimación de impacto en variables intermedias, se recurrió a un estimador no paramétrico de *matching* basado en *propensity scores*: el estimador de vecinos cercanos. En este caso, se consideró tres variables agregadas: innovación en productos y servicios, innovación en procedimientos y posicionamiento de la empresa. El FPE muestra efectos positivos y significativos en las acciones de innovación de la empresa en términos de productos/servicios (de 0,2 puntos de la escala de evaluación) y en términos de las acciones tendientes a favorecer el posicionamiento de la empresa en mercados externos (de 0,13 puntos de la escala de evaluación). No se encuentran efectos significativos, aunque positivos (de 0,07 puntos de la escala de evaluación), en innovaciones de procesos.

Para estimar el impacto en variables finales (exportaciones) e intermedias (innovación en productos, procesos y posicionamiento de la empresa), se recurrió a un estimador no paramétrico de *matching* basado en *propensity scores*: el estimador de vecinos cercanos. Las estimaciones econométricas de variables finales (exportaciones) basadas en información secundaria, muestran resultados negativo no significativos y un efecto significativo negativo, pero discriminado en beneficiarios que reciben beneficios un año en el período. El orden de magnitud del impacto es de una caída de exportaciones USD 389 mil durante el período 1996-2001 (este valor fluctúa hasta - USD 313 mil por año, dependiendo del número de vecinos cercanos considerado en la estimación). No obstante, ante la realidad de incluir a un número grande de beneficiarias no exportadoras en la estimación (1161 equivalente a 46% de las beneficiarias), se realizó una estimación de similares características como ejercicio para interpretar mejor los resultados sólo para un subconjunto de empresas beneficiarias: empresas que exportaron en los años de evaluación (102 empresas que tienen exportaciones en 1995 y entre 1996 y 2001).<sup>81</sup> En este ejercicio se encuentran resultados positivos y significativos al 5%. Con 30 vecinos cercanos, los beneficiarios exportarían USD 2846 adicionales al final del período. No obstante, al estimar los efectos marginales de recibir beneficios en distintos años durante el período (tratamiento múltiple), se obtiene un resultado significativo sólo para las empresas beneficiarias exportadoras con tres o más años de beneficios. Para ellas, el FPE significa un incremento de exportaciones de USD 6330 entre 1996 y 2001. Estos resultados sugieren impacto positivo pero discriminado del FPE en beneficiarios con múltiples tratamientos. Sin embargo, también sugieren que para las empresas beneficiarias no exportadoras, el plazo de evaluación de seis años puede ser muy corto, pues pueden requerir más tiempo para realizar la primera exportación.

<sup>81</sup> Este ejercicio involucra incurrir en un sesgo de selección y por lo mismo sus resultados no son adecuados ni representativos del programa.

Las estimaciones de impacto de variables finales basadas en información primaria (encuesta) no resultan significativas para ninguna de las dos variables estimadas (exportaciones y ventas). Al igual que en la estimación basada en información secundaria, es posible que el periodo de análisis sea demasiado corto como para permitir observar efectos de exportaciones en los beneficiarios.

El FPE ha experimentado una reducción sistemática en el presupuesto asignado entre 1996 y 2001, tal que en este último año, una estimación muestra que el presupuesto final del FPE fue de USD 7,3 millones, equivalente a 55% de lo efectivamente presupuestado en 1996. Los proyectos han tenido un costo total entre USD 10 y 18 millones anuales, esto es, sumando aportes del FPE y del sector privado. El FPE ha aportado entre un 52% y 76% del costo de los proyectos. No se dispuso de información respecto de los costos de administración del programa. No obstante se pudo hacer una estimación de los montos del FPE usados en gastos administrativos de la institución, en base a antecedentes recopilados hasta 1998. Estos habrían fluctuado entre 11% y 47% del FPE y entre 6% y un 30% del costo total de los proyectos.

El costo promedio por proyecto total (incluyendo aportes del FPE y de privados) fluctúa entre USD 44 mil (2001) y 110 mil (1997), pero si se excluyen los proyectos institucionales, el costo medio fluctúa entre USD 27 mil (2001) y 103 mil (1997), donde los aportes promedio del FPE fluctuaron entre USD 13 mil (2000-2001) y USD 45 mil (1997). Gruesamente se observa una caída en el costo promedio de los proyectos durante el periodo de USD 50 mil a 31 mil en el 2001. El costo promedio por beneficiario era de USD 9 mil en 1996 y de USD 11 mil en el 2001.

Excluyendo posibles externalidades, se exploró qué rangos de valor agregado de exportaciones son necesarias que realicen los beneficiarios del FPE para hacer en promedio cero o levemente positivo el VAN del FPE destinado exclusivamente a cofinanciar proyectos con beneficiarios directos identificables y conocidos. Estos rangos son modestos, pues incrementos netos de exportaciones anuales (valor agregado, no valor bruto de producción) por beneficiario con una distribución entre USD 0 y 11 mil alcanzadas en seis años (o USD 1 y 10 mil u otras combinaciones posibles) arrojan una distribución de VAN con un promedio levemente positivo y cercano a cero. Es decir, los recursos destinados a empresas estarían bien invertidos si en promedio éstas pueden incrementar sus exportaciones netas en a lo más USD 11 mil en un periodo de seis años. La cota superior de este rango de exportaciones (USD 11 mil) parece difícil de alcanzar en un periodo de seis años, si se considera que las empresas beneficiarias para las cuales se obtiene un impacto positivo del FPE (beneficiarias exportadoras con tratamiento múltiple de tres o más años), tienen un impacto positivo promedio de USD 6330 en el periodo.

Respecto del gasto en otro tipo de proyectos (institucionales, gastos operacionales), su evaluación es difícil de obtener debido a que se orientan a financiar actividades que afectan a sectores muy amplios de exportadores, por ejemplo a través de campañas de imagen, que pueden afectar a la totalidad de exportadores y no se genera un grupo de control sobre los cuales comparar niveles de exportaciones.

## **7 Justificación de continuidad del Programa**

Las razones que dieron lugar a la aparición de un programa público de promoción de exportaciones son endémicas, por lo que el Estado no debiera dejar de financiar actividades de promoción de exportaciones que tiendan a generar bienes públicos, tales como adquisición de conocimiento aprovechable por sectores amplios, y a monitorear los contenidos de los proyectos de promoción por sus consecuencias reputacionales en todo el sector exportador. El FPE hace ambas cosas, sin embargo no es posible determinar con la información disponible, cuanto de los esfuerzos del FPE de proyectos institucionales y sin cofinanciamiento se orienta en esta dirección.

El FPE ha cumplido con relativo éxito la focalización esperada en términos del segmento de exportadores que quiere beneficiar, es decir en empresas de regiones, exportadores menores y de sectores de mayor nivel de manufactura y no tradicionales. También ha afectado a un número muy significativo de empresas no exportadoras, con lo que efectivamente podría ampliar la base de exportadores, lo que corresponde a una de las metas del FPE. Todos estos factores justifican continuidad del programa en el sentido que ha beneficiado al sector de empresarios que se deseaba originalmente beneficiar.

Los beneficiarios valoran positivamente el FPE en términos de afectar sus capacidades empresariales para mejorar exportaciones. En este sentido se encontraron resultados estadísticamente significativos y positivos del FPE. No se han podido encontrar resultados finales significativos positivos del FPE a nivel agregado. Esto puede constituir la mayor debilidad del programa, como para justificar su continuidad, pero debido a la composición de los beneficiarios en términos de exportadores y no exportadores, los resultados parecen estar muy fuertemente determinados por la presencia de una gran cantidad de no exportadores dentro de los beneficiarios. Para éstos, el plazo de evaluación requerido puede ser mayor al considerado en este estudio. Con todo, los resultados de este estudio sugieren apoyar la continuidad del programa, pese a que se debieran realizar ajustes en su funcionamiento, que se plantean a continuación.

## **8 Recomendaciones**

### **8.1 *Respecto de metodologías de evaluación del programa***

Debido a que el FPE beneficia crecientemente empresas no exportadoras, la consecución de exportaciones puede requerir plazos más largos que seis años. Se sugiere, entonces hacer evaluaciones con periodos mayores. Si en un período más extenso subsiste la falta de resultados significativos en términos finales, se puede concluir que el programa no tiene efectos finales concretos sobre empresas que no exportan al momento de recibir el primer beneficio.

Las valoraciones relativas a proyectos de promoción de exportaciones financiadas por el FPE respecto de aquellos con financiamiento 100% privado, tiene varias implicancias. Por una parte, este resultado indica que los proyectos de promoción que financie el FPE deben tener aspectos de externalidades identificables que justifiquen la utilización de recursos públicos, dado que las empresas, no sólo valoran más los proyectos privados, sino que además realizan importantes esfuerzos de promoción de exportaciones 100% privadas que podrían liberar al FPE de realizar cierto tipo de actividades. En la medida de ser factible, estas externalidades debieran ser obtenibles sólo de proyectos financiados por el FPE, y no así de proyectos prototípicos financiados exclusivamente por el sector privado, pues si ellas pueden ser obtenidas de igual manera por estos últimos, el FPE estaría dedicando sus esfuerzos donde no es necesario. Por otro lado, si estos aspectos de externalidades son claros e identificables por la autoridad y necesariamente relacionadas a actividades específicas que financia el FPE, los proyectos financiables por el programa deben ser lo suficientemente atractivos para los empresarios/empresas objetivo de modo de atraerlos a realizar la actividad en conjunto con otras entidades. De lo contrario, estos individuos no participan de los programas y en cambio destinan sus esfuerzos y recursos a promoción de exportaciones 100% privada que no permiten obtener esas externalidades consideradas deseables.

Los resultados de las evaluaciones que los beneficiarios y no beneficiarios hacen relativo a la operación del FPE antes y después de la instauración del concurso, sugieren estudiar mecanismos en el proceso de presentación de propuestas, y evaluación de proyectos en los concursos que sean fácilmente adaptables y acomodables a exportadores de servicios. Asimismo, evaluar si existen rigideces innecesarias del sistema.

Es difícil evaluar la eficacia de programa en la consecución de sus metas en lo que respecta al FPE, pues estas no se pueden representar de manera sensata en base a cantidad de proyectos o beneficiarios, pues la institución no fija sus metas en base a esos parámetros. Se recomienda desarrollar una metodología estándar de presentación de metas anuales, tal vez por la vía de un registro anual de sus políticas, que indicara los objetivos, tanto para la cantidad de proyectos que

se pretenda llevar a cabo, como de los sectores productivos, u otro elemento (región, mercados, etc.), que se desee potenciar. Además, sería importante que estos registros consideraran en detalle los objetivos para cada tipo de proyecto -institucionales, financiados y co-financiados, en todas sus líneas-, y para cada concurso, en un formato o estructura, que posibilite su evaluación cuantitativa y cualitativa.

## **8.2 Relativas a la información**

En términos de información, se recomienda completar hacia atrás (antes del 2000) la base de datos de beneficiarios utilizando los criterios de la actual base de datos de Prochile. Esto implica definir para cada beneficiario, el tipo de línea de acción de los proyectos, los aportes públicos y privados etc.. Asimismo, se recomienda mejorar la información relativa a metas y objetivos anuales del FPE para efectos de evaluación.

Se recomienda establecer criterios internos que permitan distinguir de los eventuales proyectos a financiar, las externalidades que sólo pueden extraerse de actividades propiciadas por el FPE.

De los datos que actualmente maneja Prochile, no es posible determinar cuanto de lo que cabe como proyectos institucionales y de prospección, penetración y permanencia no cofinanciados efectivamente se orienta a actividades productoras de bienes públicos y externalidades. Por ello, se sugiere generar categorías de registro claras para este tipo de proyectos que faculte identificar efectos de externalidades o bienes públicos de los proyectos. Además, tampoco se puede extraer información detallada respecto gastos administrativos o de funcionamiento de Prochile atribuibles a la administración del programa. Por ello, finalmente se recomienda mejorar la información interna respecto del costo de administración del FPE por parte de Prochile.

## **9 Referencias**

- Agosín, M. y R. Álvarez (2001). "Determinantes de la Permanencia de las firmas exportadoras Chilenas en los mercados Internacionales: elementos para el diseño de políticas." *Documento de Trabajo Departamento de Economía Universidad de Chile.*
- Agosín, M. R. y R. French-Davis (1993). "Trade Liberalization in Latin America." *CEPAL Review* 50(August): 47-50.
- Álvarez, C. (1995). Strategic prospectus of Prochile. Unpublished Mimeo of Final essay submitted for Prof. Zimmerman's paper. Cambridge, Ma., J.F.K School of Government, Harvard University.
- Álvarez, R. y G. Crespi (1999). "Impacto de las Políticas de Fomento sobre el dinamismo

- exportador Chileno." *Documento de Trabajo N.3 CENDES, Universidad de Chile*(Abril 1999).
- Álvarez, R. y G. Crespi (2000). "Efecto de las políticas de fomento en el dinamismo exportador Chileno." *El Trimestre Económico* LXVII(Octubre- Diciembre): 557-577.
- Álvarez, R. y G. Crespi (2000). "Exporter performance and promotion instruments: Chilean empirical evidence." *Estudios de Economía* 27(2, Diciembre): 225-241.
- Bordeu, E. (1995). Exportaciones de Vino: la importancia del mejoramiento de la calidad. Auge Exportador Chileno: lecciones y desafíos futuros. P. Meller y R. E. Sáez. Santiago, CIEPLAN y Dolmen Ediciones S.A.
- Campero, M. P. y B. Escobar (1992). Evolución y Composición de las exportaciones Chilenas, 1986-1991. Estrategia Comercial Chilena para la Década del 90: elementos para el debate. A. Butelmann y P. Meller. Santiago, Ediciones CIEPLAN.
- Collier, S. y W. F. Sater (1996). A History of Chile, 1908-1994. Cambridge, Cambridge University Press.
- Díaz, A. (1995). "Chile en la segunda etapa exportadora. Dilemas para una estrategia de desarrollo." *Estadística y Economía. Instituto Nacional de Estadística de Chile*(10).
- French-Davis, R. y R. E. Sáez (1995). "Comercio y Desarrollo Industrial en Chile." *Colección de Estudios CIEPLAN* 41(Diciembre): 67-95.
- Heckman, J., H. Ichimura, et al. (1997). "Matching as an Econometric Evaluation Estimator: Evidence from Evaluating a Job Training Programme." *Review of Economic Studies* 64(4).
- Heckman, J., H. Ichimura, et al. (1998). "Matching as an Econometric Evaluation Estimator." *Review of Economic Studies* 65(2): 605-654.
- Heckman, J., R. LaLonde, et al. (1999). The Economics and Econometrics of Active Labor Market Programs. Handbook of Labor Economics. O. Ashenfelter y D. Card. Amsterdam, North Holland. III A: 1865-2097.
- Jarvis, L., C. Montero, et al. (1993). "El empresario fruticultor: fortalezas y debilidades de un sector heterogeneo." *Notas Técnicas CIEPLAN*(154).
- Meller, P. (1992). "Review of the Chilean Trade Liberalisation and Export Expansion Process (1974-1990)." *Bangladesh Development Studies* XX(June-September N.2 & 3): 155-183.
- Meller, P. and A. Repetto (1996). Empleo y Remuneraciones en el sector exportador Chileno. El modelo exportador Chileno, Crecimiento y Equidad. P. Meller. Santiago, Ediciones CIEPLAN: 189-211.
- Meller, P. and R. E. Sáez (1995). Lecciones y desafíos futuros del auge exportador Chileno. Auge Exportador Chileno, Lecciones Y Desafíos Futuros. P. Meller and R. E. Sáez. Santiago, CIEPLAN Ediciones; DOLMEN Ediciones S.A.: 11-41.
- Ministerio de Hacienda, R. d. C. (1987). Presupuesto Especial para proyectos Mixtos para las exportaciones.
- Moguillanski, G. and D. Titelman (1993). "Estimación Econométrica de Funciones de

- Exportación." *Estudios de Economía* 20(1, June): 153-190.
- Montenegro, S. (1984). "Incentivo y nuevas modalidades para el fomento de exportaciones." *Premio Price Waterhouse, Concurso Nacional N.84*.
- Ossa, F. (1992). Políticas de Fomento al Sector Exportador Chileno. El Modelo Económico Chileno. D. Wisecarver. Santiago, CINDE, Instituto de Economía de la Pontificia Universidad Católica de Chile: 361-400.
- Peña-Torres, J. (1986). Cuatro Ensayos acerca de los por qué de una Política de Promoción Explícita a las Exportaciones. Instituto de Economía. Santiago, Pontificia Universidad Católica de Chile: 98-153.
- Petrovelli, C. (1993). El proceso de Diversificación de exportaciones en Chile. La transformación de la producción en Chile: cuatro ensayos de interpretación. ECLAC. Santiago de Chile, ECLAC.
- Piñeres, S. A. G. d. and M. Ferrantino (1997). "Export diversification and structural dynamics in the growth process: the case of Chile." *Journal of Development Economics* 52: 375-391.
- Todd, P. (1999). "A Practical Guide to Implementing Matching Estimators." *mimeo, presented at the IADB meeting in Santiago de Chile, October*.

**ANEXO**

**INFORME FINAL DE EVALUACIÓN**

**PROGRAMA PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES  
(PROCHILE)**

**10 Anexos****10.1 Cuadros****Cuadro Anexo N° 1 PROYECTOS POR REGIÓN**

Año	Tipo Financiamiento	Componente	Región Principal														Total	
			SB	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13		SR
1996	No cofinanciado	Prospección	11	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	13
		Penetración	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	5
		Permanencia	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
		Institucional	40	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	42
		<b>Subtotal</b>	<b>58</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>65</b>
	Cofinanciado	Prospección	0	2	1	0	0	1	0	1	7	1	0	1	1	31	6	52
		Penetración	0	1	0	0	0	0	2	0	1	2	0	1	0	22	17	46
		Permanencia	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	5	3	10
		Institucional	0	2	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	15	14	35
		<b>Subtotal</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>73</b>	<b>40</b>	<b>143</b>
<b>Total</b>		<b>58</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>79</b>	<b>40</b>	<b>208</b>	
1997	No cofinanciado	Prospección	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6
		Penetración	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	5
		Permanencia	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
		Institucional	58	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	59
		<b>Subtotal</b>	<b>70</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>72</b>
	Cofinanciado	Prospección	0	1	0	1	1	3	0	1	4	1	2	0	0	26	4	44
		Penetración	0	0	0	0	0	1	0	0	2	0	1	1	0	22	6	33
		Permanencia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
		Institucional	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	7	12
		<b>Subtotal</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>52</b>	<b>17</b>	<b>90</b>
<b>Total</b>		<b>70</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>53</b>	<b>17</b>	<b>162</b>		
1998	No cofinanciado	Prospección	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	11	
		Penetración	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	1	11	
		Institucional	47	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	48
		<b>Subtotal</b>	<b>64</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>70</b>	
		Cofinanciado	Prospección	0	0	1	0	0	9	2	0	1	4	2	1	0	58	14
	Penetración		0	1	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	52	21	76
	Permanencia		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
	Institucional		0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	12	14
	<b>Subtotal</b>		<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>112</b>	<b>47</b>	<b>183</b>
	<b>Total</b>		<b>64</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>116</b>	<b>49</b>	<b>253</b>	
1999	No cofinanciado	Sin línea	139	5	1	3	1	12	1	2	8	5	8	3	1	114	0	303
<b>Total</b>			<b>139</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>12</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>8</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>114</b>	<b>0</b>	<b>303</b>

2000	No cofinanciado	Prospección	1	0	0	0	0	2	0	0	1	0	1	0	1	3	0	9		
		Penetración	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	
		Permanencia	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	
		Institucional	89	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	0	94	
		Subtotal	95	0	0	0	0	2	0	0	1	0	1	0	1	9	0	109		
2000	Cofinanciado	Prospección	0	1	2	0	1	9	1	3	4	4	11	0	3	45	5	89		
		Penetración	0	5	0	3	1	5	2	1	1	2	4	1	4	36	0	65		
		Permanencia	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	4		
		Institucional	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	3	0	1	9	24	39		
		Subtotal	0	6	3	3	2	15	3	4	5	7	18	1	8	93	29	197		
<b>Total</b>			95	6	3	3	2	17	3	4	6	7	19	0	9	102	29	306		
2001	No cofinanciado	Penetración	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1		
		Institucional	75	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	75		
		Subtotal	76	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	76		
		Prospección	0	4	5	4	1	12	0	2	5	3	8	0	2	44	9	99		
		Penetración	0	8	1	1	0	10	2	2	4	4	6	1	0	36	4	79		
2001	Cofinanciado	Permanencia	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	0	3	1	7		
		Institucional	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	46	51		
		Subtotal	0	12	6	5	1	24	2	4	9	7	14	2	2	88	60	236		
		<b>Total</b>			76	12	6	5	1	24	2	4	9	7	14	2	2	88	60	312

Fuente:  
Elaboración propia.  
S R : Sin región

### Cuadro Anexo N° 2 CLASIFICACIÓN SECTORIAL DE EXPORTACIONES

GRUPO SECTORIAL	SECTOR CIU
<b>Recursos Naturales</b>	
Horto frutícola	111, 112
Forestal	12
Pesquero	13
Pecuario	113
Mínero	2
<b>Recursos Naturales Procesados</b>	
Horto frutícola	31, excepto 3111, 3112, 3114
Forestal	33, 34
Pesquero	3114
Pecuario	3111, 3112
Mínero	36
<b>Otros Productos Industriales</b>	
Textil, Cueros y Calzados	32
Químico	35
Metal Mecánico	37, 38
Otros	39
<b>Servicios</b>	4, 5, 6, 7, 8, 9

Fuente:  
Basado en Campero et al. (1992) y modificado en este estudio.

**Cuadro Anexo N° 3 BENEFICIARIOS PROYECTOS PROMOCIÓN EXPORTACIONES**

Año	Tipo Financiamiento	Línea Acción	REGIÓN													Total	RM/ País %	
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13			SR
1996	No cofinanciado	Prospección	0	1	7	0	1	0	0	0	0	0	0	0	3	6	18	17
		Penetración	0	0	0	0	2	0	0	5	1	1	0	0	11	2	22	50
		Institucional	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	6	1	8	75
	Cofinanciado	Prospección	10	5	4	1	12	0	3	26	12	1	11	7	167	65	324	52
		Penetración	2	1	2	2	6	9	4	9	7	3	2	0	149	65	261	57
		Permanencia	0	0	1	6	5	0	0	0	0	0	0	0	32	7	51	63
		Institucional	0	0	1	3	5	5	2	6	0	3	2	3	120	93	243	49
	<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>11</b>	<b>21</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>35</b>	<b>16</b>	<b>7</b>	<b>15</b>	<b>10</b>	<b>372</b>	<b>202</b>	<b>729</b>	<b>51</b>	
1997	No cofinanciado	Prospección	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	6	0	7	86	
	Cofinanciado	Penetración	8	10	6	4	27	3	3	24	8	14	0	0	178	50	335	53
		Penetración	0	0	0	0	7	3	6	11	1	5	1	0	142	20	196	72
		Permanencia	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2	1	0	0	0	4	0
		Institucional	0	0	1	2	1	0	0	1	0	0	0	0	30	8	43	70
	<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>10</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>35</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>34</b>	<b>9</b>	<b>21</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>315</b>	<b>74</b>	<b>533</b>	<b>59</b>	
1998	No cofinanciado	Prospección	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	4	75	
		Penetración	0	0	0	1	1	3	3	0	0	1	0	0	21	1	31	68
		Institucional	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0
	Cofinanciado	Prospección	6	13	10	4	48	18	9	11	14	22	6	2	354	51	568	62
		Penetración	13	6	1	2	12	1	5	27	2	3	0	1	338	36	447	76
		Permanencia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	1	8	88
	Institucional	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	3	33	
	<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>15</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>51</b>	<b>16</b>	<b>8</b>	<b>34</b>	<b>15</b>	<b>18</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>464</b>	<b>83</b>	<b>738</b>	<b>63</b>	
1999	No cofinanciado	Sin Línea	52	48	47	16	131	25	36	103	54	85	14	17	844	5	1477	57
	<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>32</b>	<b>31</b>	<b>11</b>	<b>79</b>	<b>19</b>	<b>20</b>	<b>68</b>	<b>48</b>	<b>65</b>	<b>11</b>	<b>13</b>	<b>559</b>	<b>4</b>	<b>995</b>	<b>56</b>	
2000	No cofinanciado	Prospección	0	1	1	0	13	0	0	4	0	3	0	4	30	0	56	54
		Penetración	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	3	100
		Institucional	2	3	1	2	10	0	2	6	1	3	0	1	34	0	65	52
	Cofinanciado	Prospección	4	4	2	1	40	4	5	19	34	80	3	15	244	50	505	48
		Penetración	8	0	11	3	31	8	2	8	9	26	2	13	159	7	287	55
		Permanencia	2	2	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	19	0	27	70
		Institucional	3	3	1	1	49	0	3	9	13	8	0	2	81	1	174	47
	<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>5</b>	<b>105</b>	<b>11</b>	<b>8</b>	<b>36</b>	<b>28</b>	<b>55</b>	<b>2</b>	<b>25</b>	<b>368</b>	<b>55</b>	<b>736</b>	<b>50</b>	
2001	Cofinanciado	Prospección	5	11	4	1	46	3	12	21	9	28	0	3	163	28	334	49
		Penetración	17	3	2	0	19	6	2	14	18	32	3	3	118	18	255	46
	<b>Total</b>	Permanencia	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	0	9	0	12	75
		Institucional	0	3	0	0	0	0	0	4	0	1	1	0	25	0	34	74
	<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>15</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>58</b>	<b>9</b>	<b>14</b>	<b>33</b>	<b>22</b>	<b>39</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>250</b>	<b>38</b>	<b>510</b>	<b>49</b>	
<b>Total periodo</b>			<b>71</b>	<b>57</b>	<b>44</b>	<b>22</b>	<b>227</b>	<b>38</b>	<b>40</b>	<b>125</b>	<b>86</b>	<b>113</b>	<b>24</b>	<b>45</b>	<b>1215</b>	<b>424</b>	<b>2531</b>	<b>48</b>

Fuente:

Elaboración propia en base a base de datos de Prochile (1999-2001) y levantamiento de información propia de archivos de Prochile bodega DIRECON.

S R: Sin Región

**Cuadro Anexo N° 4 DISTRIBUCIÓN REGIONAL Y SECTORIAL DE BENEFICIARIOS EXPORTADORES FPE**  
**BENEFICIARIOS EXPORTADORES DEL AÑO**

	REGIÓN														Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	99	
<b>1991 Recursos Naturales</b>															
Forestal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hortofrutícola	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Minero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Pesquero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pecuario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Subtotal</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>							
<b>Recursos Naturales Procesados</b>															
Forestal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11	0	11
Hortofrutícola	0	0	0	1	2	2	2	1	0	0	0	0	19	0	27
Minero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	4
Pesquero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	1	0	7	0	12
Pecuario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Subtotal</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>41</b>	<b>0</b>	<b>54</b>
<b>Otros Productos Industriales</b>															
Metal mecánico	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	28	0	30
Químico	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	13	0	14
Textil	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	22	0	25
Otros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	0	7
<b>Subtotal</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>70</b>	<b>0</b>	<b>76</b>
Servicios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Total Beneficiarios del año</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>112</b>	<b>0</b>	<b>131</b>
<b>1992 Recursos Naturales</b>															
Forestal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hortofrutícola	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Minero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Pesquero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Pecuario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	2
<b>Subtotal</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>4</b>							
<b>Recursos Naturales Procesados</b>															
Forestal	0	0	0	0	1	0	0	2	1	0	0	0	25	0	29
Hortofrutícola	0	0	0	1	1	3	3	1	0	0	0	0	35	0	44
Minero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11	0	11
Pesquero	0	0	0	0	1	0	0	3	0	2	1	0	15	0	22
Pecuario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
<b>Subtotal</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>86</b>	<b>0</b>	<b>107</b>
<b>Otros Productos Industriales</b>															
Metal mecánico	2	0	0	0	2	0	0	1	0	0	0	0	58	0	63
Químico	0	1	0	0	2	0	0	2	0	0	0	0	32	0	37
Textil	0	0	0	0	0	0	1	3	0	1	0	0	42	0	47
Otros	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	11	0	13
<b>Subtotal</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>143</b>	<b>0</b>	<b>160</b>
Servicios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	4
<b>Total Beneficiarios del año</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>12</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>235</b>	<b>0</b>	<b>275</b>
<b>1993 Recursos Naturales</b>															
Forestal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hortofrutícola	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	0	9
Minero	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	4
Pesquero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pecuario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

<b>Subtotal</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>11</b>	<b>0</b>	<b>13</b>
<b>Recursos Naturales Procesados</b>															
Forestal	0	0	0	0	1	0	0	4	1	1	1	0	26	0	34
Hortofrutícola	2	0	0	4	5	7	7	3	0	1	0	0	47	0	76
Minero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	0	10
Pesquero	0	0	0	0	1	0	0	5	0	6	1	1	15	0	29
Pecuario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	0	3
<b>Subtotal</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>12</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>152</b>
<b>Otros Productos Industriales</b>															
Metal mecánico	2	0	0	0	2	0	2	1	0	0	0	0	64	0	71
Químico	2	1	0	0	4	0	0	2	0	0	0	0	47	0	56
Textil	0	0	0	1	0	0	0	2	0	0	0	0	23	0	26
Otros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	14	0	14
<b>Subtotal</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>148</b>	<b>0</b>	<b>167</b>
Servicios	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	4	1	6
<b>Total Beneficiarios del año</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>14</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>17</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>263</b>	<b>1</b>	<b>338</b>
<b>1994 Recursos Naturales</b>															
Forestal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hortofrutícola	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	8	0	9
Minero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2
Pesquero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pecuario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
<b>Subtotal</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>12</b>
<b>Recursos Naturales Procesados</b>															
Forestal	0	0	0	0	1	0	0	7	2	1	2	2	38	0	53
Hortofrutícola	0	0	0	3	2	4	3	3	0	0	0	0	38	0	53
Minero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	7	0	8
Pesquero	0	0	3	4	0	0	0	3	0	6	1	0	13	0	30
Pecuario	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
<b>Subtotal</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>13</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>96</b>	<b>0</b>	<b>145</b>
<b>Otros Productos Industriales</b>															
Metal mecánico	1	0	0	0	2	0	1	1	0	1	0	0	66	0	72
Químico	0	2	0	0	5	0	0	2	0	0	0	0	46	0	55
Textil	1	0	0	0	2	0	0	4	0	1	0	0	34	0	42
Otros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11	0	11
<b>Subtotal</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>157</b>	<b>0</b>	<b>180</b>
Servicios	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	4	1	7
<b>Total Beneficiarios del año</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>15</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>20</b>	<b>3</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>267</b>	<b>1</b>	<b>344</b>
<b>1995 Recursos Naturales</b>															
Forestal	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Hortofrutícola	0	0	0	0	5	0	0	0	0	1	0	0	14	0	20
Minero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Pesquero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Pecuario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	8	0	0	11
<b>Subtotal</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>8</b>	<b>16</b>	<b>0</b>	<b>34</b>
<b>Recursos Naturales Procesados</b>															
Forestal	0	0	0	0	2	0	0	4	1	1	2	3	31	0	44
Hortofrutícola	0	0	1	2	7	6	10	5	0	2	0	0	62	0	95
Minero	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	7	0	8
Pesquero	0	2	3	4	0	0	0	2	0	4	1	1	13	0	30
Pecuario	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	1	1	0	5
<b>Subtotal</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>11</b>	<b>7</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>114</b>	<b>0</b>	<b>182</b>
<b>Otros Productos Industriales</b>															
Metal mecánico	1	0	0	0	5	0	1	3	0	1	0	0	65	0	76
Químico	1	0	0	0	10	0	0	2	0	0	0	0	59	0	72

Textil	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	29	0	30
Otros	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	10	0	11
<b>Subtotal</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>16</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>163</b>	<b>0</b>	<b>189</b>
Servicios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	4
<b>Total Beneficiarios del año</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>32</b>	<b>7</b>	<b>12</b>	<b>16</b>	<b>1</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>13</b>	<b>297</b>	<b>0</b>	<b>409</b>
<b>1996 Recursos Naturales</b>															
Forestal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hortofrutícola	0	0	0	0	3	2	0	0	0	0	0	0	9	0	14
Mínero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	0	5
Pesquero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Pecuario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	0	3
<b>Subtotal</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>16</b>	<b>0</b>	<b>23</b>
<b>Recursos Naturales Procesados</b>															
Forestal	0	0	0	0	0	0	0	6	2	0	2	2	22	0	34
Hortofrutícola	0	0	1	4	7	6	3	5	0	2	0	0	47	0	75
Mínero	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	10	0	11
Pesquero	0	0	2	5	0	0	0	6	0	3	1	0	11	0	28
Pecuario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2
<b>Subtotal</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>9</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>17</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>92</b>	<b>0</b>	<b>150</b>
<b>Otros Productos Industriales</b>															
Metal mecánico	2	0	0	0	1	0	1	1	2	0	0	0	55	0	62
Químico	1	1	1	0	2	0	0	1	0	0	0	0	43	0	49
Textil	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	25	0	26
Otros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	0	8
<b>Subtotal</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>131</b>	<b>0</b>	<b>145</b>
Servicios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	3
<b>Total Beneficiarios del año</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>14</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>19</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>242</b>	<b>0</b>	<b>321</b>
<b>1997 Recursos Naturales</b>															
Forestal	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Hortofrutícola	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2
Mínero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Pesquero	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2
Pecuario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Subtotal</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>6</b>
<b>Recursos Naturales Procesados</b>															
Forestal	0	0	0	0	2	2	0	7	1	3	1	0	25	0	41
Hortofrutícola	0	0	0	2	7	2	2	2	0	0	0	0	29	0	44
Mínero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	0	6
Pesquero	2	1	2	4	3	0	0	2	0	13	1	0	14	0	42
Pecuario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Subtotal</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>11</b>	<b>1</b>	<b>16</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>74</b>	<b>0</b>	<b>133</b>
<b>Otros Productos Industriales</b>															
Metal mecánico	2	0	2	0	0	0	2	1	0	0	0	0	53	0	60
Químico	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	42	0	44
Textil	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	10	0	12
Otros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	4
<b>Subtotal</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>109</b>	<b>0</b>	<b>120</b>
Servicios	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2
<b>Total Beneficiarios del año</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>16</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>15</b>	<b>2</b>	<b>16</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>185</b>	<b>1</b>	<b>261</b>
<b>1998 Recursos Naturales</b>															
Forestal	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	2
Hortofrutícola	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	4	0	6
Mínero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Pesquero	0	0	0	0	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	3
Pecuario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

<b>Subtotal</b>	0	0	0	0	2	0	2	2	0	1	0	0	5	0	12
<b>Recursos Naturales Procesados</b>															
Forestal	0	0	0	0	2	3	0	5	1	3	2	0	43	0	59
Hortofrutícola	0	0	0	3	6	2	3	2	0	1	0	0	35	0	52
Mínero	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13	0	14
Pesquero	2	1	3	0	3	0	0	3	0	5	0	0	11	0	28
Pecuario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
<b>Subtotal</b>	2	2	3	3	11	5	3	10	1	9	2	0	103	0	154
<b>Otros Productos Industriales</b>															
Metal mecánico	2	1	1	0	3	0	2	2	0	1	0	0	68	0	80
Químico	0	2	0	0	7	0	0	1	0	0	0	1	57	0	68
Textil	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	37	0	40
Otros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11	0	11
<b>Subtotal</b>	2	3	1	0	13	0	2	3	0	1	0	1	173	0	199
Servicios	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	3	0	4
<b>Total Beneficiarios del año</b>	4	5	4	3	27	5	7	15	1	11	2	1	284	0	369
<b>1999 Recursos Naturales</b>															
Forestal	0	0	0	0	1	1	1	2	0	0	0	0	1	0	6
Hortofrutícola	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	2	0	6
Mínero	1	3	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	5	0	11
Pesquero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Pecuario	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	2
<b>Subtotal</b>	1	3	1	0	2	2	2	4	1	0	0	1	9	0	26
<b>Recursos Naturales Procesados</b>															
Forestal	0	0	0	0	3	4	3	14	4	1	2	0	49	0	80
Hortofrutícola	1	0	1	1	5	0	1	3	0	2	0	0	28	0	42
Mínero	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	22	0	26
Pesquero	2	4	2	5	4	1	0	6	0	24	2	0	23	0	73
Pecuario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2
<b>Subtotal</b>	5	5	3	6	13	5	4	23	4	27	4	0	124	0	223
<b>Otros Productos Industriales</b>															
Metal mecánico	2	3	1	0	4	0	3	0	1	1	0	2	81	0	98
Químico	1	1	0	0	2	0	0	1	0	0	0	0	48	0	53
Textil	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	27	0	30
Otros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	14	0	14
<b>Subtotal</b>	3	4	1	0	7	0	3	1	2	1	0	3	170	0	195
Servicios	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	7	0	8
<b>Total Beneficiarios del año</b>	9	12	5	6	23	7	9	28	7	28	4	4	310	0	452
<b>2000 Recursos Naturales</b>															
Forestal	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	3
Hortofrutícola	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	3	0	4
Mínero	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2	0	3
Pesquero	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2
Pecuario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Subtotal</b>	0	0	0	0	3	1	0	1	0	0	0	0	7	0	12
<b>Recursos Naturales Procesados</b>															
Forestal	0	0	0	0	2	2	1	2	2	0	1	0	31	0	41
Hortofrutícola	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	0	5
Mínero	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	6	0	7
Pesquero	2	4	0	0	3	0	0	7	0	13	0	0	21	0	50
Pecuario	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
<b>Subtotal</b>	2	4	0	0	5	2	2	10	2	13	1	0	63	0	104
<b>Otros Productos Industriales</b>															
Metal mecánico	1	0	0	1	3	0	0	3	0	0	0	0	56	0	64
Químico	1	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	1	24	0	29

Textil	0	0	3	0	2	0	0	1	0	0	0	0	14	0	20
Otros	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	0	6
<b>Subtotal</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>99</b>	<b>0</b>	<b>119</b>
Servicios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2
<b>Total Beneficiarios del año</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>16</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>15</b>	<b>2</b>	<b>13</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>171</b>	<b>0</b>	<b>237</b>
<b>2001 Recursos Naturales</b>															
Forestal	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	1	0	4
Hortofrutícola	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Minero	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	2
Pesquero	0	0	0	0	1	0	0	2	0	0	0	0	0	0	3
Pecuario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Subtotal</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>10</b>
<b>Recursos Naturales Procesados</b>															
Forestal	0	0	0	0	3	1	4	5	3	0	0	1	27	0	44
Hortofrutícola	0	0	0	0	1	1	7	0	0	1	0	0	4	0	14
Minero	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	11	0	12
Pesquero	0	2	1	0	4	0	0	4	0	6	1	1	13	0	32
Pecuario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Subtotal</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>11</b>	<b>10</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>55</b>	<b>0</b>	<b>102</b>
<b>Otros Productos Industriales</b>															
Metal mecánico	1	1	0	0	0	1	0	2	0	0	0	0	41	0	46
Químico	3	0	1	0	4	0	0	1	0	0	0	0	20	1	30
Textil	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	7	0	8
Otros	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	5	0	6
<b>Subtotal</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>73</b>	<b>1</b>	<b>90</b>
Servicios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	5	0	6
<b>Total Beneficiarios del año</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>14</b>	<b>4</b>	<b>11</b>	<b>18</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>136</b>	<b>1</b>	<b>208</b>

**Cuadro Anexo N° 5 APORTES DEL FPE Y PRIVADOS A PROYECTOS DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES. 1990-2001**

		1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
<b>RM</b>													
		<b>Aporte FPE</b>											
<b>No cofinanciado</b>	<b>Prospección</b>	0	0	0	0	0	4	13	0	6	5	51	0
	<b>Penetración</b>	0	0	0	37	0	0	71	6	72	14	9	0
	<b>Permanencia</b>	0	0	0	50	12	102	0	0	0	11	0	0
	<b>Institucional</b>	0	0	0	0	28	0	10	0	0	27	352	0
	<b>Gasto (GO) Operacional</b>	0	0	0	0	0	0	7	0	0	0	0	0
<b>cofinanciado</b>	<b>Prospección</b>	138	123	393	540	598	441	788	973	869	420	526	643
	<b>Penetración</b>	144	501	908	397	428	1101	574	814	1128	500	547	632
	<b>Permanencia</b>	776	0	320	221	84	883	117	0	12	180	86	78
	<b>Institucional</b>	3903	656	611	576	1135	2839	414	212	7	749	171	219
<b>Total</b>		4960	1280	2231	1821	2284	5370	1992	2005	2094	1906	1742	1572
		<b>% GO/Total</b>											
		<b>Aporte Privados</b>											
<b>Cofinanciado</b>	<b>Prospección</b>	218	218	553	991	803	567	1047	1447	1120	762	612	804
	<b>Penetración</b>	169	513	1018	521	568	1223	774	1706	3839	1096	821	901
	<b>Permanencia</b>	667	0	554	372	118	815	168	0	15	265	86	127
	<b>Institucional</b>	2699	664	1177	931	1376	1600	847	145	7	919	442	218
<b>Total</b>		3753	1395	3302	2814	2864	4205	2836	3297	4982	3042	1960	2050
<b>TOTAL PAÍS</b>													
		<b>Aporte FPE</b>											
<b>No cofinanciado</b>	<b>Prospección</b>	26	209	1230	507	471	874	254	96	191	578	106	0
	<b>Penetración</b>	53	13	250	145	156	311	211	110	176	211	9	10
	<b>Permanencia</b>	111	35	92	536	716	638	309	11	0	384	190	0
	<b>Institucional</b>	1801	442	1032	2885	1067	1158	375	1093	203	3492	7742	6163
	<b>Gasto (GO) Operacional</b>	49	380	256	818	164	396	583	5842	2525	1605	0	0
<b>cofinanciado</b>	<b>Prospección</b>	232	150	492	693	760	611	1141	1398	1712	1337	884	1099
	<b>Penetración</b>	176	718	961	604	487	1332	1162	2422	1671	1706	964	1211
	<b>Permanencia</b>	899	0	327	254	147	957	173	47	12	452	97	185
	<b>Institucional</b>	4295	1737	844	806	1362	2995	1230	828	535	2306	547	642
<b>Total</b>		7642	3685	5483	7249	5331	9271	5441	7	7027	0	9	9310
		<b>% GO/Total</b>											
		<b>Aporte Privados</b>											
<b>Cofinanciado</b>	<b>Prospección</b>	420	278	687	1225	1061	774	1529	2046	1889	1108	1007	1276
	<b>Penetración</b>	198	745	1098	1051	642	1607	1438	3255	4531	1591	1329	1608
	<b>Permanencia</b>	808	0	558	410	235	906	280	25	15	331	105	294
	<b>Institucional</b>	3031	1659	8805	1246	5844	1932	1832	1163	656	2561	907	1095
<b>Total</b>		4458	2682	8	3932	7783	5219	5079	6489	7091	5591	3347	4272

**Cuadro Anexo N° 6 FORMULARIOS DE ENCUESTAS BENEFICIARIOS Y NO BENEFICIARIOS****ENCUESTA SOBRE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES  
FORMULARIO N° 1**

Folio

**1 Identificación de la Empresa**

<b>1.1</b>	Nombre empresa	
<b>1.2</b>	RUT	
<b>1.3</b>	Año de Iniciación de Actividades	
<b>1.4</b>	Nombre de persona encuestada	
<b>1.5</b>	Cargo Persona que contesta	
	1. Dueño	
	2. Gerente general	→ <input type="checkbox"/>
	3. Gerente Comercial	
	4. Gerente/subgerente exportaciones	
	5. Otro.....	

**2 A continuación una serie de preguntas que se refieren a la experiencia de la empresa en relación con sus productos y procesos en los años 1996 y 2001.****2.1 ¿Qué nivel de innovación en los productos/servicios que la empresa ofrece, diría Ud. que se introdujo en relación con...?: (PASAR TARJETA N°1)**

		Año 1996	Año 2001
<b>2.1.1</b>	Presentación /empaquetado		
<b>2.1.2</b>	Calidad insumos		
<b>2.1.3</b>	Calidad producto final		
<b>2.1.4</b>	Servicio al cliente pre venta		
<b>2.1.5</b>	Servicio al cliente post venta		
<b>2.1.6</b>	Nuevos productos		

**2.2 ¿Qué nivel de innovación en los procesos o procedimientos de la empresa diría Ud. que se introdujo en relación con...?: (PASAR TARJETA N°1)**

		Año 1996	Año 2001
<b>2.2.1</b>	Proceso físico de producción		
<b>2.2.2</b>	Control de calidad del proceso de producción		
<b>2.2.3</b>	Maquinarias		
<b>2.2.4</b>	Normas de seguridad		
<b>2.2.5</b>	Normas ambientales		
<b>2.2.6</b>	Gestión /reorganización administrativa de la empresa		
<b>2.2.7</b>	Gestión de Comercialización		
<b>2.2.8</b>	Informatización del proceso productivo		

**2.3** ¿Cómo evaluaría Ud. el posicionamiento de su empresa en los mercados externos con respecto a...?:  
(PASAR TARJETA N°2)

		Año 1996	Año 2001
2.3.1	Calidad de productos		
2.3.2	Servicio al cliente		
2.3.3	Cumplimiento de plazos		
2.3.4	Diferenciación de sus productos		
2.3.5	Prestigio de la empresa		
2.3.6	Disponibilidad / acceso hacia sus clientes		
2.3.7	Tamaño relativo de su empresa		

**2.4** ¿Cómo considera Ud. que era el precio relativo de sus productos o servicios exportados respecto de la competencia?  
(PASAR TARJETA N°3)

--	--

**3** A continuación una serie de preguntas relacionados con la actividad de la empresa en promoción de exportaciones.

Para responder las preguntas 3.1 , 3.4 a 3.6, por favor utilice el siguiente recuadro, anotando los códigos asociados a su respuesta

	Preg. 3.1				Preg. 3.4	Preg. 3.5	Preg. 3.6
1985-89							
1990							
1991							
1992							
1993							
1994							
1995							
1996							
1997							
1998							
1999							
2000							
2001							

**3.1** Para cada año solicitado, indique aquellos tipos de colectividades empresariales en las cuales ha participado la empresa, entre las siguientes:

1. Comité exportador Prochile
2. Profo
3. Asociación(es) Gremial(es)
4. Vinculación jurídica/propietaria/accionaria con otras empresas (sociedad con otras empresas/personas relacionadas a sus exportaciones)
5. Otra forma de agrupación de empresas
6. Ninguna
99. No sabe/No recuerda

3.2	¿Ha tenido algún contacto con Prochile entre 1996 y 2001? (1 = Sí; 2 = No)	→	
3.3	Sólo quienes responden 'Sí' en 3.2. ¿Quién propició el primer contacto con Prochile? (1 = Empresa; 2 = Prochile; 3 = Otra entidad/persona)	→	
3.4	Indique el número de proyectos de promoción de exportaciones <b>financiados o cofinanciados por el Fondo de Promoción Exportaciones de Prochile</b> (excluya los financiados por Fondo de Promoción Exportaciones Agropecuarias) en que ha participado la empresa		
3.5	Indique el número de proyectos de promoción de exportaciones <b>financiados o cofinanciados por Fondo Promoción Exportaciones Agropecuarias (Prochile y Ministerio de Agricultura)</b>		
3.6	Indique el número de Proyectos de Promoción de exportaciones <b>financiados exclusivamente por su empresa</b> (presentación en ferias, catálogos, etc.)		
3.7	¿Cuántos años de contacto, intentos y/o postulaciones le tomó a su empresa obtener <b>el primer financiamiento de Prochile para promoción de sus exportaciones?</b>	→	

A continuación una serie de preguntas de evaluación de la empresa sobre sus actividades de promoción de exportaciones.

**Encuestador:** Utilice la siguiente escala para responder las preguntas 3.8 a 3.16, según corresponda:

1. Muy insatisfecho/perjudicial/sin importancia
2. Insatisfecho/inútil/poco importante
3. Ni satisfecho ni insatisfecho/neutro/ medianamente importante
4. Satisfecho/útil/importante
5. Muy satisfecho/muy útil/muy importante

3.8 ¿Cuál diría Ud. que es el nivel de satisfacción de su empresa en cada uno de los siguientes aspectos relacionados con la experiencia de promoción de exportaciones con financiamiento de Prochile? (PASAR TARJETA N° 4)

		Antes del 2000	2000-2001
3.8.1	El nivel de financiamiento obtenido para el/los proyecto(s)		
3.8.2	La proporción de los costos de los proyectos financiados por su empresa		
3.8.3	Difusión del programa de promoción de exportaciones		
3.8.4	Accesibilidad y al programa de promoción de exportaciones		
3.8.5	Claridad de los requisitos de postulación		
3.8.6	Pertinencia de los objetivos planteados por los proyectos realizados		
3.8.7	Simplicidad del proceso de postulación		
3.8.8	Atingencia-relevancia de los requisitos/bases de postulación para su sector productivo		
3.8.9	Apoyo-compromiso del <i>product manager</i> durante elaboración del proyecto		
3.8.10	Apoyo-compromiso de <i>product manager</i> durante ejecución del proyecto		
3.8.11	Acceso-apoyo de agregados comerciales durante ejecución de/los proyecto(s)		
3.8.12	Flexibilidad de Prochile para tramitar/evaluar/ejecutar su proyecto		
3.8.13	Prontitud de Prochile en la evaluación del proyecto de promoción		
3.8.14	Prontitud de Prochile para entregar su parte del financiamiento de/los proyecto(s) a la empresa		
3.8.15	La experiencia en general de la empresa con los proyectos de promoción de exportaciones con financiamiento de Prochile		

**3.9 Sólo quienes han realizado proyectos de promoción de exportaciones con financiamiento exclusivo de la empresa, es decir tiene respuestas no nulas en 3.6:**

**¿Cuál diría Ud. que es el nivel de satisfacción de su empresa en cada uno de los siguientes aspectos relacionados con la experiencia de promoción de exportaciones con recursos propios? (PASAR TARJETA N°4)**

	Antes del 2000	2000-2001
3.9.1 Nivel de financiamiento utilizado para realizar actividades de promoción de exportaciones		
3.9.2 Relación entre los objetivos planteados y los logros efectivamente alcanzados		
3.9.3 Si lo hubo, apoyo-compromiso de Prochile durante la elaboración del proyecto		
3.9.4 Si lo hubo, apoyo-compromiso de Prochile durante ejecución del proyecto		
3.9.5 Si lo hubo, acceso-apoyo de agregados comerciales durante ejecución del proyecto		
3.9.6 Satisfacción general de la empresa con los proyectos de promoción de exportaciones con financiamiento propio		

**3.10 ¿Cuán útil cree Ud. que fue para su empresa la realización de proyectos de promoción de exportaciones con financiamiento de Prochile en cada uno de los siguientes aspectos? (PASAR TARJETA N°5)**

	Antes del 2000	2000-2001
3.10.1 Haber contactado a potenciales clientes		
3.10.2 Haber concertado negocios de exportación		
3.10.3 Haber conocido a la competencia extranjera		
3.10.4 Haber contactado aliados estratégicos extranjeros relevantes para su actividad exportadora		
3.10.5 Haber contactado aliados estratégicos nacionales relevantes para su actividad exportadora		
3.10.6 Haber podido dar a conocer su empresa /productos en el exterior		
3.10.7 Haber posicionado la imagen de su empresa /productos en el exterior		
3.10.8 Haber posicionado la imagen de su empresa /productos en Chile		
3.10.9 Haber aprendido debilidades de su empresa/ productos /servicios		
3.10.10 Haber aprendido nuevas técnicas de comercialización /marketing		
3.10.11 Haber incorporado nuevas formas /herramientas de hacer negocios		
3.10.12 Otros aspectos (indique abajo, si los hubo)		
a)		
b)		
c)		

**3.11 Sólo quienes han realizado proyectos de promoción de exportaciones con financiamiento exclusivo de la empresa, es decir tiene respuestas no nulas en 3.6:**

**¿Cuán útil cree Ud. que fue para su empresa la realización de proyectos de promoción de exportaciones con recursos propios en cada uno de los siguientes aspectos? (PASAR TARJETA N°5)**

	Antes del 2000	2000-2001
3.11.1	Haber contactado a potenciales clientes	
3.11.2	Haber concertado negocios de exportación	
3.11.3	Haber conocido a la competencia extranjera	
3.11.4	Haber contactado aliados estratégicos extranjeros relevantes para su actividad exportadora	
3.11.5	Haber contactado aliados estratégicos nacionales relevantes para su actividad exportadora	
3.11.6	Haber podido dar a conocer su empresa /productos en el exterior	
3.11.7	Haber posicionado la imagen de su empresa /productos en el exterior	
3.11.8	Haber posicionado la imagen de su empresa /productos en Chile	
3.11.9	Haber aprendido debilidades de su empresa/ productos /servicios	
3.11.10	Haber aprendido nuevas técnicas de comercialización /marketing	
3.11.11	Haber incorporado nuevas formas /herramientas de hacer negocios	
3.11.12	Otros aspectos (indique abajo, si los hubo)	
a)		
b)		
c)		

**3.12 En general, ¿Cuál diría Ud. que es el nivel de importancia de las actividades de promoción de exportaciones realizadas en los siguientes aspectos: (PASAR TARJETA N°6)**

3.12.1	Mantener y/o mejorar su volumen de exportaciones	
3.12.2	Ampliar su oferta exportadora (incrementar la cantidad de productos / servicios exportados)	
3.12.3	Mejorar la calidad de su oferta exportadora	
3.12.4	Mejorar el número de mercados al que destina exportaciones	
3.12.5	Mejorar las utilidades de su empresa	
3.12.6	Mejorar el nivel tecnológico de su empresa	
3.12.7	Interrelacionar a su empresa con productores/competidores nacionales	
3.12.8	Interrelacionar a su empresa con productores/competidores extranjeros	

**3.13 ¿Cuál diría Ud. que ha sido el nivel de importancia de otras experiencias de promoción de exportaciones de empresas chilenas en su actividad empresarial, en los siguientes aspectos: (PASAR TARJETA N°6)**

3.13.1	Desarrollar sus primeras actividades de promoción de exportaciones	
3.13.2	Modificar o reformular sus actividades de promoción de exportaciones	

3.14 ¿Cuál diría Ud. que ha sido el nivel de importancia de sus actividades de promoción de exportaciones, para otras empresas chilenas, en los siguientes aspectos: (PASAR TARJETA N°6)

3.14.1	Replicar el tipo de actividades que ha realizado su empresa	
3.14.2	Replicar el tipo de productos que exporta su empresa	
3.14.3	Replicar la destinación de sus exportaciones	

3.15	¿Cuál diría Ud. que ha sido el nivel de importancia de sus actividades de promoción de exportaciones para mejorar la imagen de nuestro país en el exterior? (PASAR TARJETA N°6)	
3.16	¿Cuál diría Ud. que ha sido el nivel de importancia de la imagen de nuestro país en el exterior, para el desarrollo de sus exportaciones? (PASAR TARJETA N°6)	

4 En relación con participación de su empresa en iniciativas de fomento productivo/ exportador

Indique si utilizó entre 1996 y 2001 los siguientes instrumentos de fomento productivo/exportador. Para aquellos que ha utilizado, señale cuán relevantes o irrelevantes cree Ud. que han sido éstos en el desarrollo de la actividad exportadora de su empresa. (PASAR TARJETA N°7)		Utilizó	
		1. Si	2. No
4.1	FAT		
4.2	Profo		
4.3	Programa de desarrollo de proveedores (CORFO)		
4.4	Programa de apoyo a gestión de empresas (PAG)		
4.5	FONTEC (Fondo Nacional de Desarrollo Tecnológico y Productivo)		
4.6	FDI ( Fondo de desarrollo e Innovación)		
4.7	FONCAP (Fondo de capacitación)		
4.8	SINCE (Capacitación de trabajadores)		
4.9	Reintegro Simplificado (ley 18.480)		
4.10	Reintegro general (18708)		
4.11	Devolución de IVA		
4.12	Devolución anticipada del IVA		
4.13	Arancel diferido Bienes de Capital (Ley 18.634)		
4.14	Caución solidaria CORFO		
4.15	FOGAPE Fondo de garantía a pequeños empresarios (o FOGAEX a exportaciones no tradicionales antes de 2001)		
4.16	Otros (especifique, de haberlos):		

5 A continuación le solicitamos algunos datos descriptivos de la empresa:

**5.1 Principales productos o servicios que produjo/vendió la empresa entre Enero y Diciembre de 2001**

5.1.1 \_\_\_\_\_

5.1.2 \_\_\_\_\_

5.1.3 \_\_\_\_\_

**5.2 Principales productos o servicios que exportó la empresa entre Enero y Diciembre de 2001**

5.2.1 \_\_\_\_\_

5.2.2 \_\_\_\_\_

5.2.3 \_\_\_\_\_

	Año 1996	Año 2001
5.3 ¿Cuál era el valor de las ventas totales anuales para cada año? (en USD dólares)		
5.4 ¿Cuál era el valor de las exportaciones totales anuales para cada año? (en USD dólares)		
5.5 ¿Ha contratado/comprado licencias para uso de marcas comerciales? 1=Si; 2=No Sólo quienes responden 'Si' en 5.5		
5.6 ¿En cuánto estima el gasto en royalties de su empresa por el uso de marcas comerciales? (en USD dólares)		
5.7 ¿Ha contratado/comprado licencias técnicas (excluya uso de marcas comerciales)? 1=Si; 2=No Sólo quienes responden 'Si' en 5.7		
5.8 ¿En cuánto estima el gasto en licencias técnicas /royalties de su empresa? (en USD dólares)		
5.9 Solo quienes responden 'Si' en 5.7 De qué tipo de licencia se trataba → 1. Patente de Invención 2. Franquicia 3. Dibujo/diseño industrial 4. Secreto Industrial 5. Otro.....		
5.10 Sólo quienes responden 'Si' en 5.7 ¿Qué porcentaje de estas licencias son de origen extranjero?		
5.11 Número de personas (promedio mensual) que trabajaba en la empresa		
5.11.1 Número de personas (promedio mensual) No calificadas (obreros)		
5.11.2 Número de personas (promedio mensual) Técnicos (no universitarios)		
5.11.3 Número de personas (promedio mensual) Universitarios		
5.12 ¿Cuánto era el gasto de su empresa (promedio mensual) en remuneraciones, sueldos y salarios de los trabajadores? (en Pesos)		

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

**Tarjeta N° 1**

- 1. Muy Alto**
- 2. Alto**
- 3. Medio**
- 4. Bajo**
- 5. Muy Bajo**
- 6. Nulo**

**Tarjeta N° 2**

- 1. Muy Buen Posicionamiento**
- 2. Buen Posicionamiento**
- 3. Regular Posicionamiento**
- 4. Mal Posicionamiento**
- 5. Muy Mal Posicionamiento**

**Tarjeta N° 3**

- 1. Muy Buen Precio**
- 2. Buen Precio**
- 3. Regular Precio**
- 4. Mal Precio**
- 5. Muy Mal Precio**

**Tarjeta N° 4**

- 1. Muy Satisfecho**
- 2. Satisfecho**
- 3. Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho**
- 4. Insatisfecho**
- 5. Muy Insatisfecho**

**Tarjeta N° 5**

- 1. Muy Útil**
- 2. Útil**
- 3. Ni Útil / Ni Inútil**
- 4. Poco Útil**
- 5. Nada Útil**

**Tarjeta N° 6**

- 1. Muy Importante**
- 2. Importante**
- 3. Poco Importante**
- 4. Nada Importante**

**Tarjeta N° 7**

- 1. Indispensable**
- 2. Muy Relevante**
- 3. Relevante**
- 4. Poco Relevante**
- 5. Irrelevante**

ENCUESTA SOBRE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES  
FORMULARIO N° 2

Folio	
-------	--

**1 Identificación de la Empresa**

1.1	Nombre empresa	
1.2	RUT	
1.3	Año de Iniciación de Actividades	
1.4	Nombre de persona encuestada	
1.5	Cargo Persona que contesta	
	1. Dueño	
	2. Gerente general	→ <input type="checkbox"/>
	3. Gerente Comercial	
	4. Gerente/subgerente exportaciones	
	5. Otro.....	

**2 A continuación una serie de preguntas que se refieren a la experiencia de la empresa en relación con sus productos y procesos comparando los años 1996 y 2001.**

2.1 ¿Qué nivel de innovación en los productos/servicios que la empresa ofrece, diría Ud. que se introdujo en relación con...?: (PASAR TARJETA N°1)

	Año 1996	Año 2001
2.1.1	Presentación /empaque	
2.1.2	Calidad insumos	
2.1.3	Calidad producto final	
2.1.4	Servicio al cliente pre venta	
2.1.5	Servicio al cliente post venta	
2.1.6	Nuevos productos	

2.2 ¿Qué nivel de innovación en los procesos o procedimientos de la empresa diría Ud. que se introdujo en relación con...?: (PASAR TARJETA N°1)

	Año 1996	Año 2001
2.2.1	Proceso físico de producción	
2.2.2	Control de calidad del proceso de producción	
2.2.3	Maquinarias	
2.2.4	Normas de seguridad	
2.2.5	Normas ambientales	
2.2.6	Gestión /reorganización administrativa de la empresa	
2.2.7	Gestión de Comercialización	

2.3 ¿Cómo evaluaría Ud. el posicionamiento de su empresa en los mercados externos con respecto a...?: (PASAR TARJETA N°2)

Año 1996	Año 2001
----------	----------

2.3.1	Calidad de productos		
2.3.2	Servicio al cliente		
2.3.3	Cumplimiento de plazos		
2.3.4	Diferenciación de sus productos		
2.3.5	Prestigio de la empresa		
2.3.6	Disponibilidad / acceso hacia sus clientes		
2.3.7	Tamaño relativo de su empresa		

2.4	¿Cómo considera Ud. que era el precio relativo de sus productos o servicios exportados respecto de la competencia? (PASAR TARJETA N°3)		
-----	--	--	--

**3 A continuación una serie de preguntas relacionados con la actividad de la empresa en promoción de exportaciones.**

Para responder las preguntas 3.1 , a 3.6, por favor utilice el siguiente recuadro, anotando los códigos asociados a su respuesta.

<u>Pregunta N.</u>	3.1				3.2			
1985-89								
1990								
1991								
1992								
1993								
1994								
1995								
1996								
1997								
1998								
1999								
2000								
2001								

**3.1** Para cada año solicitado, indique aquellos tipos de colectividades empresariales en las cuales ha participado la empresa, entre las siguientes:

7. Comité exportador Prochile
8. Profo
9. Asociación(es) Gremial(es)
10. Vinculación jurídica/propietaria/accionaria con otras empresas (sociedad con otras empresas/personas relacionadas a sus exportaciones)
11. Otra forma de agrupación de empresas
12. Ninguna
100. No sabe/No recuerda

3.2	Indique el número de Proyectos de Promoción de exportaciones financiados exclusivamente por su empresa (presentación en ferias, catálogos, etc.)	
3.3	¿Ha tenido algún contacto con Prochile entre 1996 y 2001? (1 = Si; 2 = No)	→
3.4	Sólo quienes respondan 'Si' en 3.2 ¿Quién propició el primer contacto con Prochile? (1 = Empresa; 2 = Prochile; 3 = Otra entidad/persona)	→
3.5	Ha oído hablar del Fondo de Promoción de Exportaciones de Prochile (1 = Si, 2 = No)	→
3.6	Sólo quienes han estado en contacto con Prochile, es decir 'Si' en 3.2:	
3.6.1	¿Ha intentado obtener financiamiento de Prochile en años anteriores? (1=Si; 2=No)	→
3.6.2	¿Ha intentado obtener financiamiento de Prochile durante este año? (1=Si; 2=No)	→
3.6.3	En caso afirmativo en 3.3.1 ¿En cuántas oportunidades ha recurrido a Prochile con el objeto de obtener financiamiento para promoción de sus exportaciones sin éxito?	→
3.7	En caso afirmativo en 3.2.3, ¿Cuál es la opinión de su empresa para cada uno de los siguientes aspectos relacionados con el Fondo de Promoción de exportaciones? (PASAR TARJETA N°4)	
3.7.1	Difusión del fondo de promoción de exportaciones	
3.7.2	Accesibilidad al fondo de promoción de exportaciones	
3.7.3	Simplicidad para postular al fondo	
3.7.4	Atingencia-relevancia de los requisitos/bases de postulación para su sector productivo	
3.8	En caso afirmativo en 3.3.1 o en 3.3.2, ¿Cuál es la opinión de su empresa para cada uno de los siguientes aspectos relacionados a su experiencia con el Fondo de Promoción de exportaciones? (PASAR TARJETA N°4)	
3.8.1	Claridad de los requisitos de postulación	
3.8.2	Apoyo-compromiso de personal de Prochile para elaborar algún proyecto	
3.8.3	Apoyo-compromiso de personal de Prochile durante ejecución del proyecto	
3.8.4	Flexibilidad de Prochile para tramitar/evaluar/ejecutar su proyecto	
3.8.5	Prontitud de Prochile en la evaluación del proyecto de promoción	

**4 A continuación una serie de preguntas de evaluación de la empresa sobre sus actividades de promoción de exportaciones.**

**Encuestador Utilice la siguiente escala para responder las preguntas 4.3 a 3.16 , según corresponda:**

1. Muy insatisfecho/perjudicial/sin importancia
2. Insatisfecho/inútil/poco importante
3. Ni satisfecho ni insatisfecho/neutro/ medianamente importante
4. Satisfecho/útil/importante
5. Muy satisfecho/muy útil/muy importante

4.1	¿Cuál diría Ud. que ha sido el nivel de importancia de otras experiencias de promoción de exportaciones de empresas chilenas en su actividad empresarial, en los siguientes aspectos?: Utilice la siguiente escala: 1 Muy importante, 2 Importante, 3 medianamente importante, 4 poco importante, 5 nada importante (PASAR TARJETA 5)	
4.1.1	Desarrollar sus primeras actividades de promoción de exportaciones	
4.1.2	Modificar o reformular sus actividades de promoción de exportaciones	

4.2	¿Cuál diría Ud. que ha sido el nivel de importancia de la imagen de nuestro país en el exterior, para el desarrollo de sus exportaciones? Utilice la siguiente escala: 1 Muy importante, 2 Importante, 3 medianamente importante, 4 poco importante, 5 nada importante (PASAR TARJETA 5)	
-----	---	--

- 4.3 Sólo quienes han realizado proyectos de promoción de exportaciones con **financiamiento exclusivo de la empresa**, es decir tiene respuestas no nulas en 3.6:

¿Cuál diría Ud. que es el nivel de satisfacción de su empresa en cada uno de los siguientes aspectos relacionados con la **experiencia de promoción de exportaciones con recursos propios?** ?

Utilice la siguiente escala: 1 muy insatisfecho, 2 insatisfecho, 3 ni satisfecho ni insatisfecho, 4 satisfecho, 5 muy satisfecho (PASAR TARJETA 6)

		Durante 1990-1995	Durante 1996-2001
4.3.1	Nivel de financiamiento alcanzado para realizar actividades de promoción de exportaciones		
4.3.2	Pertinencia de los objetivos planteados para las actividades realizadas		
4.3.3	Si lo hubo, apoyo-compromiso de Prochile durante la elaboración del proyecto		
4.3.4	Si lo hubo, apoyo-compromiso de Prochile durante ejecución del proyecto		
4.3.5	Si lo hubo, acceso-apoyo de agregados comerciales durante ejecución del proyecto		
4.3.6	La experiencia en general de la empresa con los proyectos de promoción de exportaciones con financiamiento propio		

- 4.4 Sólo quienes han realizado proyectos de promoción de exportaciones con **financiamiento exclusivo de la empresa**, es decir tiene respuestas no nulas en 3.6:

¿Cuán útil cree Ud. que fue para su empresa la realización de proyectos de promoción de exportaciones con **financiamiento propio** en cada uno de los siguientes aspectos?

Utilice la siguiente escala: 1 muy útil 2 útil 3 neutro, 4 inútil 5 muy útil. (PASAR TARJETA 7)

		Durante 1990-1995	Durante 1996-2001
4.4.1	Haber contactado a potenciales clientes		
4.4.2	Haber concertado negocios de exportación		
4.4.3	Haber conocido a la competencia extranjera		
4.4.4	Haber contactado aliados estratégicos extranjeros relevantes para su actividad exportadora		

4.4.5	Haber contactado aliados estratégicos nacionales relevantes para su actividad exportadora		
4.4.6	Haber podido dar a conocer su empresa /productos en el exterior		
4.4.7	Haber posicionado la imagen de su empresa /productos en el exterior		
4.4.8	Haber posicionado la imagen de su empresa /productos en Chile		
4.4.9	Haber aprendido debilidades de su empresa/ productos /servicios		
4.4.10	Haber aprendido nuevas técnicas de comercialización /marketing		
4.4.11	Haber incorporado nuevas formas /herramientas de hacer negocios		
4.4.12	Otros aspectos (indique abajo, si los hubo)		
a)			
b)			
c)			

4.5 Sólo quienes han realizado proyectos de promoción de exportaciones con **financiamiento exclusivo de la empresa**, es decir tiene respuestas no nulas en 3.6:

¿Cuál diría Ud. que es el nivel de importancia de las actividades de promoción de exportaciones realizadas en los siguientes aspectos?

Utilice la siguiente escala: 1 Muy importante, 2 importante, 3 medianamente importante, 4 poco importante, 5 sin importancia (**PASAR TARJETA 5**)

4.5.1	Mantener y/o mejorar su volumen de exportaciones		
4.5.2	Ampliar su oferta exportadora (incrementar la cantidad de productos / servicios exportados)		
4.5.3	Mejorar la calidad de su oferta exportadora		
4.5.4	Mejorar el número de mercados al que destina exportaciones		
4.5.5	Mejorar las utilidades de su empresa		
4.5.6	Mejorar el nivel tecnológico de su empresa		
4.5.7	Interrelacionar a su empresa con productores/competidores nacionales		
4.5.8	Interrelacionar a su empresa con productores/competidores extranjeros		

4.6 Sólo quienes han realizado proyectos de promoción de exportaciones con **financiamiento exclusivo de la empresa**, es decir tiene respuestas no nulas en 3.6:  
¿Cuál diría Ud. que ha sido el nivel de importancia de sus actividades de promoción de exportaciones para mejorar la imagen de nuestro país en el exterior?  
Utilice la siguiente escala: 1 Muy importante, 2 importante, 3 medianamente importante, 4 poco importante, 5 sin importancia (**PASAR TARJETA 5**)

4.7 Sólo quienes han realizado proyectos de promoción de exportaciones con **financiamiento exclusivo de la empresa**, es decir tiene respuestas no nulas en 3.6:

¿Cuál diría Ud. que ha sido el nivel de importancia de sus actividades de promoción de exportaciones para otras empresas chilenas, en los siguientes aspectos?:

Utilice la siguiente escala: 1 sin importancia, 2 poco importante, 3 medianamente importante, 4 importante, 5 muy importante

4.7.1	Replicar el tipo de actividades que ha realizado su empresa		
4.7.2	Replicar el tipo de productos que exporta su empresa		
4.7.3	Replicar la destinación de sus exportaciones		

**5 Participación en fomento productivo/ exportador (PASAR TARJETA N°8)**

Indique si utilizó entre 1996 y 2001 los siguientes instrumentos de fomento productivo/exportador. Para aquellos que ha utilizado, señale cuán relevantes o irrelevantes cree Ud. que han sido éstos en el desarrollo de la actividad exportadora de su empresa.

		Utilizó	Escala evaluación
		3. Si 4. No	1. Indispensable 2. Muy relevante 3. Relevante 4. Poco Relevante 5. Irrelevante
5.1	FAT		
5.2	Profo		
5.3	Programa de desarrollo de proveedores (CORFO)		
5.4	Programa de apoyo a gestión de empresas (PAG)		
5.5	FONTEC (Fondo Nacional de Desarrollo Tecnológico y Productivo)		
5.6	FDI ( Fondo de desarrollo e Innovación)		
5.7	FONCAP (Fondo de capacitación)		
5.8	SINCE (Capacitación de trabajadores)		
5.9	Reintegro Simplificado (ley 18.480)		
5.10	Reintegro general (18708)		
5.11	Devolución de IVA		
5.12	Devolución anticipada del IVA		
5.13	Arancel diferido Bienes de Capital (Ley 18.634)		
5.14	Caución solidaria CORFO		
5.15	FOGAPE Fondo de garantía a pequeños empresarios (o FOGAEX Fondo de garantía a exportaciones no tradicionales antes de 2001)		
5.16	Otros (especifique, de haberlos)		

**6 A continuación le solicitamos algunos datos descriptivos de la empresa:****6.1 Principales productos o servicios que produjo/vendió la empresa entre Enero y Diciembre de 2001**

- 6.1.1 \_\_\_\_\_  
 6.1.2 \_\_\_\_\_  
 6.1.3 \_\_\_\_\_

**6.2 Principales productos o servicios que exportó la empresa entre Enero y Diciembre de 2001**

- 6.2.1 \_\_\_\_\_  
 6.2.2 \_\_\_\_\_  
 6.2.3 \_\_\_\_\_

Año 1996

Año 2001

6.3	¿Cuál era el valor de las ventas totales anuales para cada año? (en US dólares)		
6.4	¿Cuál era el valor de las exportaciones totales anuales para cada año? (en US dólares)		
6.5	¿Ha contratado/comprado licencias para uso de marcas comerciales? 1=Si; 2=No		
6.6	Sólo quienes responden 'Si' en 6.5 ¿En cuánto estima el gasto en royalties de su empresa por el uso de marcas comerciales? (en US dólares)		
6.7	¿Ha contratado/comprado licencias técnicas (excluya uso de marcas comerciales)? 1=Si; 2=No		
6.8	Sólo quienes responden 'Si' en 6.7: ¿En cuánto estima el gasto en licencias técnicas /royalties de su empresa? (en US dólares)		
6.9	Solo quienes responden 'Si' en 6.7 De qué tipo de licencia se trataba → 6. Patente de Invención 7. Franquicia 8. Dibujo/diseño industrial 9. Secreto Industrial 10. Otro.....		
		<b>Año 1996</b>	<b>Año 2001</b>
6.10	Sólo quienes responden 'Si' en 6.7 ¿Qué porcentaje de estas licencias son de origen extranjero?		
6.11	Número de personas (promedio mensual) que trabajaba en la empresa		
6.11.1	Número de personas (promedio mensual) No calificadas (obreros)		
6.11.2	Número de personas (promedio mensual) Técnicos (no universitarios)		
6.11.3	Número de personas (promedio mensual) Universitarios		
6.12	¿Cuánto era el gasto de su empresa (promedio mensual) en remuneraciones, sueldos y salarios de los trabajadores? (en pesos de cada año)		

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

*TARJETA N°1*

- MUY ALTO
- ALTO
- MEDIO
- BAJO
- MUY BAJO

*TARJETA N° 2*

- MUY BUEN POSICIONAMIENTO
- BUEN POSICIONAMIENTO
- REGULAR POSICIONAMIENTO
- MAL POSICIONAMIENTO
- MUY MAL POSICIONAMIENTO

*TARJETA N° 3*

- MUY BUEN PRECIO
- BUEN PRECIO
- REGULAR PRECIO
- MAL PRECIO
- MUY MAL PRECIO

*TARJETA N° 4*

- MUY BUENA
- BUENA
- REGULAR
- MALA
- MUY MALA

*TARJETA N° 5*

- MUY IMPORTANTE
- IMPORTANTE
- MEDIANAMENTE IMPORTANTE
- POCO IMPORTANTE
- NADA IMPORTANTE

*TARJETA N° 6*

- MUY SATISFECHO
- SATISFECHO
- NI SATISFECHO / NI INSATISFECHO  
RELEVANTE
- INSATISFECHO
- MUY INSATISFECHO

*TARJETA N° 7*

- MUY UTIL
- UTIL
- NEUTRO
- INUTIL
- PERJUDICIAL

*TARJETA N° 8*

- INDISPENSABLE
- MUY RELEVANTE
- RELEVANTE
- POCO RELEVANTE
- IRRELEVANTE

**Cuadro Anexo N° 7 RESULTADOS ENCUESTA BENEFICIARIOS  
ENCUESTA SOBRE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES  
EMPRESAS BENEFICIARIAS FPE**

No. de Casos Efectivos	166
No. de Casos Ponderados	200

**1 Identificación de la Empresa**

1.1 Nombre empresa

1.2 RUT

1.3 Antigüedad de la firma	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
	193	4	178	25.85	23,258

1.4 Nombre de persona encuestada

1.5 Cargo Persona que contesta	N	%
Dueño	35	17,6
Gerente general	36	18,1
Gerente Comercial	24	12,2
Gerente/subgerente exportaciones	37	18,4
Otro (Gerente o Jefe De Ventas)	5	2,7
Otro (Jefe de Comercio Exterior)	13	6,5
Otro (Encargada(o) Exportaciones)	6	2,9
Otro (Analista Control de Gestión)	1	0,6
Otro (Gerente de Operaciones)	5	2,6
Otro (Gerente Producto)	3	1,6
Jefe de Marketing	1	0,7
Contador	1	0,6
Jefe Administrativo	1	0,5
Administrativo Operaciones	1	0,5
Asistente de Gerencia Comercial	3	1,6
Jefe Bodega Despacho	1	0,5
Socio	2	1
Marketing Internacional	1	0,4
Sub Gerente Abastecimiento	1	0,5
Gerente Marketing	1	0,5
Gerente de Administración y Finanzas	1	0,5
Jefe División Abastecimiento	1	0,5
Sub Gerente de Administración y Finanzas	2	1,2
Gerente de Desarrollo	2	1,2
Proyectos Industriales	2	1
Gerente División Internacional	2	1,1
Gerente Proyecto	1	0,5
Director	3	1,7
Sin dato	5	2,3

**2 A continuación una serie de preguntas que se refieren a la experiencia de la empresa en relación con sus productos y procesos en los años 1996 y 2001.**

2.1 ¿Qué nivel de innovación en los productos/servicios que la empresa ofrece, diría Ud. que se introdujo en relación con...? :

% Año 1996	% Año 2001
------------	------------

2.1.1	Presentación /empaque	Muy Alto	9,7	18,5
		Alto	19,4	42,2
		Medio	37	20,8
		Bajo	12,7	5,4
		Muy Bajo	4,6	2,1
		Nulo	5,2	3,7
		NR/NA	11,4	7,3
2.1.2	Calidad insumos	Muy Alto	17	31,1
		Alto	41,1	48,3
		Medio	22,8	7,6
		Bajo	2,6	2,3
		Muy Bajo	2,8	1,6
		Nulo	3	2,4
		NR/NA	10,8	6,7
2.1.3	Calidad producto final	Muy Alto	18,5	37,5
		Alto	43	48,4
		Medio	21,4	7,1
		Bajo	4,9	0,5
		Muy Bajo	0,5	
		Nulo	2,4	1,9
		NR/NA	9,3	4,6
2.1.4	Servicio al cliente pre venta	Muy Alto	14	26,4
		Alto	33,1	50,7
		Medio	35,4	17,6
		Bajo	7,8	3,2
		Muy Bajo	1,4	
		Nulo	3,1	1,6
		NR/NA	5,2	0,5
2.1.5	Servicio al cliente post venta	Muy Alto	18,1	29,3
		Alto	38,7	46,3
		Medio	26,5	18,4
		Bajo	6,8	3,3
		Muy Bajo	1,5	1,1
		Nulo	3,1	0,5
		NR/NA	5,2	1,1
2.1.6	Nuevos productos	Muy Alto	11	30,8
		Alto	25,7	40,9
		Medio	37,7	16,2
		Bajo	9,4	2,9
		Muy Bajo	2,9	0,9
		Nulo	3,3	2,2
		NR/NA	10,1	6,1

2.2 ¿Qué nivel de innovación en los procesos o procedimientos de la empresa diría Ud. que se introdujo en relación con...?: (PASAR TARJETA N°1)

		Año 1996	Año 2001	
2.2.1	Proceso físico de producción	Muy Alto	5,8	21,2
		Alto	25,8	47,4
		Medio	41	17,5
		Bajo	13,6	4,7
		Muy Bajo	0,6	1,3
		Nulo	1,1	0,6
		NR/NA	12,1	7,4

2.2.2	Control de calidad del proceso de producción	Muy Alto	12,9	30,4
		Alto	32,9	46,1
		Medio	28,4	14,9
		Bajo	11,3	2,1
		Muy Bajo	3,2	0,5
		Nulo	1,6	1,1
		NR/NA	9,7	5
2.2.3	Maquinarias	Muy Alto	8,2	25,4
		Alto	25,4	38,3
		Medio	40,5	21,9
		Bajo	9,2	4,1
		Muy Bajo	2,9	1,1
		Nulo	2,3	1,7
		NR/NA	11,5	7,4
2.2.4	Normas de seguridad	Muy Alto	11,1	22,6
		Alto	36	50,1
		Medio	28,1	13,8
		Bajo	10,4	4,9
		Muy Bajo	2,3	1,2
		Nulo	1,7	1,2
		NR/NA	10,4	6,2
2.2.5	Normas ambientales	Muy Alto	15,1	29,1
		Alto	28,3	41,9
		Medio	26	9,7
		Bajo	8	3,3
		Muy Bajo	2,7	0,5
		Nulo	2,4	1,9
		NR/NA	17,5	13,7
2.2.6	Gestión /reorganización administrativa de la empresa	Muy Alto	5,5	22,9
		Alto	27,7	51,1
		Medio	38,8	18,2
		Bajo	15,4	4,9
		Muy Bajo	3,9	0,5
		Nulo	2,7	0,5
		NR/NA	6	1,9
2.2.7	Gestión de Comercialización	Muy Alto	8,1	20,9
		Alto	38,1	54
		Medio	34,9	19,6
		Bajo	11,9	3,9
		Muy Bajo	0,6	0,7
		Nulo	1,7	0,5
		NR/NA	4,7	0,4
2.2.8	Informatización del proceso productivo	Muy Alto	6,7	25,7
		Alto	19,5	33
		Medio	40,7	27,2
		Bajo	15,5	7,6
		Muy Bajo	3,4	
		Nulo	3,9	1,2
		NR/NA	10,4	5,3

2.3 ¿Cómo evaluaría Ud. el posicionamiento de su empresa en los mercados externos con respecto a...?:  
(PASAR TARJETA N°2)

		Año 1996	Año 2001	
2.3.1	Calidad de productos	Muy Buen Posicionamiento	21,6	36,6
		Buen Posicionamiento	39,5	43,5
		Regular Posicionamiento	18,6	12,6
		Mal Posicionamiento	7	2,7
		Muy Mal Posicionamiento	3,2	1,1
	NR/NA	10,1	3,5	
2.3.2	Servicio al cliente	Muy Buen Posicionamiento	17	27,5
		Buen Posicionamiento	37,1	53,1
		Regular Posicionamiento	25,2	12
		Mal Posicionamiento	8,2	2,5
		Muy Mal Posicionamiento	1,6	0,5
	NR/NA	10,9	4,3	
2.3.3	Cumplimiento de plazos	Muy Buen Posicionamiento	21,8	30,6
		Buen Posicionamiento	37,3	50,4
		Regular Posicionamiento	25,9	12,3
		Mal Posicionamiento	3,8	1,9
		Muy Mal Posicionamiento	0,5	0,6
	NR/NA	10,7	4,2	
2.3.4	Diferenciación de sus productos	Muy Buen Posicionamiento	15,1	26
		Buen Posicionamiento	42,4	52,8
		Regular Posicionamiento	26,9	15,2
		Mal Posicionamiento	2,2	1,2
		Muy Mal Posicionamiento	2,1	0,5
	NR/NA	11,2	4,2	
2.3.5	Prestigio de la empresa	Muy Buen Posicionamiento	30,3	40,7
		Buen Posicionamiento	37,8	46,1
		Regular Posicionamiento	14,7	7
		Mal Posicionamiento	4,4	1,6
		Muy Mal Posicionamiento	2,6	1,1
	NR/NA	10,1	3,5	
2.3.6	Disponibilidad / acceso hacia sus clientes	Muy Buen Posicionamiento	17,1	27,3
		Buen Posicionamiento	41,8	54,4
		Regular Posicionamiento	20	12
		Mal Posicionamiento	10	3,1
		Muy Mal Posicionamiento	1	
	NR/NA	10,1	3,1	
2.3.7	Tamaño relativo de su empresa	Muy Buen Posicionamiento	5,7	14,9
		Buen Posicionamiento	35,8	45,5
		Regular Posicionamiento	35,9	28,7
		Mal Posicionamiento	6,6	3,2
		Muy Mal Posicionamiento	2,3	1,1
	NR/NA	13,7	6,7	

2.4	¿Cómo considera Ud. que era el precio relativo de sus productos o servicios exportados respecto de la competencia? (PASAR TARJETA N°3)	Muy Buco Precio	18	21,7
		Buco Precio	43,4	50,5
		Regular Precio	22,3	16,9
		Mal Precio	4,7	5,7
		Muy Mal Precio	0,5	0,6
		NR/NA	11,1	4,6

**3** A continuación una serie de preguntas relacionados con la actividad de la empresa en promoción de exportaciones.

	3.1 Para cada año solicitado, indique aquellos tipos de colectividades empresariales en las cuales ha participado la empresa, entre las siguientes:					3.4 Número de proyectos de promoción de exportaciones financiados o cofinanciados por el Fondo de Promoción Exportaciones de Prochile en que ha participado la empresa (Promedio)	3.5 Número de proyectos de promoción de exportaciones financiados o cofinanciados por Fondo Promoción Exportaciones Agropecuarias (Promedio)	3.6 Número de Proyectos de Promoción de exportaciones financiados exclusivamente por su empresa (Promedio)
	Comité exportador Prochile (%)	Profo (%)	Asociación Gremial (%)	Vinculación jurídica/propietaria/accionaria con otras empresas (%)	Otra forma de agrupación de empresas (%)			
1985-89	5,1	2,2	21,2	5,8	5,1	2,13	4,22	6,04
1990	5,1	1,5	23,4	6,6	5,8	1,75	4,45	5,24
1991	5,8	1,5	22,6	6,6	5,8	1,93	4,17	4,78
1992	6,6	1,5	22,6	6,6	6,6	1,58	3,88	4,84
1993	6,6	2,2	23,4	7,3	6,6	1,77	4,45	4,7
1994	7,3	1,5	24,8	8,0	7,3	1,89	4,76	4,6
1995	7,3	2,2	27,7	8,0	9,5	1,78	4,54	4,25
1996	7,3	3,6	31,4	8,8	9,5	1,77	4,54	3,84
1997	9,5	3,6	34,3	10,9	9,5	1,87	4,15	3,49
1998	10,2	2,9	36,5	13,1	9,5	1,77	3,63	3,48
1999	10,2	4,4	40,1	13,9	9,5	1,81	3,75	3,53
2000	10,9	6,6	41,6	14,6	10,9	1,7	3,66	3,64
2001	11,7	5,8	41,6	14,6	9,5	1,91	3,12	3,64

3.2	¿Ha tenido algún contacto con Prochile entre 1996 y 2001? (%)	Sí	92,6
		No	6
3.3	Sólo quienes responden 'Sí' en 3.2. ¿Quién propició el primer contacto con Prochile? (%)	NR	1,4
		Empresa	49,5
		Prochile	29,7
		Otra entidad o persona	20,3
3.7	¿Cuántos años de contacto, intentos y/o postulaciones le tomó a su empresa obtener el primer financiamiento de Prochile para promoción de sus exportaciones? (Promedio)	NR	0,6
3.7	¿Cuántos años de contacto, intentos y/o postulaciones le tomó a su empresa obtener el primer financiamiento de Prochile para promoción de sus exportaciones? (Promedio)		1,41

A continuación una serie de preguntas de evaluación de la empresa sobre sus actividades de promoción de exportaciones.

3.8 ¿Cuál diría Ud. que es el nivel de satisfacción de su empresa en cada uno de los siguientes aspectos relacionados con la experiencia de promoción de exportaciones con financiamiento de Prochile?

		Antes del 2000	2000-2001	
3.8.1	El nivel de financiamiento obtenido para el/los proyecto(s)	Muy Satisfecho	9,7	5,3
		Satisfecho	33,5	29,9
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	16	16,7
		Insatisfecho	4	7,7
		Muy Insatisfecho	2,3	5,7
		NR	34,6	
3.8.2	La proporción de los costos de los proyectos financiados por su empresa	Muy Satisfecho	8,7	4,9
		Satisfecho	33	31,2
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	13,2	15,9
		Insatisfecho	9	9,8
		Muy Insatisfecho	1,7	4,2
		NR	34,4	
3.8.3	Difusión del programa de promoción de exportaciones	Muy Satisfecho	7,2	6,2
		Satisfecho	26	23,7
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	18,1	15,6
		Insatisfecho	11,9	14,2
		Muy Insatisfecho	3,3	7
		NR	33,3	
3.8.4	Accesibilidad y al programa de promoción de exportaciones	Muy Satisfecho	8,3	7,7
		Satisfecho	33	24,6
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	15,7	15,4
		Insatisfecho	6,3	10,4
		Muy Insatisfecho	3,9	8,3
		NR	32,9	
3.8.5	Claridad de los requisitos de postulación	Muy Satisfecho	8,2	5,4
		Satisfecho	35,8	25,7
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	13,3	14,9
		Insatisfecho	6,1	12,7
		Muy Insatisfecho	3,7	7,7
		NR	32,9	

3.8.6	Pertinencia de los objetivos planteados por los proyectos realizados	Muy Satisfecho	2,6	3,9
		Satisfecho	39,5	35,5
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	14,8	11,5
		Insatisfecho	6,9	9,1
		Muy Insatisfecho	1,6	4,8
		NR	34,5	35,2
3.8.7	Simplicidad del proceso de postulación	Muy Satisfecho	9,3	4,4
		Satisfecho	32,9	18,1
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	12,3	15,6
		Insatisfecho	7,3	14,3
		Muy Insatisfecho	4,7	13,6
		NR	33,4	34,1
3.8.8	Atingencia-relevancia de los requisitos/bases de postulación para su sector productivo	Muy Satisfecho	3,2	2,2
		Satisfecho	36,5	25,6
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	17,6	22,3
		Insatisfecho	7,1	8,2
		Muy Insatisfecho	2,2	7,7
		NR	33,4	34,1
3.8.9	Apoyo-compromiso del <i>product manager</i> durante elaboración del proyecto	Muy Satisfecho	14,7	12,5
		Satisfecho	28,4	21,2
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	14	11,5
		Insatisfecho	5,4	6,5
		Muy Insatisfecho	2,7	10,3
		NR	34,7	38
3.8.10	Apoyo-compromiso de <i>product manager</i> durante ejecución del proyecto	Muy Satisfecho	15,9	13,8
		Satisfecho	25,5	18,9
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	15,6	13,3
		Insatisfecho	5,5	7,5
		Muy Insatisfecho	2,7	8,6
		NR	34,7	38
3.8.11	Acceso-apoyo de agregados comerciales durante ejecución de/los proyecto(s)	Muy Satisfecho	8,9	9,2
		Satisfecho	28,4	23,4
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	15,3	13
		Insatisfecho	8,8	7,5
		Muy Insatisfecho	3,3	8,4
		NR	35,4	38,6
3.8.12	Flexibilidad de Prochile para tramitar/evaluar/ejecutar su proyecto	Muy Satisfecho	7,2	5,7
		Satisfecho	32,3	27,2
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	15,9	12,2
		Insatisfecho	8,2	12,9
		Muy Insatisfecho	2,2	6,1
		NR	34,2	35,9
3.8.13	Prontitud de Prochile en la evaluación del proyecto de promoción	Muy Satisfecho	4	2,8
		Satisfecho	36,7	29
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	11,5	13,6
		Insatisfecho	11,4	12,5
		Muy Insatisfecho	2,2	5,5
		NR	34,2	36,5
3.8.14	Prontitud de Prochile para entregar su parte del financiamiento de/los proyecto(s) a la empresa	Muy Satisfecho	8,8	6,5
		Satisfecho	30,4	24,8
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	11,1	12,9
		Insatisfecho	11,7	11,6
		Muy Insatisfecho	2,2	7
		NR	35,7	37,3
3.8.15	La experiencia en general de la empresa con los proyectos de promoción de exportaciones con financiamiento de Prochile	Muy Satisfecho	8,9	7,3
		Satisfecho	36,6	34
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	8,8	10
		Insatisfecho	6,8	7,3
		Muy Insatisfecho	2,7	4,8
		NR	36,2	36,5

**3.9 Sólo quienes han realizado proyectos de promoción de exportaciones con financiamiento exclusivo de la empresa, es decir tiene respuestas no nulas en 3.6:**

¿Cuál diría Ud. que es el nivel de satisfacción de su empresa en cada uno de los siguientes aspectos relacionados con la experiencia de promoción de exportaciones con recursos propios?

		Antes del 2000	2000-2001	
3.9.1	Nivel de financiamiento utilizado para realizar actividades de promoción de exportaciones	Muy Satisfecho	12,4	10,5
		Satisfecho	51,4	50
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	11,1	12,4
		Insatisfecho	8,6	8,4
		Muy Insatisfecho	0,6	1,6
		NR	15,9	17,2
3.9.2	Relación entre los objetivos planteados y los logros efectivamente alcanzados	Muy Satisfecho	11,8	11,9
		Satisfecho	47,1	45,8
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	15,5	13,3
		Insatisfecho	10,3	10,7
		Muy Insatisfecho	1,1	1,2
		NR	14,2	17,2
3.9.3	Si lo hubo, apoyo-compromiso de Prochile durante la elaboración del proyecto	Muy Satisfecho	4,4	3,3
		Satisfecho	15,3	13,8
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	6,5	5,7
		Insatisfecho	5,5	5,4
		Muy Insatisfecho	2,8	3,3
		NR	65,5	68,4
3.9.4	Si lo hubo, apoyo-compromiso de Prochile durante ejecución del proyecto	Muy Satisfecho	5,7	2,7
		Satisfecho	13,9	14,1
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	7,3	6,1
		Insatisfecho	3,6	7,1
		Muy Insatisfecho	2,8	3,3
		NR	66,6	66,8
3.9.5	Si lo hubo, acceso-apoyo de agregados comerciales durante ejecución del proyecto	Muy Satisfecho	5,2	5,7
		Satisfecho	17,1	19,5
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	11,8	11
		Insatisfecho	5,7	5,1
		Muy Insatisfecho	4,7	2,5
		NR	55,4	56,1
3.9.6	Satisfacción general de la empresa con los proyectos de promoción de exportaciones con financiamiento propio	Muy Satisfecho	10,9	7,6
		Satisfecho	49,7	51,2
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	15,6	14,8
		Insatisfecho	7,2	7,3
		Muy Insatisfecho	1,6	0,5
		NR	15	18,5

**3.10 ¿Cuán útil cree Ud. que fue para su empresa la realización de proyectos de promoción de exportaciones con financiamiento de Prochile en cada uno de los siguientes aspectos? (PASAR TARJETA N°5)**

		Antes del 2000	2000-2001	
3.10.1	Haber contactado a potenciales clientes	Muy útil	16,6	16
		Útil	31,4	26
		Ni útil/Ni inútil	7,3	9,4
		Poco útil	6,4	6,9
		Nada útil	5	4,3
		NR	33,4	37,4
3.10.2	Haber concertado negocios de exportación	Muy útil	12,7	13,3
		Útil	31,6	27,2
		Ni útil/Ni inútil	9,1	11
		Poco útil	3,9	4,7

		Nada útil	8,8	6
		NR	33,9	37,9
3.10.3	Haber conocido a la competencia extranjera	Muy útil	18,6	16,8
		Útil	22,5	17,9
		Ni útil/Ni inútil	12,4	12,5
		Poco útil	7,3	8,9
		Nada útil	5,2	6,1
		NR	33,9	37,9
3.10.4	Haber contactado aliados estratégicos extranjeros relevantes para su actividad exportadora	Muy útil	11,9	11,4
		Útil	17,2	17,2
		Ni útil/Ni inútil	15,1	12,7
		Poco útil	10,5	12,9
		Nada útil	10,9	7,4
		NR	34,4	38,4
3.10.5	Haber contactado aliados estratégicos nacionales relevantes para su actividad exportadora	Muy útil	6,3	5,7
		Útil	13,6	14,3
		Ni útil/Ni inútil	16,8	16,4
		Poco útil	14	13,8
		Nada útil	13,6	10,7
		NR	35,7	39,1
3.10.6	Haber podido dar a conocer su empresa /productos en el exterior	Muy útil	13,7	15,9
		Útil	34,8	28,1
		Ni útil/Ni inútil	6,1	7,7
		Poco útil	7,7	7,3
		Nada útil	3,3	3,1
		NR	34,4	37,9
3.10.7	Haber posicionado la imagen de su empresa /productos en el exterior	Muy útil	11,4	14,9
		Útil	27,6	22,9
		Ni útil/Ni inútil	12,5	10,9
		Poco útil	7,4	7,9
		Nada útil	6,7	5,5
		NR	34,4	37,9
3.10.8	Haber posicionado la imagen de su empresa /productos en Chile	Muy útil	6,1	6,8
		Útil	14,4	15,6
		Ni útil/Ni inútil	17,8	14,5
		Poco útil	10,4	9
		Nada útil	15,1	14,9
		NR	36,2	39,2
3.10.9	Haber aprendido debilidades de su empresa/ productos /servicios	Muy útil	13,6	14,6
		Útil	32,1	23,8
		Ni útil/Ni inútil	6,9	7,3
		Poco útil	6,4	8,2
		Nada útil	6,5	8,2
		NR	34,4	37,9
3.10.10	Haber aprendido nuevas técnicas de comercialización /marketing	Muy útil	10,3	11,7
		Útil	24,1	16,9
		Ni útil/Ni inútil	15,5	14,5
		Poco útil	8,3	10,9
		Nada útil	7,3	8,2
		NR	34,4	37,9
3.10.11	Haber incorporado nuevas formas /herramientas de hacer negocios	Muy útil	8,1	9,9
		Útil	22,5	16,2
		Ni útil/Ni inútil	17,6	15,7
		Poco útil	9,4	11,9
		Nada útil	7,5	8
		NR	35	38,5
3.10.12	Otros aspectos (indique abajo, si los hubo)	Muy útil	0,4	0,4
		NR	99,6	99,6

**3.11 Sólo quienes han realizado proyectos de promoción de exportaciones con financiamiento exclusivo de la empresa, es decir tiene respuestas no nulas en 3.6:**

**¿Cuán útil cree Ud. que fue para su empresa la realización de proyectos de promoción de exportaciones con recursos propios en cada uno de los siguientes aspectos?**

		Antes del 2000	2000-2001	
3.11.1	Haber contactado a potenciales clientes	Muy útil	31,2	35,1
		Útil	42	37
		Ni útil/Ni inútil	5,6	6,6
		Poco útil	3,7	3,2
		Nada útil	0,6	0,5
		NR	16,9	17,6
3.11.2	Haber concertado negocios de exportación	Muy útil	30,3	31,5
		Útil	39,4	35
		Ni útil/Ni inútil	4,4	9,1
		Poco útil	5,1	3,9
		Nada útil	3,3	1,7
		NR	17,5	18,8
3.11.3	Haber conocido a la competencia extranjera	Muy útil	28,3	31
		Útil	37,9	30,9
		Ni útil/Ni inútil	10,9	12,5
		Poco útil	3,5	5,7
		Nada útil	1,9	1,2
		NR	17,5	18,8
3.11.4	Haber contactado aliados estratégicos extranjeros relevantes para su actividad exportadora	Muy útil	20,8	21,2
		Útil	31,6	31,4
		Ni útil/Ni inútil	16,2	14,5
		Poco útil	7,5	11
		Nada útil	5,7	2,5
		NR	18,2	19,5
3.11.5	Haber contactado aliados estratégicos nacionales relevantes para su actividad exportadora	Muy útil	10,5	10
		Útil	27,2	23,5
		Ni útil/Ni inútil	21	21
		Poco útil	12,4	15,7
		Nada útil	8,7	7,8
		NR	20,2	22
3.11.6	Haber podido dar a conocer su empresa /productos en el exterior	Muy útil	34,6	34,1
		Útil	40,7	38,2
		Ni útil/Ni inútil	2,1	4,3
		Poco útil	2,9	4,1
		Nada útil	1,6	
		NR	18	19,3
3.11.7	Haber posicionado la imagen de su empresa /productos en el exterior	Muy útil	27,2	28,4
		Útil	42,5	39,4
		Ni útil/Ni inútil	5,1	6,1
		Poco útil	5,1	6,9
		Nada útil	2,5	0,4
		NR	17,5	18,8
3.11.8	Haber posicionado la imagen de su empresa /productos en Chile	Muy útil	14,2	16,3
		Útil	32,6	30,9
		Ni útil/Ni inútil	21,9	20,8
		Poco útil	4,4	3,8
		Nada útil	7,1	6,5
		NR	19,8	21,6
3.11.9	Haber aprendido debilidades de su empresa/ productos /servicios	Muy útil	24,2	26,9
		Útil	43,5	40,6
		Ni útil/Ni inútil	9	8,7
		Poco útil	3	2,9
		Nada útil	2,7	2,1
		NR	17,5	18,8

3.11.10	Haber aprendido nuevas técnicas de comercialización /marketing	Muy útil	20,5	22,1
		Útil	34	31,6
		Ni útil/Ni inútil	16,8	16,3
		Poco útil	6,6	6
		Nada útil	3,5	3,5
		NR	18,7	20,5
3.11.11	Haber incorporado nuevas formas /herramientas de hacer negocios	Muy útil	20,8	22,3
		Útil	32,9	31,7
		Ni útil/Ni inútil	18,7	18,3
		Poco útil	6,7	5,5
		Nada útil	2,8	2,3
		NR	18	19,8
3.11.12	Otros aspectos (indique abajo, si los hubo)	Muy útil	0,6	0,6
		NR	99,4	99,4

3.12 En general, ¿Cuál diría Ud. que es el nivel de importancia de las actividades de promoción de exportaciones realizadas en los siguientes aspectos: (PASAR TARJETA N°5)

3.12.1	Mantener y/o mejorar su volumen de exportaciones	Muy importante	54,2
		Importante	35,4
		Poco importante	6,3
		Nada importante	2,2
		NR	1,9
3.12.2	Ampliar su oferta exportadora (incrementar la cantidad de productos / servicios exportados)	Muy importante	52,5
		Importante	33,4
		Poco importante	10,1
		Nada importante	2,2
		NR	1,9
3.12.3	Mejorar la calidad de su oferta exportadora	Muy importante	48,1
		Importante	38,1
		Poco importante	9,7
		Nada importante	2,2
		NR	1,9
3.12.4	Mejorar el número de mercados al que destina exportaciones	Muy importante	46,2
		Importante	38,9
		Poco importante	11,5
		Nada importante	0,5
		NR	2,9
3.12.5	Mejorar las utilidades de su empresa	Muy importante	58,9
		Importante	33,4
		Poco importante	4,7
		Nada importante	1,2
		NR	1,8
3.12.6	Mejorar el nivel tecnológico de su empresa	Muy importante	43,9
		Importante	37,7
		Poco importante	15,9
		Nada importante	1,6
		NR	0,8
3.12.7	Interrelacionar a su empresa con productores/competidores nacionales	Muy importante	21,7
		Importante	41,6
		Poco importante	28,2
		Nada importante	7
		NR	1,5
3.12.8	Interrelacionar a su empresa con productores/competidores extranjeros	Muy importante	41,2
		Importante	42,1
		Poco importante	12,6
		Nada importante	2,2
		NR	1,8

3.13 ¿Cuál diría Ud. que ha sido el nivel de importancia de otras experiencias de promoción de exportaciones de empresas chilenas en su actividad empresarial, en los siguientes aspectos: (PASAR TARJETA N°5)

3.13.1	Desarrollar sus primeras actividades de promoción de exportaciones	Muy importante	23
		Importante	39,5
		Poco importante	23
		Nada importante	10,5
		NR	4
3.13.2	Modificar o reformular sus actividades de promoción de exportaciones	Muy importante	22,2
		Importante	38,2
		Poco importante	26,7
		Nada importante	9,4
		NR	3,5

3.14 ¿Cuál diría Ud. que ha sido el nivel de importancia de sus actividades de promoción de exportaciones, para otras empresas chilenas, en los siguientes aspectos: (PASAR TARJETA N°5)

3.14.1	Replicar el tipo de actividades que ha realizado su empresa	Muy importante	10,5
		Importante	45,1
		Poco importante	27,4
		Nada importante	14,1
		NR	2,9
3.14.2	Replicar el tipo de productos que exporta su empresa	Muy importante	15
		Importante	39,7
		Poco importante	26,4
		Nada importante	14,9
		NR	4
3.14.3	Replicar la destinación de sus exportaciones	Muy importante	15,5
		Importante	41,5
		Poco importante	27,5
		Nada importante	11,1
		NR	4,5
3.15	¿Cuál diría Ud. que ha sido el nivel de importancia de sus actividades de promoción de exportaciones para mejorar la imagen de nuestro país en el exterior? (PASAR TARJETA N°5)	Muy importante	36,8
		Importante	43,1
		Poco importante	14,6
		Nada importante	3,4
		NR	2
3.16	¿Cuál diría Ud. que ha sido el nivel de importancia de la imagen de nuestro país en el exterior, para el desarrollo de sus exportaciones? (PASAR TARJETA N°5)	Muy importante	47
		Importante	38,3
		Poco importante	10,5
		Nada importante	2,4
		NR	1,7

4 ***En relación con participación de su empresa en iniciativas de fomento productivo/ exportador***

Indique si utilizó entre 1996 y 2001 los siguientes instrumentos de fomento productivo/exportador. Para aquellos que ha utilizado, señale cuán relevantes o irrelevantes cree Ud. que han sido éstos en el desarrollo de la actividad exportadora de su empresa.		Utilizó (%)		Escala evaluación (%)					
		Sí	No	Indispensable	Muy Relevante	Relevante	Poco Relevante	Irrelevante	NR
4.1	FAT	25,5	69,2	14	34,5	36,9	10	4,5	
		5,3							

4.2	Profo	Sí No NR	35,3 59,5 5,2	Indispensable Muy Relevante Relevante Poco Relevante Irrelevante NR	7,2 44,5 21,1 11 2,9 13,2
4.3	Programa de desarrollo de proveedores (CORFO)	Sí No NR	9,9 83,2 6,9	Indispensable Muy Relevante Relevante Poco Relevante Irrelevante NR	25,2 26,8 32,3 6,3 9,3
4.4	Programa de apoyo a gestión de empresas (PAG)	Sí No NR	8,1 86,1 5,9	Indispensable Muy Relevante Relevante Poco Relevante Irrelevante NR	13,1 55,2 4,8 26,8
4.5	FONTEC (Fondo Nacional de Desarrollo Tecnológico y Productivo)	Sí No NR	28,3 65,8 5,9	Indispensable Muy Relevante Relevante Poco Relevante Irrelevante NR	29,3 30,5 29 5,7 1,4 4,1
4.6	FDI ( Fondo de desarrollo e Innovación)	Sí No NR	3,6 90,1 6,4	Indispensable Muy Relevante Relevante Poco Relevante Irrelevante NR	49,9 14,9 25,8 9,3
4.7	FONCAP (Fondo de capacitación)	Sí No NR	10,2 83,9 5,9	Indispensable Muy Relevante Relevante Poco Relevante Irrelevante NR	45,2 4,9 37,9 12
4.8	SINCE (Capacitación de trabajadores)	Sí No NR	35,6 57,5 6,9	Indispensable Muy Relevante Relevante Poco Relevante Irrelevante NR	25,4 32,1 35 3 1,6 3
4.9	Reintegro Simplificado (ley 18.480)	Sí No NR	53 42,6 4,4	Indispensable Muy Relevante Relevante Poco Relevante Irrelevante NR	38,1 22,4 27,5 4,1 7,9
4.10	Reintegro general (18708)	Sí No NR	31,1 62,7 6,1	Indispensable Muy Relevante Relevante Poco Relevante Irrelevante NR	29,6 21,5 23,3 4,2 3,2 18,2
4.11	Devolución de IVA	Sí No NR	51,6 43 4,8	Indispensable Muy Relevante Relevante Poco Relevante Irrelevante NR	33,7 20,4 32,5 4,5 1 7,9

4.12	Devolución anticipada del IVA	Sí No NR	18,2 76,4 5,3	Indispensable Muy Relevante Relevante Poco Relevante Irrelevante NR	33,2 20,4 40 3,4 3,1
4.13	Arancel diferido Bienes de Capital (Ley 18.634)	Sí No NR	28,5 66,1 5,4	Indispensable Muy Relevante Relevante Poco Relevante Irrelevante NR	30,3 34,7 24,1 4,2 1,9 4,9
4.14	Caución solidaria CORFO	Sí No NR	7,7 84,7 7,6	Indispensable Muy Relevante Relevante Poco Relevante Irrelevante NR	27,6 35,1 13,8 8,1 8,1 7,3
4.15	FOGAPE Fondo de garantía a pequeños empresarios (o FOGAEX a exportaciones no tradicionales antes de 2001)	Sí No NR	4,5 89,6 5,9	Indispensable Muy Relevante Relevante Poco Relevante Irrelevante NR	25,7 22,9 11,8 13,9 11,8 13,9
4.16	Otros	Sí No NR	0,5 2,8 96,7	Indispensable Muy Relevante Relevante Poco Relevante Irrelevante NR	0,0 100 0,0 0,0 0,0 0,0

**5 A continuación le solicitamos algunos datos descriptivos de la empresa:**

**5.1 Principales productos o servicios que produjo/vendió la empresa entre Enero y Diciembre de 2001**

5.1.1 \_\_\_\_\_

5.1.2 \_\_\_\_\_

5.1.3 \_\_\_\_\_

**5.2 Principales productos o servicios que exportó la empresa entre Enero y Diciembre de 2001**

5.2.1 \_\_\_\_\_

5.2.2 \_\_\_\_\_

5.2.3 \_\_\_\_\_

		Año 1996	Año 2001
5.3	¿Cuál era el valor de las ventas totales anuales para cada año? (en USD dólares)	N Mínimo Máximo Media Desviación típica	88 10000 5000000000 156655359,8 656252030,1
5.4	¿Cuál era el valor de las exportaciones totales anuales para cada año? (en USD dólares)	N Mínimo Máximo Media Desviación típica	82 0 1720000000 27625798,16 198235183,1
5.5	¿Ha contratado/comprado licencias para uso de marcas comerciales?	Sí No NR	8,1 81 10,9
5.6	Sólo quienes responden 'Sí' en 5.5 ¿En cuánto estima el gasto en royalties de su empresa por el uso de marcas comerciales? (en USD dólares)	N Mínimo Máximo Media Desviación típica	7 0 1200000 299202,9 456823,3
5.7	¿Ha contratado/comprado licencias técnicas (excluya uso de marcas comerciales)?	Sí No NR	6,5 80,1 13,4
5.8	Sólo quienes respondan "Sí" en 5.7 ¿En cuánto estima el gasto en licencias técnicas /royalties de su empresa? (en USD dólares)	N Mínimo Máximo Media Desviación típica	5 5000 250000 92509,67 98617,533
5.9	Solo quienes responden 'Si' en 5.7 De qué tipo de licencia se trataba	Patente de Invención Franquicia Dibujo/diseño industrial Secreto Industrial Otro NR	8,6 8,2 0,0 0,0 41,7 41,5
5.10	Sólo quienes responden 'Si' en 5.7 ¿Qué porcentaje de estas licencias son de origen extranjero?	N Mínimo Máximo Media Desviación típica	9 30 100 91,08 24,803
5.11	Número de personas (promedio mensual) que trabajaba en la empresa	N Mínimo Máximo Media Desviación típica	170 2 5000 135,49 412,204
5.11.1	Número de personas (promedio mensual) No calificadas (obreros)	N Mínimo Máximo Media Desviación típica	132 0 4800 105,24 440,545

5.11.2	Número de personas (promedio mensual) <b>Técnicos</b> (no universitarios)	N	135	152
		Mínimo	1	1
		Máximo	180	200
		Media	21,7	25,6
		Desviación típica	31,061	38,555
5.11.3	Número de personas (promedio mensual) <b>Universitarios</b>	N	131	155
		Mínimo	0	0
		Máximo	80	200
		Media	10,56	14,17
		Desviación típica	14,507	22,812
5.12	¿Cuánto era el gasto de su empresa (promedio mensual) en remuneraciones, sueldos y salarios de los trabajadores? (en Pesos)	N	82	92
		Mínimo	300000	300000
		Máximo	243000000	360000000
		Media	18060252,83	25865232,55
		Desviación típica	35418009,95	55421166,77

**Cuadro Anexo N° 8 ENCUESTA SOBRE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES  
EMPRESAS NO BENEFICIARIAS FPE**

Nro. de Casos Efectivos	137
Nro. de Casos Ponderados	193

**1 Identificación de la Empresa**

I. Nombre empresa

I. RUT

I. Antigüedad de la firma	N	Mínimo	Máximo	Medi a	Desv. típ.
	191	2	92	26.18	19.651

I. Nombre de persona encuestada

I. Cargo Persona que contesta	N	%
Dueño	28	14.5
Gerente general	13	6.6
Gerente Comercial	21	11.1
Gerente/subgerente exportaciones	19	10
Otro (Gerente o Jefe De Ventas)	7	3.5
Otro (Jefe de Comercio Exterior)	33	17.3
Otro (Encargada(o) Exportaciones)	8	4.2
Otro (Gerente de Operaciones)	6	2.9
Otro (Gerente Producto)	1	0.5
Jefe de Marketing	2	1
Contador	8	4.4
Asistente de Gerencia Comercial	2	1.2
Jefe Bodega Despacho	0	0.1
Sub Gerente Abastecimiento	0	0.1
Gerente de Administración y Finanzas	11	6
Jefe División Abastecimiento	1	0.5
Jefe despacho nacionales e internacionales	2	0.9
Gerente servicios compras	3	1.5
Secretaria Administrativa/Contable	5	2.4
Director	3	1.5
Gerente división logística y compras	2	1
Jefe de distribución y servicio	0	0.1
Administrativo comercio exterior	3	1.8
Jefe Adquisiciones	3	1.5
Jefa departamento comercial	2	0.8
Asistente de Administración	2	1
Jefe de Planta	1	0.5
Ejecutiva Comercio Exterior	2	1
Gerente de Producción	2	1.1
Jefe de Finanzas	2	1

**2 A continuación una serie de preguntas que se refieren a la experiencia de la empresa en relación con sus productos y procesos en los años 1996 y 2001.**

2. ¿Qué nivel de innovación en los productos/servicios que la empresa ofrece, diría Ud. que se introdujo en relación con...? :

% Año 1996	% Año
------------	-------

			2001	
2.1.1	Presentación /empaque	Muy Alto	5.0	19.3
		Alto	28.5	36.5
		Medio	35.3	20.4
		Bajo	11.6	10.2
		Muy Bajo	8.5	7.1
		Nulo	0.8	0.8
		NR/NA	10.4	5.7
2.1.2	Calidad insumos	Muy Alto	26.4	39.2
		Alto	34.0	39.2
		Medio	23.6	10.2
		Bajo	5.0	4.5
		Muy Bajo	3.5	2.9
		Nulo	0.9	0.9
		NR/NA	6.6	3.2
2.1.3	Calidad producto final	Muy Alto	35.3	51.2
		Alto	35.7	33.3
		Medio	19.2	9.0
		Bajo	1.6	1.6
		Muy Bajo	1.9	1.9
		Nulo	0.0	0.0
		NR/NA	6.3	2.9
2.1.4	Servicio al cliente pre venta	Muy Alto	19.0	29.5
		Alto	36.9	50.6
		Medio	33.4	13.0
		Bajo	2.6	2.2
		Muy Bajo	0.4	0.4
		Nulo	0.0	0.0
		NR/NA	7.6	4.2
2.1.5	Servicio al cliente post venta	Muy Alto	18.5	27.1
		Alto	35.4	54.8
		Medio	33.4	10.7
		Bajo	5.0	3.1
		Muy Bajo	1.4	1.4
		Nulo	0.0	0.0
		NR/NA	6.3	2.8
2.1.6	Nuevos productos	Muy Alto	8.5	27.5
		Alto	30.5	36.5
		Medio	32.6	14.6
		Bajo	14.6	11.3
		Muy Bajo	0.4	0.4
		Nulo	5.0	5.0
		NR/NA	8.2	4.6

2. ¿Qué nivel de innovación en los procesos o procedimientos de la empresa diría Ud. que se introdujo en relación con...?:

	Año 1996	Año 2001
--	----------	----------

2.2.1 Proceso físico de producción	Muy Alto	8.7	24.7
	Alto	22.4	43.1
	Medio	40.0	10.0
	Bajo	7.2	3.7
	Muy Bajo	2.2	2.2
	Nulo	3.4	3.4
	NR/NA	16.1	12.9
2.2.2 Control de calidad del proceso de producción	Muy Alto	15.3	32.1
	Alto	30.2	39.7
	Medio	28.5	9.6
	Bajo	6.2	3.1
	Muy Bajo	2.5	1.9
	Nulo	3.0	3.0
	NR/NA	14.4	10.5
2.2.3 Maquinarias	Muy Alto	10.8	25.0
	Alto	25.8	42.8
	Medio	34.7	12.3
	Bajo	7.8	4.8
	Muy Bajo	4.0	1.9
	Nulo	2.1	1.5
	NR/NA	14.9	11.7
2.2.4 Normas de seguridad	Muy Alto	23.1	35.5
	Alto	28.3	38.9
	Medio	32.0	16.2
	Bajo	5.6	3.3
	Muy Bajo	0.5	0.0
	Nulo	0.6	0.0
	NR/NA	9.9	6.0
2.2.5 Normas ambientales	Muy Alto	21.4	32.3
	Alto	22.7	38.7
	Medio	24.1	10.4
	Bajo	11.9	3.8
	Muy Bajo	0.5	0.0
	Nulo	3.0	2.4
	NR/NA	16.4	12.5
2.2.6 Gestión /reorganización administrativa de la empresa	Muy Alto	5.0	24.0
	Alto	37.4	52.9
	Medio	36.2	13.2
	Bajo	11.1	4.6
	Muy Bajo	0.5	0.0
	Nulo	1.5	1.5
	NR/NA	8.2	3.8
2.2.7 Gestión de Comercialización	Muy Alto	7.8	20.7
	Alto	39.5	50.9
	Medio	36.0	20.1
	Bajo	5.4	0.1
	Muy Bajo	0.0	1.4
	Nulo	1.5	1.5
	NR/NA	9.7	5.3

2. ¿Cómo evaluaría Ud. el posicionamiento de su empresa en los mercados externos con respecto a...?:

Año 1996	Año 2001
----------	----------

2.3.1	Calidad de productos	Muy Buen Posicionamiento	21.8	29.0
		Buen Posicionamiento	33.3	44.3
		Regular Posicionamiento	15.1	9.9
		Mal Posicionamiento	6.6	4.3
		Muy Mal Posicionamiento	2.6	2.7
		NR/NA	20.6	9.8
2.3.2	Servicio al cliente	Muy Buen Posicionamiento	10.8	17.8
		Buen Posicionamiento	45.4	60.7
		Regular Posicionamiento	17.6	6.9
		Mal Posicionamiento	3.9	2.5
		Muy Mal Posicionamiento	1.9	2.4
		NR/NA	20.4	9.7
2.3.3	Cumplimiento de plazos	Muy Buen Posicionamiento	16.3	23.5
		Buen Posicionamiento	45.0	57.7
		Regular Posicionamiento	14.2	7.3
		Mal Posicionamiento	4.5	1.6
		Muy Mal Posicionamiento	0.4	0.4
		NR/NA	19.7	9.5
2.3.4	Diferenciación de sus productos	Muy Buen Posicionamiento	20.1	22.7
		Buen Posicionamiento	33.2	42.3
		Regular Posicionamiento	19.8	18.5
		Mal Posicionamiento	5.5	4.1
		Muy Mal Posicionamiento	0.9	1.0
		NR/NA	20.6	11.4
2.3.5	Prestigio de la empresa	Muy Buen Posicionamiento	28.0	36.0
		Buen Posicionamiento	41.9	50.3
		Regular Posicionamiento	6.6	2.7
		Mal Posicionamiento	2.9	1.1
		Muy Mal Posicionamiento	1.0	0.4
		NR/NA	19.7	9.5
2.3.6	Disponibilidad / acceso hacia sus clientes	Muy Buen Posicionamiento	22.2	26.4
		Buen Posicionamiento	43.6	54.4
		Regular Posicionamiento	9.1	5.5
		Mal Posicionamiento	2.0	1.3
		Muy Mal Posicionamiento	1.9	1.4
		NR/NA	21.2	11.0
2.3.7	Tamaño relativo de su empresa	Muy Buen Posicionamiento	15.5	16.4
		Buen Posicionamiento	32.6	41.4
		Regular Posicionamiento	20.9	21.1
		Mal Posicionamiento	3.3	4.6
		Muy Mal Posicionamiento	4.9	4.4
		NR/NA	22.7	12.0
2.4	¿Cómo considera Ud. que era el precio relativo de sus productos o servicios exportados respecto de la competencia?	Muy Buen Precio	17.3	21.6
		Buen Precio	52.3	53.0
		Regular Precio	10.2	16.4
		Mal Precio	1.5	2.0
		Muy Mal Precio	0.0	0.0
		NR/NA	18.7	7.0

**3** A continuación una serie de preguntas relacionados con la actividad de la empresa en promoción de exportaciones.

3.1 Para cada año solicitado, indique aquellos tipos de colectividades empresariales en las cuales ha participado la empresa, entre las siguientes:					3.2 Número de proyectos de promoción de exportaciones financiados exclusivamente por su empresa (Promedio)	
Comité exportador Prochile (%)	Profo (%)	Asociación Gremial (%)	Vinculación jurídica/propietaria/accionaria con otras empresas (%)	Otra forma de agrupación de empresas (%)		
1985-89	5.3	1.1	19.5	5.7	5.5	3.6
1990	4.5	2.0	21.1	6.0	7.0	3.5
1991	5.5	2.0	21.0	6.0	7.1	3.4
1992	6.0	2.0	21.0	6.0	7.6	3.4
1993	6.0	2.5	21.4	7.2	7.2	3.7
1994	6.4	2.0	22.8	7.9	7.8	3.3
1995	5.8	2.1	26.4	7.9	10.3	3.1
1996	5.8	2.7	29.3	8.2	10.3	2.8
1997	6.8	2.7	31.5	9.4	10.2	3.0
1998	7.9	2.5	35.0	11.0	10.2	3.0
1999	7.5	4.9	39.4	11.6	10.8	3.0
2000	7.1	7.2	39.6	12.0	11.4	3.1
2001	7.6	6.2	40.5	13.3	8.4	3.0

"		
3.2.1	¿Ha tenido algún contacto con Prochile entre 1996 y 2001? (%)	Sí 42.0 No 55.4 NR 2.6
3.2.2	Sólo quienes responden 'Sí' en 3.2. ¿Quién propició el primer contacto con Prochile? (%)	Empresa 60.2 Prochile 27.2 Otra entidad o persona 7.2 5.4 NR
3.2.3	¿Ha oído hablar del Fondo de Promoción de Exportaciones de Prochile?	Sí 38.7 No 61.0 NR 0.3
3.3	Sólo quienes han estado en contacto con Prochile, es decir 'Sí' en 3.2:	
3.3.1	¿Ha intentado obtener financiamiento de Prochile en años anteriores?	Sí 14.8 No 80.0 NR 5.2
3.3.2	¿Ha intentado obtener financiamiento de Prochile durante este año?	Sí 5.4 No 87.4 NR 7.1
3.3.3	En caso afirmativo en 3.3.1 ¿En cuántas oportunidades ha recurrido a Prochile con el objeto de obtener financiamiento para promoción de sus exportaciones sin éxito? (Promedio)	1.11 Veces
3.4	En caso afirmativo en 3.2.3, ¿Cuál es la opinión de su empresa para cada uno de los siguientes aspectos relacionados con el Fondo de Promoción de exportaciones? (%)	
3.4.1	Difusión del fondo de promoción de exportaciones	Muy satisfecho 0.4 Satisfecho 24.1 Ni satisfecho/Ni insatisfecho 45.2 Insatisfecho 15.6 Muy insatisfecho 10.2 NR 4.5
3.4.2	Accesibilidad al fondo de promoción de exportaciones	Muy satisfecho 0.4 Satisfecho 13.4 Ni satisfecho/Ni insatisfecho 48.1 Insatisfecho 17.4 Muy insatisfecho 7.9 NR 12.8
3.4.3	Simplicidad para postular al fondo	Muy satisfecho 0.0 Satisfecho 15.0 Ni satisfecho/Ni insatisfecho 43.5 Insatisfecho 16.9 Muy insatisfecho 9.5 NR 15.1
3.4.4	Atingencia-relevancia de los requisitos/bases de postulación para su sector productivo	Muy satisfecho 0.0 Satisfecho 13.3 Ni satisfecho/Ni insatisfecho 55.8 Insatisfecho 7.2 Muy insatisfecho 7.9 NR 15.8
3.5	En caso afirmativo en 3.3.1 o en 3.3.2, ¿Cuál es la opinión de su empresa para cada uno de los siguientes aspectos relacionados a su experiencia con el Fondo de Promoción de exportaciones?	
3.5.1	Claridad de los requisitos de postulación	Muy satisfecho 12.5 Satisfecho 45.1 Ni satisfecho/Ni insatisfecho 0.0 Insatisfecho 8.3

		Muy insatisfecho	10
		NR	24.1
3.5.2	Apoyo-compromiso de personal de Prochile para elaborar algún proyecto	Muy satisfecho	8.3
		Satisfecho	7.1
		Ni satisfecho/Ni insatisfecho	42.1
		Insatisfecho	10
		Muy insatisfecho	8.3
		NR	24.1
3.5.3	Apoyo-compromiso de personal de Prochile durante ejecución del proyecto	Muy satisfecho	0.0
		Satisfecho	13.9
		Ni satisfecho/Ni insatisfecho	19.7
		Insatisfecho	0.0
		Muy insatisfecho	8.3
		NR	58.1
3.5.4	Flexibilidad de Prochile para tramitar/evaluar/ejecutar su proyecto	Muy satisfecho	0.0
		Satisfecho	21.0
		Ni satisfecho/Ni insatisfecho	20.8
		Insatisfecho	34.0
		Muy insatisfecho	0.0
		NR	24.1
3.5.5	Prontitud de Prochile en la evaluación del proyecto de promoción	Muy satisfecho	0.0
		Satisfecho	8.3
		Ni satisfecho/Ni insatisfecho	25.2
		Insatisfecho	42.4
		Muy insatisfecho	0.0
		NR	24.1

**4 A continuación una serie de preguntas de evaluación de la empresa sobre sus actividades de promoción de exportaciones.**

**4.1** ¿Cuál diría Ud. que ha sido el nivel de importancia de otras experiencias de promoción de exportaciones de empresas chilenas en su actividad empresarial, en los siguientes aspectos?:

4.1.1	Desarrollar sus primeras actividades de promoción de exportaciones	Muy importante	14.9
		Importante	24.6
		Medianamente importante	5.4
		Poco importante	17.0
		Nada importante	16.9
		NR	21.2
4.1.2	Modificar o reformular sus actividades de promoción de exportaciones	Muy importante	13.5
		Importante	24.3
		Medianamente importante	7.3
		Poco importante	18.7
		Nada importante	15.1
		NR	21.2

4.2	¿Cuál diría Ud. que ha sido el nivel de importancia de la imagen de nuestro país en el exterior, para el desarrollo de sus exportaciones?	Muy importante	25.5
		Importante	38.7
		Medianamente importante	10.3
		Poco importante	4.5
		Nada importante	1.3
		NR	19.7

Sólo quienes han realizado proyectos de promoción de exportaciones con **financiamiento exclusivo de la empresa**, es decir tiene respuestas no nulas en 3.2:

4.3 ¿Cuál diría Ud. que es el nivel de satisfacción de su empresa en cada uno de los siguientes aspectos relacionados con la experiencia de promoción de exportaciones con recursos propios?

		Durante 1990-1995	Durante 1996- 2001	
4.3.1	Nivel de financiamiento alcanzado para realizar actividades de promoción de exportaciones	Muy insatisfecho	7.7	7.4
		Insatisfecho	22.0	38.0
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	9.8	21.9
		Satisfecho	15.9	17.4
		Muy satisfecho	7.3	9.3
		NR	37.2	5.9
4.3.2	Pertinencia de los objetivos planteados para las actividades realizadas	Muy insatisfecho	4.3	6.0
		Insatisfecho	23.8	45.3
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	10.6	14.2
		Satisfecho	20.3	21.8
		Muy satisfecho	3.9	6.8
		NR	37.2	5.9
4.3.3	Si lo hubo, apoyo-compromiso de Prochile durante la elaboración del proyecto	Muy insatisfecho	4.0	5.1
		Insatisfecho	2.8	4.0
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	3.2	4.1
		Satisfecho	0.9	0.9
		Muy satisfecho	0.0	4.1
		NR	89.1	81.6
4.3.4	Si lo hubo, apoyo-compromiso de Prochile durante ejecución del proyecto	Muy insatisfecho	4.3	6.8
		Insatisfecho	1.1	1.4
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	2.6	3.5
		Satisfecho	1.5	1.5
		Muy satisfecho	0.0	4.1
		NR	90.4	82.6
4.3.5	Si lo hubo, acceso-apoyo de agregados comerciales durante ejecución del proyecto	Muy insatisfecho	3.2	6.8
		Insatisfecho	8.4	12.5
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	10.6	11.5
		Satisfecho	0.9	1.7
		Muy satisfecho	4.4	8.5
		NR	72.5	59.0
4.3.6	La experiencia en general de la empresa con los proyectos de promoción de exportaciones con financiamiento propio	Muy insatisfecho	2.6	2.6
		Insatisfecho	29.7	48.7
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	3.7	9.5
		Satisfecho	20.8	26.2
		Muy satisfecho	6.0	6.9
		NR	37.2	5.9

4.4 Sólo quienes han realizado proyectos de promoción de exportaciones con **financiamiento exclusivo de la empresa**, es decir tiene respuestas no nulas en 3.2

¿Cuán útil cree Ud. que fue para su empresa la realización de proyectos de promoción de exportaciones con financiamiento propio en cada uno de los siguientes aspectos?

		Durante 1990-1995	Durante 1996-2001	
4.4.1	Haber contactado a potenciales clientes	Muy útil	24.0	32.9
		Útil	22.2	40.2
		Neutro	4.2	5.1
		Inútil	5.5	8.0
		Muy inútil	3.7	4.8
		NR	40.4	9.0
4.4.2	Haber concertado negocios de exportación	Muy útil	23.9	31.6
		Útil	21.1	38.9
		Neutro	7.3	10.3
		Inútil	6.3	8.0
		Muy inútil	1.1	2.2
		NR	40.4	9.0
4.4.3	Haber conocido a la competencia extranjera	Muy útil	18.9	27.0
		Útil	27.1	39.5
		Neutro	6.7	15.4
		Inútil	5.9	6.9
		Muy inútil	1.1	2.2
		NR	40.4	9.0
4.4.4	Haber contactado aliados estratégicos extranjeros relevantes para su actividad exportadora	Muy útil	12.5	20.4
		Útil	23.5	37.1
		Neutro	19.3	24.1
		Inútil	3.2	7.2
		Muy inútil	1.1	2.2
		NR	40.4	9.0
4.4.5	Haber contactado aliados estratégicos nacionales relevantes para su actividad exportadora	Muy útil	8.7	13.7
		Útil	5.2	12.3
		Neutro	36.2	49.4
		Inútil	7.8	13.9
		Muy inútil	1.7	1.7
		NR	40.4	9.0
4.4.6	Haber podido dar a conocer su empresa /productos en el exterior	Muy útil	18.5	28.1
		Útil	29.4	43.7
		Neutro	6.9	8.1
		Inútil	2.6	8.8
		Muy inútil	2.2	2.2
		NR	40.4	9.0
4.4.7	Haber posicionado la imagen de su empresa /productos en el exterior	Muy útil	17.9	24.8
		Útil	28.8	50.3
		Neutro	8.2	6.6
		Inútil	0.0	4.5
		Muy inútil	4.8	4.8
		NR	40.4	9.0

4.4.8	Haber posicionado la imagen de su empresa /productos en Chile	Muy útil	14.9	23.7
		Útil	22.1	34.4
		Neutro	13.4	15.5
		Inútil	7.0	12.2
		Muy inútil	2.2	5.1
		NR	40.4	9.0
4.4.9	Haber aprendido debilidades de su empresa/ productos /servicios	Muy útil	25.8	36.6
		Útil	26.4	42.4
		Neutro	2.6	2.6
		Inútil	2.6	7.1
		Muy inútil	2.2	2.2
		NR	40.4	9.0
4.4.10	Haber aprendido nuevas técnicas de comercialización /marketing	Muy útil	19.3	29.8
		Útil	31.5	43.0
		Neutro	7.8	13.5
		Inútil	0.0	3.5
		Muy inútil	1.1	1.1
		NR	40.4	9.0
4.4.11	Haber incorporado nuevas formas /herramientas de hacer negocios	Muy útil	15.9	29.2
		Útil	33.5	40.7
		Neutro	6.5	14.7
		Inútil	2.6	4.4
		Muy inútil	1.1	1.1
		NR	40.4	9.8
4.4.12	Otros aspectos (indique si los hubo)		-	-

4.5 Sólo quienes han realizado proyectos de promoción de exportaciones con **financiamiento exclusivo de la empresa**, es decir tiene respuestas no nulas en 3.2

¿Cuál diría Ud. que es el nivel de importancia de las actividades de promoción de exportaciones realizadas en los siguientes aspectos?

4.5.1	Mantener y/o mejorar su volumen de exportaciones	Muy importante	37.5
		Importante	31.9
		Medianamente importante	10.3
		Poco importante	11.7
		Sin importancia	0.0
		NR	8.6
4.5.2	Ampliar su oferta exportadora (incrementar la cantidad de productos / servicios exportados)	Muy importante	29.8
		Importante	35.3
		Medianamente importante	9.6
		Poco importante	16.7
		Sin importancia	0.0
		NR	8.6
4.5.3	Mejorar la calidad de su oferta exportadora	Muy importante	35.0
		Importante	29.6
		Medianamente importante	11.5
		Poco importante	15.3
		Sin importancia	0.0
		NR	8.6

4.5.4	Mejorar el número de mercados al que destina exportaciones	Muy importante	37.4
		Importante	25.9
		Medianamente importante	8.7
		Poco importante	16.8
		Sin importancia	2.6
		NR	8.6
4.5.5	Mejorar las utilidades de su empresa	Muy importante	49.2
		Importante	24.9
		Medianamente importante	3.5
		Poco importante	10.5
		Sin importancia	3.2
		NR	8.6
4.5.6	Mejorar el nivel tecnológico de su empresa	Muy importante	40.9
		Importante	37.0
		Medianamente importante	2.4
		Poco importante	7.9
		Sin importancia	3.2
		NR	8.6
4.5.7	Interrelacionar a su empresa con productores/competidores nacionales	Muy importante	18.6
		Importante	34.4
		Medianamente importante	11.6
		Poco importante	18.2
		Sin importancia	8.6
		NR	8.6
4.5.8	Interrelacionar a su empresa con productores/competidores extranjeros	Muy importante	29.3
		Importante	36.6
		Medianamente importante	10.1
		Poco importante	9.1
		Sin importancia	6.4
		NR	8.6
4.6	Sólo quienes han realizado proyectos de promoción de exportaciones con <b>financiamiento exclusivo de la empresa</b> , es decir tiene respuestas no nulas en 3.2: ¿Cuál diría Ud. que ha sido el nivel de importancia de sus actividades de promoción de exportaciones para mejorar la imagen de nuestro país en el exterior?	Muy importante	24.5
		Importante	29.5
		Medianamente importante	15.7
		Poco importante	20.1
		Sin importancia	0.0
		NR	10.3
4.7	Sólo quienes han realizado proyectos de promoción de exportaciones con <b>financiamiento exclusivo de la empresa</b> , es decir tiene respuestas no nulas en 3.2: ¿Cuál diría Ud. que ha sido el nivel de importancia de sus actividades de promoción de exportaciones para otras empresas chilenas, en los siguientes aspectos?:		
4.7.1	Replicar el tipo de actividades que ha realizado su empresa	Sin Importancia	7.2
		Poco importante	22.7
		Medianamente importante	17.8
		Importante	32.3
		Muy importante	13.6
		NR	6.4

4.7.2	Replicar el tipo de productos que exporta su empresa	Sin importancia	8.3
		Poco importante	17.4
		Medianamente importante	16.6
		Importante	30.9
		Muy importante	20.4
		NR	6.4
4.7.3	Replicar la destinación de sus exportaciones	Sin importancia	8.7
		Poco importante	17.5
		Medianamente importante	20.4
		Importante	31.0
		Muy importante	16.0
		NR	6.4

### 5 Participación en fomento productivo/ exportador

Indique si utilizó entre 1996 y 2001 los siguientes instrumentos de fomento productivo/exportador. Para aquellos que ha utilizado, señale cuán relevantes o irrelevantes cree Ud. que han sido éstos en el desarrollo de la actividad exportadora de su empresa.

		Utilizó (%)		Escala evaluación (%)	
5.1	FAT	Sí	6.8	Indispensable	36.6
		No	91.9	Muy Relevante	36.1
		NR	1.3	Relevante	9.9
				Poco Relevante	9.9
				Irrelevante	7.7
				NR	0.0
5.2	Profo	Sí	7.2	Indispensable	13.0
		No	91.5	Muy Relevante	65.7
		NR	1.3	Relevante	10.5
				Poco Relevante	0.0
				Irrelevante	10.8
				NR	0.0
5.3	Programa de desarrollo de proveedores (CORFO)	Sí	4.3	Indispensable	0.0
		No	94.2	Muy Relevante	58.8
		NR	1.5	Relevante	18.4
				Poco Relevante	22.8
				Irrelevante	0.0
				NR	0.0
5.4	Programa de apoyo a gestión de empresas (PAG)	Sí	0.9	Indispensable	0.0
		No	97.6	Muy Relevante	47.4
		NR	1.5	Relevante	52.6
				Poco Relevante	0.0
				Irrelevante	0.0
				NR	0.0
5.5	FONTEC (Fondo Nacional de Desarrollo Tecnológico y Productivo)	Sí	7.9	Indispensable	7.8
		No	90.7	Muy Relevante	39.3
		NR	1.3	Relevante	40.7
				Poco Relevante	6.5
				Irrelevante	5.6
				NR	0.0

5.6	FDI ( Fondo de desarrollo e Innovación)	Sí	0.2	Indispensable	0.0
		No	97.0	Muy Relevante	100.0
		NR	2.8	Relevante	0.0
				Poco Relevante	0.0
				Irrelevante	0.0
				NR	0.0
5.7	FONCAP (Fondo de capacitación)	Sí	3.4	Indispensable	19.1
		No	95.3	Muy Relevante	0.0
		NR	1.3	Relevante	65.7
				Poco Relevante	15.2
				Irrelevante	0.0
				NR	0.0
5.8	SINCE (Capacitación de trabajadores)	Sí	33.2	Indispensable	20.7
		No	65.4	Muy Relevante	26.0
		NR	1.3	Relevante	46.3
				Poco Relevante	2.9
				Irrelevante	4.1
				NR	0.0
5.9	Reintegro Simplificado (Ley 18.480)	Sí	48.7	Indispensable	30.6
		No	48.0	Muy Relevante	21.4
		NR	3.3	Relevante	39.8
				Poco Relevante	7.1
				Irrelevante	0.0
				NR	1.1
5.10	Reintegro general (18708)	Sí	29.7	Indispensable	23.2
		No	67.6	Muy Relevante	18.9
		NR	2.8	Relevante	52.6
				Poco Relevante	5.4
				Irrelevante	0.0
				NR	0.0
5.11	Devolución de IVA	Sí	38.0	Indispensable	42.5
		No	60.5	Muy Relevante	8.4
		NR	1.5	Relevante	40.6
				Poco Relevante	3.0
				Irrelevante	2.7
				NR	2.7
5.12	Devolución anticipada del IVA	Sí	10.5	Indispensable	15.1
		No	87.4	Muy Relevante	14.3
		NR	2.1	Relevante	60.8
				Poco Relevante	0.0
				Irrelevante	0.0
				NR	0.0
5.13	Arancel diferido Bienes de Capital (Ley 18.634)	Sí	21.5	Indispensable	26.5
		No	74.7	Muy Relevante	20.1
		NR	3.8	Relevante	47.9
				Poco Relevante	0.7
				Irrelevante	0.0
				NR	4.8
5.14	Caución solidaria CORFO	Sí	3.2	Indispensable	40.2
		No	94.8	Muy Relevante	0.0
		NR	2.0	Relevante	59.8
				Poco Relevante	0.0
				Irrelevante	0.0
				NR	0.0

5.15	FOGAPE Fondo de garantía a pequeños empresarios (o FOGAEX Fondo de garantía a exportaciones no tradicionales antes de 2001)	Sí	2.0	Indispensable	0.0	
		No	96.6	Muy Relevante	0.0	
		NR	1.3	Relevante	100.0	
				Poco Relevante	0.0	
				Irrelevante	0.0	
					NR	0.0
5.16	Otros	Sí	0.4	Indispensable	100.0	
		No	99.6	Muy Relevante	0.0	
		NR	0.0	Relevante	0.0	
				Poco Relevante	0.0	
				Irrelevante	0.0	
					NR	0.0

## 6 A continuación le solicitamos algunos datos descriptivos de la empresa:

### 6.1 *Principales productos o servicios que produjo/vendió la empresa entre Enero y Diciembre de 2001*

6.1.1 \_\_\_\_\_

6.1.2 \_\_\_\_\_

6.1.3 \_\_\_\_\_

### 6.2 *Principales productos o servicios que exportó la empresa entre Enero y Diciembre de 2001*

6.2.1 \_\_\_\_\_

6.2.2 \_\_\_\_\_

6.2.3 \_\_\_\_\_

		Año 1996	Año 2001	
6.3	¿Cuál era el valor de las <b>ventas totales</b> anuales para cada año? (en US dólares)	N	105	126
		Mínimo	20000	3000
		Máximo	5000000000	7000000000
		Media	136639448.2	153310565.1
		Desv. Estándar	615235962.3	797468801.5
6.4	¿Cuál era el valor de las <b>exportaciones totales</b> anuales para cada año? (en US dólares)	N	88	110
		Mínimo	0	333
		Máximo	1000000000	1000000000
		Media	12231877.29	14573969.59
		Desv. Estándar	99086971.9	95002735.73
6.5	¿Ha contratado/comprado licencias para uso de <b>marcas comerciales</b> ?	Sí	8.4	7.3
		No	84.0	87.2
		NR	7.6	5.5
6.6	Sólo quienes responden 'Sí' en 6.5: ¿En cuánto estima el <b>gasto en royalties</b> de su empresa por el uso de <b>marcas comerciales</b> ? (en US dólares)	N	13	11
		Mínimo	500	800
		Máximo	1000000	425000
		Media	293914.5	104365.24
		Desv. Estándar	401582.639	132815.285

6.7	¿Ha contratado/comprado licencias técnicas (excluya uso de marcas comerciales)?	Sí	3.8	2.8
		No	83.6	86.9
		NR	12.5	10.3
6.8	Sólo quienes responden 'Si' en 6.7: ¿En cuánto estima el gasto en licencias técnicas /royalties de su empresa? (en US dólares)	N	1	1
		Mínimo	80000	80000
		Máximo	80000	80000
		Media	80000	80000
		Desv. Estándar	-	-
6.9	Sólo quienes responden 'Si' en 6.7 De qué tipo de licencia se trataba	Patente de invención		
		Franquicia	38.8	0.0
		Diseño	0.0	0.0
		industrial	0.0	0.0
		Secreto industrial	61.2	100.0
		Otro	0.0	0.0
		NR		
6.10	Sólo quienes responden 'Si' en 6.7 ¿Qué porcentaje de estas licencias son de origen extranjero?	N	7	4
		Mínimo	95	95
		Máximo	100	100
		Media	99.54	99.24
		Desv. Estándar	1.552	2.038
6.11	Número de personas (promedio mensual) que trabajaba en la empresa	N	167	189
		Mínimo	2	1
		Máximo	1200	2600
		Media	142.9	135.43
		Desv. Estándar	220.717	269.873
6.11.1	Número de personas (promedio mensual) No calificadas (obreros)	N	125	143
		Mínimo	0	0
		Máximo	880	1040
		Media	61.17	58.32
		Desv. Estándar	98.327	119.304
6.11.2	Número de personas (promedio mensual) Técnicos (no universitarios)	N	135	150
		Mínimo	0	0
		Máximo	700	1040
		Media	49.22	51.88
		Desv. Estándar	113.598	141.444
6.11.3	Número de personas (promedio mensual) Universitarios	N	129	150
		Mínimo	0	0
		Máximo	600	520
		Media	33.55	30.4
		Desv. Estándar	98.415	88.064
6.12	¿Cuánto era el gasto de su empresa (promedio mensual) en remuneraciones, sueldos y salarios de los trabajadores? (en pesos de cada año)	N	79	91
		Mínimo	200000	300000
		Máximo	500000000	495000000
		Media	51669739.87	57723645.31
		Desv. Estándar	99942687.55	102442033.9

**10.2 Análisis de impacto incluyendo sólo a beneficiarios exportadores**

Tomando como criterio que las empresas tuvieran información de exportaciones sobre las variables utilizadas para el *matching propensity score* variables para el año 1995 y para el período 1996-2001, las empresas se redujeron desde 23.861 empresas a 4.219 empresas las que se dividen en 102 empresas beneficiarias y 4.117 empresas no beneficiarias. El Cuadro N° 61 presenta información descriptiva de las variables disponibles para el año 1995.

Tal como se observa del Cuadro N° 61 un 42,2% de empresas beneficiarias y un 37,5% de empresas no beneficiarias cuentan con 5 años de experiencia (antigüedad) exportadora al año 1995. Un 42,2% de las empresas beneficiarias recibieron beneficios en el período 1990-1995 mientras que un 9,4% de las empresas no beneficiarias recibieron algún beneficio en dicho período. De acuerdo al sector del producto principal al año 1995, tanto para el caso de las beneficiarias como para las no beneficiarias, el sector que domina es el de Industria con un 84,3% y 78,3% para beneficiarias y no beneficiarias respectivamente. Tal como se mencionara previamente la variable Volumen Exportado se encuentra expresada en miles US\$/año y alrededor del 45% del total de empresas (44,1% para beneficiarias y 45,4% para no beneficiarias) se encuentra en el rango de 100-10.000 miles de US\$. En relación con la ubicación, la Región Metropolitana domina con un 72,5% de las empresas beneficiarias y un 69,3% de las empresas no beneficiarias respectivamente. Finalmente, el número de productos exportados al año 1995 va desde cero hasta un máximo de 283 productos para el caso de las empresas beneficiarias, con un 33,3% de los casos concentrados entre 3 a 10 productos. En el caso de las empresas no beneficiarias, el 49,1% de ellas cuentan con 1 hasta 2 productos exportados en dicho año.

**Cuadro N° 61 ESTADÍSTICAS DESCRIPTIVAS BASES DE EMPRESAS**

Variable	Beneficiarios		No Beneficiario		Total	
	Casos	%	Casos	%	Casos	%
<b>Años de Beneficio 1996-2001</b>						
0	0	0.0%	4117	100.0%	4117	97.6%
1	29	28.4%	0	0.0%	29	0.7%
2	28	27.5%	0	0.0%	28	0.7%
3	19	18.6%	0	0.0%	19	0.5%
4	13	12.7%	0	0.0%	13	0.3%
5	13	12.7%	0	0.0%	13	0.3%
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100.0%</b>	<b>4117</b>	<b>100.0%</b>	<b>4219</b>	<b>100.0%</b>
<b>Antigüedad exportadora al 95</b>						
0	27	26.5%	74	1.8%	101	2.4%
1	6	5.9%	759	18.4%	765	18.1%
2	8	7.8%	676	16.4%	684	16.2%
3	8	7.8%	549	13.3%	557	13.2%
4	10	9.8%	517	12.6%	527	12.5%
5	43	42.2%	1542	37.5%	1585	37.6%
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100.0%</b>	<b>4117</b>	<b>100.0%</b>	<b>4219</b>	<b>100.0%</b>
<b>Años de Beneficio 1990-1995</b>						

0	59	57.8%	3730	90.6%	3789	89.8%
1	11	10.8%	148	3.6%	159	3.8%
2	8	7.8%	108	2.6%	116	2.7%
3	8	7.8%	49	1.2%	57	1.4%
4	5	4.9%	44	1.1%	49	1.2%
5	6	5.9%	22	0.5%	28	0.7%
6	5	4.9%	16	0.4%	21	0.5%
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100.0%</b>	<b>4117</b>	<b>100.0%</b>	<b>4219</b>	<b>100.0%</b>
<b>Sector productivo principal 1995</b>						
Sector Primario	9	8.8%	749	18.2%	758	18.0%
Sector Minero	1	1.0%	65	1.6%	66	1.6%
Sector Industria	86	84.3%	3223	78.3%	3309	78.4%
Sector Otros	6	5.9%	80	1.9%	86	2.0%
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100.0%</b>	<b>4117</b>	<b>100.0%</b>	<b>4219</b>	<b>100.0%</b>
<b>Exportaciones año 1995 (miles US\$)</b>						
0 - 10	28	27.5%	792	19.2%	820	19.4%
10 - 100	18	17.6%	1289	31.3%	1307	31.0%
100 - 10.000	45	44.1%	1869	45.4%	1914	45.4%
10.000 hasta > 100.000	11	10.8%	167	4.1%	178	4.2%
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100.0%</b>	<b>4117</b>	<b>100.0%</b>	<b>4219</b>	<b>100.0%</b>
<b>Región de residencia año 1995</b>						
Zona Norte (I, II, III, IV y V)	10	9.8%	591	14.4%	601	14.2%
Zona Sur (VI, VII, VIII, IX, X, XI y XII)	18	17.6%	671	16.3%	689	16.3%
Zona Centro (RM)	74	72.5%	2855	69.3%	2929	69.4%
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100.0%</b>	<b>4117</b>	<b>100.0%</b>	<b>4219</b>	<b>100.0%</b>
<b>Número productos exportados 1995</b>						
0	19	18.6%	74	1.8%	93	2.2%
1 hasta 2	29	28.4%	2020	49.1%	2049	48.6%
3 hasta 10	34	33.3%	1420	34.5%	1454	34.5%
11 hasta 283	20	19.6%	603	14.6%	623	14.8%
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100.0%</b>	<b>4117</b>	<b>100.0%</b>	<b>4219</b>	<b>100.0%</b>

El Cuadro N° 62 muestra variables promedio para el período 1996-2001 del volumen exportado y del número de productos exportados. El estrato más numeroso de beneficiarios corresponde a exportadores de USD 100 mil y un millón (27,5%), al igual que en las empresas comparaciones (23,9%).

Cuadro N° 62 VARIABLES DE EXPORTACIONES (PROMEDIO 1996-2001)

Variable	Beneficiarios		No Beneficiario		Total	
	Casos	%	Casos	%	Casos	%
<b>Promedio Volumen Exportado 1996-2001 (miles US\$)</b>						
0-10	18	17.6%	675	16.4%	693	16.4%
10-50	14	13.7%	968	23.5%	982	23.3%
50-100	9	8.8%	732	17.8%	741	17.6%
100-1.000	28	27.5%	983	23.9%	1011	24.0%

<sup>82</sup> El Sector Primario comprende los códigos CIU 1111-35; el Sector Minería los códigos 2110-20, 2201-02, 2310-21 y 2401; el Sector Industria los códigos 3111-40, 3211-43, 3311-20, 3411-29, 3511-60, 611-99, 3710-29, 3800-53 y 3911-99; y el Sector Otros los códigos 8548, 9411, 9490 y 9990.

1.000-10.000	18	17.6%	587	14.3%	605	14.3%
10.000-100.000	14	13.7%	154	3.7%	168	4.0%
100,000 y más	1	1.0%	18	0.4%	19	0.5%
Total	102	100.0%	4117	100.0%	4219	100.0%
<b>Promedio de Productos exportados 1996-2001</b>						
0	1	1.0%	28	0.7%	29	0.7%
1	25	24.5%	1167	28.3%	1192	28.3%
De 2 hasta 3	19	18.6%	1216	29.5%	1235	29.3%
De 4 hasta 10	34	33.3%	1134	27.5%	1168	27.7%
Mayor a 10	23	22.5%	572	13.9%	595	14.1%
Total	102	100.0%	4117	100.0%	4219	100.0%

### 10.2.1 Resultados De Estimacion No Parametricas

La estrategia de estimación comprendió en primer lugar la comparación entre beneficiarios y no beneficiarios sin considerar tratamientos múltiples y en segundo lugar, la comparación considerando el caso de tratamientos múltiples.

#### 10.2.1.1 Comparación Sin Tratamiento Múltiple

##### 10.2.1.1.1 Estimación de la participación en el programa

Dada la información contenida en las bases de datos se estima un modelo de participación en el FPE en el período 1996-2001 usando como variables explicativas: la antigüedad exportadora al año 1995; el número de años de beneficio en el período 1990-1995; el número de productos exportados en el año 1995; tres variables dummies para las categorías de tamaño de empresa (micro, pequeña y empresas de tamaño intermedio para el año 1995; la categoría excluida es tamaño grande);<sup>63</sup> tres variables dummies para los sectores productivos primario, minería e industria para el año 1995 (la categoría excluida es el sector otros); y dos dummies para las zonas geográficas norte y sur para el año 1995 (la categoría excluida es la zona centro). Se supone que estas variables reflejan adecuadamente la situación pre-programa (período 1996-2001) para los beneficiarios.

Los principales resultados econométricos para el Logit binario de participación se presentan en el Cuadro N° 63 . Como el objetivo de los Propensity Scores es predecir la probabilidad de participar en el programa, en la segunda etapa no se pone especial importancia a la significancia estadística de las variables. En cambio, se elige el modelo que presenta el mayor valor de la función de verosimilitud.

Cuadro N° 63 PROFENSITY SCORES \*

Variables	Coefficientes
Constante	-2,2235 (0.0008)
Antigüedad exportadora año 1995	-0.2420 (0.0013)
Años de beneficio período 1990-1995	0.5333 (0.0000)
Productos exportados año 1995	0.0075 (0.1539)
Dummy micro empresa	-0.7761 (0.1043)
Dummy empresa pequeña	-1.2675 (0.0059)
Dummy empresa intermedio	-0.7615 (0.0518)
Dummy sector primario	-0.7599 (0.2020)
Dummy sector minería	-0.6604 (0.5642)
Dummy sector industria	-0.1751 (0.7230)
Dummy zona norte	-0.1901 (0.5842)
Dummy zona sur	0.1088 (0.7096)
Observations	4.219
-2 Log Likelihood	664.295
R Cuadrado de Cox & Snell	0.023
R Cuadrado de Nagelkerke	0.113
R Cuadrado de McFadden	0.102

\* Nivel de Significancia en paréntesis.

En base a estos parámetros estimados se predice para cada empresa en la muestra su probabilidad de ser beneficiaria de FPE en el período 1996-2001. El Cuadro N° 64 presenta estadísticos descriptivos para la probabilidad predicha, para toda la muestra y para las empresas beneficiarias y no beneficiarias.<sup>84</sup>

<sup>83</sup> La categoría micro empresa incluye a aquellas que presentan un volumen exportado (en miles de US\$ año) entre 0-10; la categoría pequeña entre 10-100; la categoría Intermedia entre 100-10.000; y la categoría grande mayor a 10.000.

<sup>84</sup> Las probabilidades predichas se construyen a partir de la estimación reportada en el Cuadro, usando los coeficientes reportados y la información de cada empresa en la muestra.

**Cuadro N° 64 ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS PARA LA PROBABILIDAD PREDICHA**

	<b>N</b>	<b>Minimum</b>	<b>Maximum</b>	<b>Mean</b>	<b>Std. Deviation</b>
Toda La muestra	4.219	0.00	0.51	0.0241	0.0354
Empresas Beneficiarias	102	0.01	0.42	0.0691	0.0935
Empresas no Beneficiarias	4.117	0.00	0.51	0.0230	0.0319

## 10.2.1.1.2 Estimación de impacto de los beneficios

Se trabaja con estimadores de Matching de diferencias en diferencias (DD) - el que compara el cambio en los resultados para los beneficiarios y para los controles entre la situación base y la situación post programa. Específicamente el estimador de Matching que se usa es el Estimador de Vecinos Cercanos. El parámetro que se estima es el impacto que ha tenido el FPE sobre las empresas beneficiarias (estimador conocido como "treatment on the treated") y la medida de resultado considerada es el cambio en el volumen exportado. El Cuadro N° 65 presenta información relativa al test de diferencias de medias (suponiendo varianzas conocidas).

**Cuadro N° 65 PROMEDIOS Y TEST DE MEDIAS PARA LA VARIABLE CAMBIO EN VOLUMEN EXPORTADO (EN MILES DE US\$)**

<b>Tipo de firma</b>	<b>Cambio Volumen Exportado</b>
Beneficiarios	2.980,83 (15.907,12)
Control	206,45 (7.491,31)
Diferencia	2.774,38
Estadígrafo	1,7566
Valor P	0,0401

Nota: La columna cambio reporta la diferencia entre el volumensexportado entre 1996-2001 (en promedio) y el año 1995.

Los principales resultados de estimación del impacto del FPE se presentan en el Cuadro N° 66 . En este Cuadro se presentan estimaciones para 5, 10, 20 y 30 vecinos, para la variable de resultado.

De este cuadro se puede observar un efecto positivo y estadísticamente significativo al 5% del FPE sobre el volumen exportado (en miles de US\$/año) cuando se usan 30 vecinos cercanos.

**Cuadro N° 66 ESTIMACIÓN DEL IMPACTO DEL FPE SOBRE EL VOLUMEN EXPORTADO (EN MILES DE US\$/AÑO)**

Número de Vecinos	Diferencia Volumen Exportado
5	US\$2.612,0 (1.566,3)
10	US\$2.641,3 (1.560,5)
20	US\$2.624,7 (1.573,0)
30	US\$2.846,7 (1.617,7)
Tamaño Muestra	4.219

\* En paréntesis desviaciones estándar calculadas con la técnica de Bootstrapping.

#### 10.2.1.2 Comparación con Tratamiento Múltiple

Debido al reducido número de empresas beneficiarias (102 empresas), se procedió del siguiente modo:

En primer lugar, se dividió el universo de empresas beneficiarias y no beneficiarias de acuerdo al número de años que han recibido FPE, independientemente de si los proyectos corresponden o no a la misma línea de acción. Para estos efectos se utilizan tres categorías para dividir al total de 4.219 empresas en la muestra:

- No Beneficiarias: 4.117 empresas.
- Beneficiarias en 1 o 2 años: 57 empresas<sup>85</sup>
- Beneficiarias en más de 2 años: 45 empresas<sup>86</sup>

En segundo lugar, se estimó un modelo de elección multinomial para obtener la probabilidad estimada de estar en cada una de las tres categorías definidas previamente. Esta estimación proveyó el vector de probabilidades predichas de que la empresa  $i$ -ésima pertenezca a cada una de las tres categorías mencionadas previamente:

$$[\hat{P}_i^1(X_i), \hat{P}_i^2(X_i), \hat{P}_i^3(X_i)]$$

<sup>85</sup> Comprende 29 empresas con sólo 1 año de beneficio y 28 empresas con 2 años de beneficios.

<sup>86</sup> Comprende 19 empresas con 3 años de beneficios, 13 empresas con 4 años de beneficios y 13 empresas con 5 años de beneficios.

Para aquellas empresas que caen en la categoría de presentar 1 o 2 años de beneficios del FPE se les compara con el universo de no beneficiarios (empresas con cero proyectos) de manera similar a lo explicado previamente. Para aquellas empresas que caen en la categoría de presentar tres o más años de beneficios FPE lo relevante es compararlas con empresas beneficiarias de 1 o 2 años de beneficios FPE con el objeto de obtener el impacto marginal de la categoría. Para estos efectos se procede como sigue:

Se elige una empresa beneficiaria de la categoría de tres o más años de beneficios FPE. Usando el método de vecinos cercanos se elige un número definido de beneficiarios de la sub muestra de beneficiarios de 1 o 2 años de beneficios FPE (por ejemplo, se eligen cinco vecinos cercanos). Para definir cuáles cinco vecinos considerar se tomarán aquellas empresas provenientes de la categoría de 1 o 2 años de beneficios FPE que tengan un vector de probabilidades multinomiales que, en términos de distancia vectorial, se encuentren más cercano al vector de probabilidades que presenta la empresa beneficiaria de tres o más años de beneficios. A continuación usando estos cinco vecinos cercanos se calcula el resultado de diferencias en diferencias para la variable de impacto considerada para esta empresa beneficiaria. Se elige la siguiente empresa beneficiaria de la categoría de 1 o 2 años de beneficios y se continúa el proceso anterior hasta que no queden empresas con 1 o 2 años de beneficios. El efecto marginal de estar en la categoría con tres o más años versus la categoría de 1 o 2 se obtiene de promediar los impactos obtenidos para cada empresa.

#### 10.2.1.2.1 Estimación de las Probabilidades Multinomiales

La estimación de la probabilidad multinomial es uno de los elementos principales para poder aplicar la metodología descrita previamente. Para estos efectos se estima un modelo multinomial Logit para las tres categorías descritas previamente y usando como variables explicativas las mismas utilizadas en la sección anterior.<sup>87</sup>

Los principales resultados econométricos para el Logit multinomial se presentan en el Cuadro N° 67 . Como el objetivo de esta estimación multinomial es predecir la probabilidad de cada una de las tres categorías, (que se utilizan posteriormente para elegir a las comparaciones), no se pone especial importancia a la significancia estadística de las variables. En vez, se elige el modelo que presenta el mayor valor de la función de verosimilitud.

---

<sup>87</sup> Se excluyeron las dummies para los sectores productivos primario, minería e industria para el año 1995 ya que al incluirlas el modelo encontraba singularidades en la matriz Hessiana. Esto se debe a que al introducirlas existía una cuasi completa separación en los datos, lo que hacía que algunos de los parámetros estimados tendieran a infinito.

Cuadro N° 67 PROPENSITY SCORES\*

<b>VARIABLES</b>	<b>COEFICIENTES</b>	<b>COEFICIENTES</b>
Constante	4,515 (0,000)	2,344 (0,721)
Antigüedad exportadora año 1995	0,106 (0,356)	-0,252 (0,089)
Años de beneficio período 1990-1995	-0,678 (0,000)	-0,294 (0,011)
Productos exportados año 1995	-0,004 (0,689)	0,008 (0,496)
Dummy micro empresa	-0,255 (0,741)	0,843 (0,367)
Dummy empresa pequeña	-0,581 (0,417)	1,218 (0,172)
Dummy empresa intermedio	0,108 (0,857)	1,595 (0,033)
Dummy zona norte	-0,069 (0,889)	0,329 (0,631)
Dummy zona sur	-0,620 (0,253)	-0,995 (0,116)
Observations	4.219	4.219
-2 Log Likelihood	723.75	723.75
R Cuadrado de Cox & Snell	0,027	0,027
R Cuadrado de Nagelkerke	0,119	0,119
R Cuadrado de McFadden	0,107	0,107

\* Nivel de Significancia en paréntesis. Los coeficientes que se reportan son los elementos de la probabilidad de no ser beneficiario (columna 2) y de haber recibido 1 o 2 años FPE. Los coeficientes de la alternativa haber recibido FPE por 3 o más años se suponen iguales a cero por razones de identificación del modelo.

En base a estos parámetros estimados se predice para cada empresa considerada, la probabilidad de caer en cada uno de las tres alternativas.

#### 10.2.1.2.2 Estimación de los beneficios

En primer lugar se presentan los resultados de comparar a los no beneficiarios en relación con los beneficiarios de 1 o 2 años de FPE. El Cuadro N° 68 presenta los promedios y test de medias para la variable cambio en volumen exportado cuando se comparan los no beneficiarios con los beneficiarios de 1 o 2 años de FPE.

**Cuadro N° 68 PROMEDIOS Y TEST DE MEDIAS PARA LA VARIABLE CAMBIO EN VOLUMEN EXPORTADO (EN MILES DE US\$, PROMEDIO POR EMPRESA)**

	<b>Cambio Volumen Exportado</b>
Beneficiarios	680,702 (15.605,16)
Control	206,456 (7.491,31)
Diferencia	474,246
Estadígrafo	0,306
Valor P	0,3594

*Nota:* La columna cambio reporta la diferencia entre el volumen exportado entre 1996-2001 (en promedio) y el año 1995. Se usan 4117 controles y 57 beneficiarios.

El Cuadro N° 69 presenta los resultados de estimación del impacto del FPE sobre el volumen exportado. En él se reportan los resultados sobre esta variable de resultado para 5, 10, 20 y 30 vecinos cercanos. De este cuadro se puede observar un efecto positivo del FPE sobre el volumen exportado pero que no es estadísticamente significativo al 5%. Por ejemplo, usando un número de 10 vecinos cercanos el impacto estimado es de US\$ 495.22 miles, pero con una desviación estándar de US\$ 2.219, por lo cual el impacto no es estadísticamente significativo al 5%. De aquí se concluye que no existe un impacto positivo entre los no beneficiarios y los beneficiarios de 1 o 2 años de FPE.

**Cuadro N° 69 ESTIMACION DEL IMPACTO DEL FPE SOBRE EL VOLUMEN EXPORTADO (EN MILES DE US\$/AÑO)**

<b>Número de Vecinos</b>	<b>Diferencia Volumen Exportado</b>
5	US\$474,67 (2.314,4)
10	US\$495,22 (2.218,5)
20	US\$438,25 (2.134,0)
30	US\$343,07 (2.134,7)
Tamaño Muestra	4.174

\* En paréntesis desviaciones estándar calculadas con la técnica de Bootstrapping.

A continuación se presentan los resultados de comparar a los beneficiarios de 3 y más años de FPE en relación con los beneficiarios de 1 o 2 años de FPE. El Cuadro N° 70 presenta los promedios y test de medias para la variable cambio en volumen exportado cuando se comparan a

estos dos tipos de beneficiarios.

**Cuadro N° 70 PROMEDIOS Y TEST DE MEDIAS PARA LA VARIABLE  
CAMBIO EN VOLUMEN EXPORTADO  
(EN MILES DE US\$, PROMEDIO POR EMPRESA)**

Tipo de beneficiario	Cambio Volumen Exportado
Beneficiarios de 3 o más años de FPE	5.894,33 (15.980,08)
Beneficiarios de 1 o 2 años de FPE	680,70 (15.605,16)
Diferencia	5.213,63
Estadígrafo	3,365
Valor P	0,000

*Nota:* La columna cambio reporta la diferencia entre el volumen exportado entre 1996-2001 (en promedio) y el año 1995. Se usan 45 beneficiarios de 3 y más años y 57 beneficiarios de 1 o 2 años de FPE.

El Cuadro N° 71 presenta los resultados de estimación sobre el volumen exportado para 5, 10, 20 y 30 vecinos cercanos. De este cuadro se puede observar un efecto positivo del FPE sobre el volumen exportado el cual es estadísticamente significativo al 5% para 5, 10 y 30 vecinos cercanos y es estadísticamente significativo al 8% para 20 vecinos cercanos.

**Cuadro N° 71 ESTIMACION DEL IMPACTO DEL FPE SOBRE EL  
VOLUMEN EXPORTADO (EN MILES DE US\$/AÑO)**

Número de Vecinos	Diferencia Volumen Exportado
5	US\$6.330,8 (3.515,20)
10	US\$5.457,0 (3.172,9)
20	US\$4.446,8 (3.079,0)
30	US\$4.658,1 (2.803,7)
Tamaño Muestra	102

▪ En paréntesis desviaciones estándar calculadas con la técnica de Bootstrapping.

### 10.2.1.3 Principales Conclusiones

Se obtuvo un efecto estadísticamente significativo y positivo del FPE sobre el volumen exportado al comparar beneficiarios bis a bis controles. Sin embargo, un análisis del efecto

marginal de cada año de beneficios del FPE indica que no hay diferencias al comparar no beneficiarios con beneficiarios de 1 o 2 años de FPE. La gran diferencia surge al introducir a los beneficiarios de 3 o más años de FPE en donde no tan sólo tienen un impacto positivo y estadísticamente significativo en relación con los de 1 o 2 años de FPE, sino que contribuyen a hacer que los beneficiarios muestren un efecto positivo y estadísticamente significativo sobre el volumen exportado.

**10.3 Anexo análisis de madurez****Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.250	.062	.061	15570672.2634

a Predictors: (Constant), MADUREZ 1990-2001 (Último Beneficio), Sector Industria, Tamagno Grande, Region Sur, Dummy Beneficiaria FPE 1996-2001, Nro. de Beneficios FPE antes 1996

**ANOVA**

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	93556585144235800	6	15592764190705960	64.314	.000
Residual	1408610299813899000	5810	242445834735610.8		
Total	1502166884958134000	5816			

a Predictors: (Constant), MADUREZ 1990-2001 (Último Beneficio), Sector Industria, Tamagno Grande, Region Sur, Dummy Beneficiaria FPE 1996-2001, Nro. de Beneficios FPE antes 1996

b Dependent Variable: IMPACT

**Coefficients**

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	-556252.096	335181.577		-1.660	.097
Sector Industria	608692.837	428319.757	.019	1.421	.155
Region Sur	1719979.544	595225.068	.038	2.890	.004
Dummy Beneficiaria FPE 1996-2001	-1409849.972	693068.028	-.030	-2.034	.042
Nro. de Beneficios FPE antes 1996	469234.368	106771.709	.064	4.395	.000
Tamagno Grande	-22199128.858	1201368.155	-.242	-18.478	.000
MADUREZ 1990-2001 (Último Beneficio)	-85979.710	121711.936	-.010	-.706	.480

a Dependent Variable: IMPACT

INFORME FINAL

**ESTUDIO ETAPA  
CUALITATIVA**

**“EVALUACIÓN DE  
IMPACTO DEL  
FONDO DE PROMOCIÓN  
DE  
EXPORTACIONES”**

UNIVERSIDAD ALBERTO  
HURTADO

**Mayo 2002**

**INTRODUCCION**

CIDE, Centro de Investigación y Desarrollo de la Educación, entrega el presente informe dentro del marco de una investigación que esta llevando a cabo la Universidad Alberto Hurtado consistente en analizar algunos componentes específicos del Fondo de Promoción de Exportaciones impulsado por ProChile.

Mediante la utilización de la técnica cualitativa de entrevistas focalizadas, se llevó a cabo un estudio que consideró la realización de 10 entrevistas, que comprendió 5 beneficiarios del programa y 5 no beneficiarios cuya selección fue proporcionado por los investigadores principales del estudio.

**I. ANTECEDENTES GENERALES**

Se realizaron entrevistas focalizadas entre los meses de mayo y junio a diferentes empresas.

Las entrevistas fueron contactadas a partir de una base de datos proporcionada por los investigadores a cargo del proyecto. Una vez concertadas las entrevistas se acudió a los lugares de trabajo de cada empresario y se aplicó una pauta de entrevista con preguntas abiertas. Cada entrevista tuvo una duración de aproximadamente 1 hora.

A continuación se entrega la ficha de cada empresario entrevistado, en ella se identifica el nombre, empresa, cargo y si es beneficiario o no.

**FICHA DE ENTREVISTAS**

<b>BENEFICIARIOS</b>		
<b>NOMBRE</b>	<b>EMPRESA</b>	<b>CARGO</b>
Rodolfo Berger	COESAM	Encargado de Exportaciones
Alejandro Meza	ERMEZ	Gerente
Manuel Reyes	Fabrica de Escobillas Industriales	Encargado de Exportaciones
Mauricio Baeza	Geomar	Gerente General
Arturo Millard	GEO SIG	Gerente General

<b>NO BENEFICIARIOS</b>		
<b>NOMBRE</b>	<b>EMPRESA</b>	<b>CARGO</b>
Anibal Garfías	A.J. Ingenieros	Gerente
Jeanette Villanueva	Acuña Hnos.	Encargada de exportaciones
Paulina Brunner	Editorial Patris	Gerente General
Verónica Gatica	Adinca S.A.	Encargada de Contabilidad
Ricardo Schanon	MK Asfalto Moldeables Chile	Encargado de exportaciones

## **II. OBJETIVO DEL ESTUDIO**

Los objetivos y líneas de indagación a desarrollar en esta fase involucran la detección de contenidos, claves y aspectos relevantes de evaluación relacionados con las percepciones de beneficiarios y no beneficiarios, acerca de los resultados y funcionamiento del FPE, y sus distintos programas, con interés por sí mismo y que sirvan de insumo para la elaboración del instrumento a utilizar en la fase cuantitativa que le sigue.

### **III. Objetivos Específicos**

1. Establecer el nivel de conocimiento básico acerca de los programas de promoción de exportaciones en que participaron y en general
2. Determinar el nivel de satisfacción de usuarios de los diferentes programas en que han participado.
3. Determinar el nivel de satisfacción con la política de promoción de exportaciones de la empresa
4. Determinar los elementos espontáneos asociados a evaluación respecto de las diferentes etapas del proceso.
5. Determinar cuáles fueron los elementos más importantes para exportar mejor
6. Describir las percepciones acerca de pertinencia de los costos
7. Caracterizar el Posicionamiento de imagen de ProChile

## **IV. METODOLOGIA Y TECNICA DE INVESTIGACION**

El acercamiento y descripción de la evaluación de las diversas experiencias de exportación, se hizo a través del discurso, aquello que los sujetos dicen o manifiesta los deseos, creencias, experiencias y fines de los entrevistados.

Para recoger este discurso se utilizó la entrevista focalizada. La entrevista focalizada es una conversación cara a cara con el entrevistado donde se desarrollan diversos temas de interés en la que dos personas cooperan en mantener un único centro de atención generalmente por turno (Goffman)

La pauta utilizada es un guión temático que recoge los objetivos de la investigación y focaliza la interacción, donde la pauta esta organizada y estructurada secuencialmente. Se trata de que la persona entrevistada produzca información sobre todos los temas que nos interesan.

Las entrevistas fueron grabadas en una cinta de audio con la finalidad de rescatar la información a cabalidad. Posteriormente se transcribieron cada una de ellas.

## **V. ÁMBITOS TEMÁTICOS EN QUE SE CONSTRUYE EL DISCURSO DE LOS EMPRESARIOS BENEFICIARIOS DEL FPE**

### **1. Conocimiento general sobre el Fondo de Promoción de Exportaciones (FPE)**

A través de una pregunta inicial, dada por el entrevistador se indagó en el grado de conocimiento del FPE.

Primeramente se indagó acerca del nivel de conocimiento del fondo de promoción de exportaciones a nivel general y espontáneo. En un primer ámbito, se percibe el FPE como una ayuda y que siempre es útil al momento de pensar en las exportaciones. El conocimiento asociado al FPE se desarrolla principalmente en el ámbito que les compete de acuerdo a la propia experiencia, no existiendo mayoritariamente un conocimiento más acabado del tema.

"Ayuda con un financiamiento que nunca está demás."<sup>1</sup>

"Es una ayuda, digamos..."

"El fondo para nosotros ha sido un banco, en lugar de haber este fondo de ProChile a lo mejor deberían haber bancos privados que den esta misma función digamos. Porque lo que a nosotros lo único que nos interesa es que nos entreguen dinero para que nosotros podamos financiar a medias digamos, los costos que tienen todos estos viajes, visitas y cosas así"

"Básicamente hay varios fondos que ayudan a la parte exportaciones, es una ayuda"

"Fondo de promoción de exportaciones, no sé si habrá otro, pero el fondo de promoción de exportaciones cuando se abre una o dos veces al año y que se que se cierra con cada año digamos"

" El Fondo no lo ocupamos, no le puedo decir bien de que se trata, excepto hemos visto una sola aplicación"

"No esperamos de ellos otra cosa que nos cooperen en el financiamiento"

"... creo que es ProChile CORFO..."

Respecto del tipo de FPE en que participaron, los entrevistados han tenido diversas experiencias, tanto en la prospección, penetración y mantención.

### **2. Niveles de satisfacción general con el/los proyectos o programas en que han participado.**

En un primer nivel, se puede observar que los entrevistados manifiestan un alto grado de conformidad. En un segundo orden su satisfacción los lleva a considerar que su propia relación con ProChile se mantiene gracias a que se sienten acogidos por esta institución y dejan claramente expuesto sus intenciones de seguir trabajando con ProChile

"Bastante buenos, les pondría un 5.5 en una escala del 1 al 7. "

"Le pondría una nota digamos de seis, por que siempre se puede mejorar"

---

<sup>1</sup> Entre comillas, citas textuales de las entrevistas

“Nosotros hemos tenido siempre una excelente relación... por lo tanto, si no estuviésemos satisfechos con lo que está haciendo ProChile, realmente no estaríamos en tantas cosas marcadas con ellos.”

“La acogida ha sido excelente en verdad, muy buena”

En un segundo nivel, se puede observar que a pesar de manifestar su satisfacción con la experiencia de participar en el FPE, algunos entrevistados tienen reparos frente a ciertos aspectos del FPE. Un primer elemento es que quienes están más ligados a empresas de software o ingeniería, consideran que el FPE necesita modernizarse en aspectos relacionados con esas áreas de exportación. En éste sentido se observa que en varios casos el FPE no está lo suficientemente modernizado de acuerdo a ciertos rubros de la exportación que tiene una complejidad mayor, a modo de ejemplo la exportación de ingeniería en software.

“Creo que también está bastante bien, pero como le decía esta (ProChile) gente tiene que adecuarse a los tiempos de hoy.”

“Ellos, desde el punto de vista técnico, no pueden ayudarnos mucho porque es una materia muy desconocida para ellos”

“Es decir un país que quiere ser un país desarrollado, necesariamente tiene que ir construyendo las bases de profesionales, tecnológica y con Know How propio.”

Un tercer nivel es el grado de satisfacción con la asesoría que el FPE ha prestado a los empresarios en los proyectos que han desarrollado, esta puede ser calificada de positiva, especialmente con los ejecutivos asignados a cada uno de los empresarios y cómo estos se han compenetrado en las materias exportadoras.

“Primero que hemos tenido una muy buena llegada con el ejecutivo que nos ha tocado en ProChile”

“La acogida ha sido excelente en verdad, muy buena”

“Una persona extremadamente ejecutiva, muy llano a colaborar con nosotros, a hacernos fácil el trabajo administrativo, a orientarnos en términos estratégicos y creo que hay una buena disposición de parte de él. Yo la veo, la entidad a través de él. Ya en ese sentido son muy buenos”

## **2.1. CALIFICACIÓN DE LA INSTITUCIÓN PATROCINANTE / FINANCIANTE FPE**

Existe una calificación positiva tanto de FPE como de ProChile, la que se expresa en que esta institución es necesaria para promover las exportaciones de quienes no han tenido forma de hacerlo, y por otra parte, es una ayuda a quienes ya exportaban con anterioridad a poder planificar mejor. En éste sentido, una apreciación general es que la institución patrocinante ayuda a ordenar los recursos y da nuevas oportunidades de negocios a quienes no han tenido los recursos ni oportunidades de exportar.

“Bueno, creo que es una forma de ordenar los como se llama, los recursos”

“Esfuerzo que hace la gente de ProChile y que logran tener clientes como nosotros y que al final van a salir exportando algo”

"Hay que pensar que habían otras empresas que no lo habían hecho y no lo podían hacer con recursos propios, hoy día probablemente estén haciendo un esfuerzo grande, colocando un porcentaje determinado el programa y el resto lo coloca ProChile, yo creo que es una labor muy significativa el aporte"

"Yo lo califico de muy bueno (FPE), , que países pobres como nosotros puedan tener la opción de disponer de estos fondos para gente que los pueda aprovechar"

Quienes no están del todo satisfechos, plantean que el FPE tuviese la precisión de clasificar las diferentes áreas de servicios que hoy en día producto de la globalización se están desarrollando, esta opinión es compartida por varios empresarios. So observa que a juicio de los entrevistados, existe un bajo o casi nulo interés en la industria tecnológica, .

"nos gustaría que el fondo de promoción de exportaciones fuera mucho mas dirigido, mucho mas canalizado, que estuviera especialmente canalizado y que tuviera algunos niveles de importancia" (empresa de software)

"Ellos (FPE), desde el punto de vista técnico, no pueden ayudarnos mucho porque es una materia muy desconocida para ellos" (empresa de software)

"nosotros quisiéramos tener, quisiéramos que el fondo de promociones, creyera en la industria tecnológica"

## **2.2 Elementos espontáneos asociados a evaluación**

### **2.2.1. Proceso de postulación**

En un primer nivel de asociación relacionado con la postulación a los programas, se puede destacar que éste no ha sido del todo claro ni preciso al momento de postular. Este proceso, según el relato de los participantes se realiza mediante un software que entrega todos los elementos básicos y bases técnicas que deben cumplir los postulantes, sin embargo, este proceso se ha visto empañado debido a deficiencias técnicas, específicamente computacionales que hizo engorroso este proceso.

"El sistema computacional el año pasado fue bastante más desastroso en cuanto a la parte práctica de la postulación misma"

"Hubo gente que incluso que tuvo que llegar a ProChile mismo con el software y los diskettes o los CD cargados y prácticamente allá mismo mostrarle a las personas lo que tenían hecho para poder salvar la información y poder postular"

En un segundo nivel, ya no tan relacionado con la dinámica computacional, otras expresiones de malestar surgieron en los diferentes discursos, estos se dieron específicamente por que las bases no son lo suficientemente claras, es más, algunas personas manifestaron que ProChile tampoco tenía claridad en algunos aspectos relacionados con la postulación

"Obviamente es un proceso complicado por lo que pude captar de la gente que lo hizo. La gente que lo llenó llamaba a ProChile y ni ellos mismos sabían como proceder a ciertas respuestas, es bastante engorroso"

"Me tocó estar en una reunión en la cual se explicaba un poco el funcionamiento del paquete o el software"

"Se de fuentes externas otros empresarios que fue horroroso, incluso gente que creo no pudo presentar finalmente los proyectos."

Un tercer nivel de beneficiarios que participaron en el programa, manifestó que no hubo problemas en la postulación, que se encuentran satisfechos con el proceso, y que de alguna forma éste tipo de iniciativas los ayuda a ordenarse y clarificar el negocio

"creo que el concepto detrás de la postulación es muy positivo, o sea, creo que obliga a pensar primero que, cuánto me va acostar, y cuáles son los beneficios que voy a obtener".

"En realidad es bastante normal, la verdad es que no requiere un grado mayor de conocimiento, no es muy complejo poder acceder a este tipo de fondos"

### **2.2.2. DESARROLLO Y RESULTADOS DEL PROGRAMA**

Respecto de la experiencia de las empresas en la implementación del programa y su desarrollo, en general están satisfechas con el apoyo que el FPE ha brindado en sus respectivas áreas. Los niveles de satisfacción pasan en un primer nivel por que consideran que a pesar de las crisis económicas de los países a los cuáles exportan, el apoyo del Fondo es fundamental para su éxito. Otro elemento a destacar es el acompañamiento de ProChile a sus negocios es óptimo.

"Nosotros muy bien, vamos a tener un éxito creo más grande, a pesar de los tiempos extraordinariamente difíciles... creo yo que va a ser un programa exitoso"

"llevan un seguimiento, el ejecutivo que nos corresponde a nosotros, se nota que está muy encima del proyecto, lo está persiguiendo en forma muy oportuna"

"estamos bien contentos en el sentido de que el programa se ha podido desarrollar y los resultados han sido buenos para nosotros como empresa"

Un segundo nivel presenta cierta insatisfacción que más allá de la asesoría y apoyo que el fondo proporciona, se relaciona primeramente con el financiamiento ya que se considera que éste es insuficiente frente a lo que los empresarios aspiran. Respecto de éste punto, se puede mencionar que algunas empresas expresan que su desempeño individual, independientemente del fondo, han sido capaces de operar autónomamente.

"Yo creo que los proyectos han sido positivos, han sido buenos, pero han sido insuficientes"

"yo de ProChile tengo una representación bastante baja, la empresa nuestra ha sido ha sido básicamente autónoma, el esfuerzo nuestro ha sido muy importante producto que los socios de esta compañía"

"nosotros hacemos nuestra misión, después presentamos todos los fondos a ProChile, y al poco tiempo, recibimos el reembolso del aporte de ProChile."

En cuanto a la evaluación de resultados, es muy positiva en cuanto a que los empresarios se sienten apoyados y que existe un trabajo en conjunto con el desarrollo de los proyectos.

"Nosotros hemos logrado desarrollar nuevos elementos de promoción de exportaciones, todas son cosas que pertenecen al programa y que hemos ido trabajándolas muy bien"

"Yo creo que estamos bien contentos en el sentido de que el programa se ha podido desarrollar y los resultados han sido además han sido buenos para nosotros como empresa. Si han sido buenos los resultados"

Un segundo aspecto relacionado con la evaluación de resultados, es que algunos empresarios consideran que ProChile los ha apoyado principalmente en el aspecto de financiamiento. Este punto es de gran importancia en la medida que se relaciona con aspectos anteriormente mencionados, y es que el apoyo que sienten los empresarios pasa específicamente por el financiamiento y nada más

"Básicamente el apoyo que nos ha entregado ProChile a nosotros es el financiamiento de algunas actividades que nosotros hemos propuesto"

"Nuestro interés muy fuerte el que nosotros invirtamos también nuestros recursos, y en tal sentido yo creo que hemos tenido resultados bastante buenos".

### 2.2.3. DIFUSIÓN Y ACCESO AL PROGRAMA

Respecto de la difusión del programa, en general se observa que los empresarios tienen un bajo o nulo conocimiento de los programas o proyectos que impulsa ProChile. La forma de enterarse de los diferentes postulaciones pasa en primer lugar por una actitud proactiva de la empresa frente a las postulaciones, o sea, llamar a ProChile para enterarse de los procesos. En segundo lugar, la fuente de información se basa en contactos informales con otras empresas.

"No, yo no conozco de difusión del programa, no sé no sé quién haya difundido, no sé. Entiendo que tengo como un relacionamiento de nuestra empresa con ProChile y nadie más sabe de esto"

"Yo no sabía que había difusión de esto, uno tiene que estar llamando a ProChile y lo hace por interés propio, porque de repente uno sabe que hay una feria y entonces llama a ProChile. No hay mucha difusión de esto"

"En general es la información que uno recoge de otras empresas o porque está asociado a determinadas entidades como SOFOFA, ASEXMA, O lo conoce a través de CORFO ya, pero particularmente a través de personas de ProChile conocidas en forma indirecta digamos, supimos que estaban estos fondos".

"No se me ha invitado a otra cosa que sea paralela ni complementaria al tema que estoy tocando".

"ProChile a veces manda información de que hay alguna feria pero no siempre, hay que andar

averiguando, le falta un poquito difusión.”

En un segundo nivel, hay empresarios que consideran su actividad como muy específica y especializada, por lo tanto no esperan que ProChile les brinde mayor especificidad en cuanto a la difusión de ciertos programas, por lo tanto, ellos tienen una actitud muy proactiva en este sentido, ellos siempre están atentos a las oportunidades que puedan encontrar en los programas o proyectos que se impulsan.

“Somos una empresa altamente especializada, la difusión para nosotros es bastante transparente, porque nosotros siempre estamos detrás y estamos muy alertas para poder buscar una alternativa de cómo financiar nuestros proyectos”

“Nosotros vivimos de hacer propuestas, y por lo tanto, hacer un programa o contestar unas bases, es para nosotros, a pesar de todas las problemas que puedan tener las bases, nosotros vamos a lograr entender perfectamente lo que quiere el mandante”

El acceso a los programas del FPE en general no presenta mayor dificultad para los empresarios, éste es considerado primeramente como un trámite burocrático donde cualquiera puede acceder. Sin embargo, éste punto se relaciona con la difusión en cuanto a que ProChile no es pro activo en este sentido, además se menciona que hubo problemas computacionales en el proceso de postulación y acceso al FPE.

“Bueno, el acceso no tiene mayor problema, es bastante simple”

“Fácil, muy fácil. O sea, uno tiene que ir, pagar diez mil pesos, le entregan una carpeta”

“Yo creo que en ese sentido fue quizá un poco de coincidencia haberlo sabido, no porque tuviéramos una información directa de ProChile a nosotros

“En esta oportunidad yo lo encontré desastroso, más que desastroso, sí, ...”

#### **2.2.4. CALIDAD Y CLARIDAD DEL PROGRAMA**

En términos generales, las bases son claras e indican cada proceso que deben efectuar, elemento de gran importancia ya que se hace muy expedito el proceso de postulación. En éste punto hay que resaltar que los beneficiarios tienen experiencia previa en fondos concursables, por lo tanto, el postular a este fondo no implicó mayor dificultad. En segundo lugar, la experiencia de cada empresa y las competencias son dos factores que facilitan los procesos, especialmente si hay ingenieros dentro de los equipos que arman las propuestas.

Un tercer punto que puede ser asociado a lo anterior, es que si las bases están claras y definen los procesos, es que estas pueden ser interpretadas como bases de buena calidad, ya que de no ser así, los beneficiarios se hubiesen manifestado en forma negativa frente a este punto.

“Normalmente están claras digamos, a lo mejor se da una condición muy favorable para nuestra empresa, que de hecho siempre ha estado metida”

“Muy claras, no hay problemas. Lo que pasa es que es que... en el caso de esta empresa o de este tipo de empresa no ofrece ni un tipo de inconveniente, porque esta es una empresa de ingeniería”

"Las bases son bastante lógicas, están bien expresadas, creo que son absolutamente claras, está especificado claramente las responsabilidades, la forma en que debe operar todo el funcionamiento de este convenio, las actividades, los responsables, los tiempos, plazos, garantía".

"Porque esta es un empresa de ingeniería, entonces y todos los que habemos son ingenieros, en consecuencia, los ingenieros están acostumbrados a leer bases y contestar bases".

### **3. NUEVOS CONOCIMIENTOS A PARTIR DE LA PARTICIPACIÓN EN EL PROGRAMA**

Respecto de la adquisición de nuevos conocimientos a partir de la participación en el FPE, los beneficiarios manifiestan que no han adquirido nuevos conocimientos, específicamente por que antes de participar en el fondo, ya estaban exportando lo que implica que tienen bastante experiencia en esta materia.

"Desde que esta empresa se formó, o sea toda nuestra orientación es a exportación. Por lo tanto, el hecho que ahora estemos o no participando en estos fondos concursables de ProChile, en realidad no aporta mucho haber."

"No porque nosotros en el mercado de las exportaciones ya llevamos cuatro ó cinco años. Nosotros no hemos aprendido cosas nuevas".

"No, yo diría que como experiencia exportadora, quizá bueno, es algo como distinto, no en la gestión".

#### **3.1. Aprendizajes de nuevas técnicas empresariales a partir de la participación en el programa**

Un primer nivel de análisis esta centrado en que los empresarios en términos generales, el programa no les ha aportado nuevas técnicas empresariales, por un lado, esto se explica en el punto anterior, tienen experiencia exportadora y no han experimentado mayores cambios.

Nuestro gerente comercial es un excelente vendedor, ya tiene la experiencia de viajar, ir a un lugar donde no conoce prácticamente a nadie, empezar a tomar los contactos pero, sin conocer a nadie, tomar contacto con las empresas

No, yo creo que en el caso de las exportaciones no nos han aportado, en ese sentido el adquirir nuevas formas, nuevas estrategias, o nuevas técnicas que utilizar

Un segundo nivel, esta referido a que el fondo es concebido por algunos empresarios como un banco, del cual el principal producto que les ofrece es el aporte en dinero pero no nuevas técnicas de exportación. Por lo tanto, es altamente valorado el hecho de que ProChile otorgue apoyo monetario, sin embargo, se observa que manifiestan un claro interés porque ProChile les entregue mayores elementos y mejores herramientas en su quehacer

El fondo para nosotros ha sido un banco, en lugar de haber este fondo de ProChile a lo mejor deberían haber bancos privados que den esta misma función digamos. Porque lo que a nosotros lo único que nos interesa es que nos entreguen dinero para que nosotros podamos financiar a medias

El empuje inicial para nosotros fue fundamental, y por eso es que sin duda es que nosotros estamos muy agradecidos, con este empuje inicial, pero ahora necesitamos más que un empuje inicial

Un tercer nivel que se puede observar, está dado porque los empresarios valoran el hecho de poder exportar y conocer nuevas culturas, elementos que los llevan a planificar de mejor ya que cada cultura tiene su propio ritmo y hay que conocer las idiosincrasias antes de realizar cualquier acción comercial.

"No sé, creo que cada mercado es distinto primera cosa, o sea el que diga que todos los mercados son iguales, quiere decir que nunca ha exportado nada"

"(El empresario) , tiene que hacer un buen análisis de cada uno de los mercados donde pretende exportar... hay una idiosincrasia en cada uno de esos países absolutamente diferente a la nuestra"

### 3.2. NUEVOS CONTACTOS

En un primer nivel los beneficiarios del programa reconocen haber generado nuevos contactos a partir de la gestión de los agregados comerciales y las embajadas de aquellos países donde realizaron actividades comerciales.

"Ahí muchas veces ProChile ayuda mucho, no con estos proyectos, sino con los agregados comerciales de ProChile, sobre todo los que son chilenos viviendo afuera"

"Sí, hemos tenido muy buena experiencia, tenemos una buena percepción de cómo la embajada, en aquellas cosas en las que participamos, nos ayudó, en misiones comerciales y tuvimos el apoyo de las embajadas importante, de los agregados comerciales"

"Ellos (ProChile) nos han ayudado sin duda, en muchos casos a realizar los contactos comerciales de aquellas compañías en la cual estaban dentro de nuestro portafolio de posibles clientes"

En un segundo nivel, las empresas consideran que los contactos que puede generar ProChile, es de gran importancia porque se sienten representados y avalados por Chile, lo que les genera seguridad y se sienten respaldados.

"El agregado comercial tiene peso, el agregado comercial representa a nuestro país, por lo tanto tiene el apoyo de la embajada".

"Cuando un agente de ProChile en el exterior llama a las autoridades de los países con que tratamos se solucionan muchos tramites que aparecen cuando no tenemos esta ayuda"

"El hecho que uno vaya con un patrocinio oficial digamos, no es cierto, a los distribuidores les da bastante más seriedad"

### 3.3. CAMBIOS EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL

En términos generales, las empresas no reconocen cambios en la gestión empresarial por el hecho de participar en el fondo. Este aspecto es relevante en la medida que reconocen que ya tienen una experiencia adquirida y que el cómo hacer las cosas es un elemento muy particular y propio que responde a cada ámbito comercial.

"No yo diría que no, esta empresa partió con vocación exportadora y ha quedado con vocación exportadora."

"No, ya veníamos con esta mentalidad de la globalización y la necesidad de lo estratégico que es para una empresa como esta., el hecho de salir al mercado externo es una cosa que está asumida"

"La gestión empresarial nuestra ha sido siempre propiedad nuestra, es decir, nuestro esquema de negocio, nuestro sistema de trabajo, de cómo hacemos el know how en nuestro negocio, siempre ha sido nuestra".

### 4. Percepción sobre la pertinencia para la empresa de los programas de promoción de exportaciones

En un primer nivel, los empresarios están satisfechos con la división de costos que les otorga el FPE, consideran que son razonables los presupuestos otorgados, ya que si tienen experiencia en exportar, y el negocio se ha desarrollado independientemente de los fondos, los montos asignados son concebidos casi en términos de ganancia.

"Casi todos los productos que nos han aprobado, ha tenido un co-financiamiento 50 y 50. Por lo tanto si yo estoy satisfecho y sigo participando en los proyecto, quiere decir que para mí, ese 50% es rentable"

"Yo creo que es el aporte que se requiere y nos brindan, es el que nosotros pedimos, que es razonable, creo que nosotros estamos en capacidad de financiarlo bien, a ver bueno en términos de costo yo creo que ha sido algo razonable"

En un segundo nivel, hay empresarios que se encuentran disconformes con los fondos asignados, especialmente las empresas ligadas a la tecnología. Por una parte, consideran que el fondo no valora aspectos relacionados recursos humanos y recursos materiales (masa crítica). Además consideran que no se tiene la suficiente confianza en ellos, por parte de ProChile, especialmente en las empresas que exportan tecnología.

"Si vamos a ir a hacer un negocio de exportaciones no estén todas las partidas que van a estar involucradas en ese negocio de exportación. Ahí hay tiempo, hay profesionales, hay consultores, hay bienes materiales, hay uso de equipo, hay un montón de cosas. Todas esas cosas no se valoran no están metidas dentro de del financiamiento"

"el financiamiento es absolutamente insuficiente, no da para financiar, ni si quiera una parte de todas las actividades que produce esta compañía. Nosotros realizamos actividades, tenemos masa, y no es flexible."  
"

"(Los fondos) son muy pobres del punto vista de los recursos, lo que disponen, es decir, nosotros

quisiéramos tener, quisiéramos que el fondo de promociones, creyera en la industria tecnológica”

Un tercer nivel esta relacionado con la disconformidad de la distribución de costos, ya que en muchos casos, ProChile rebajó ítems de presupuesto que perjudicaron a los empresarios

“Nosotros estamos invirtiendo mucho más en partidas que no están en el contrato”

“Fuimos rebajados, en varios ítems. Justamente ahora tenemos que hacerle una revisión de cuentas a ProChile y nos vimos bien recortados”

“Sí, yo diría que para este proyecto sí, lo hemos acotado de esa manera. Y creo que incluso en el futuro, creo que aumentemos los valores”

Un cuarto nivel esta relacionado con las diferencias significativas de los costos estimados y los empresarios puntualizan que el fondo condiciona demasiado los costos a financiar y frente a quedarse sin financiamiento, se resignan a los que se les puede proporcionar

“Porque hay restricciones, , pero el fondo financia esto, pero no financia esto, uno si uno quiere acceder al fondo, mejor quedarse con algo de financiamiento en las partidas que se pueda, que quedarse sin nada, inclusive.”

“Sí, en el programa nuestro hubo diferencias significativas, la rebaja de presupuesto.”

#### **4.1. FLEXIBILIDAD DEL PROGRAMA PARA AJUSTAR COSTOS**

En términos generales, se considera que el FPE es poco flexible, específicamente en el ítem de costos, ya que existen muchas actividades asociadas a relaciones comerciales que no son consideradas por el fondo, como por ejemplo el lobby. En este contexto, se propone que el fondo tenga una mentalidad más relacionada con el ámbito privado, que su funcionamiento este mayormente asociado a las prácticas empresariales que a las prácticas proveniente del Estado.

“Yo pienso que podría haber una flexibilización con ProChile de aumentar unos ítems y bajar otros, hay que conversarlos”

“Es un poco rígido, a veces uno gasta tiene que gastar más, es una cosa que normalmente cubre poco ProChile, y que gran parte de las actividades, sobre todo de prospección, las relaciones sociales.”

“Si es poco flexible, si a mí me tocara diseñar un fondo, yo lo haría distinto. Yo le daría una connotación privada mucho más marcada, de incentivos para los todos los que vamos a estar en un armado de un negocio”

“Tal vez si se designara una cantidad global de platas, pudiera ser administrativamente, más fácil de controlar para ProChile, y para uno, tal vez, más fácil de administrar”

“ProChile tiene que sufrir una un cambio importante, se tiene que acercar a los privados, y los privados tienen que ser los analistas que trabajan también en ProChile”

## **5. POSICIONAMIENTO DE IMAGEN**

En un primer nivel, los empresarios reconocen que el haber participado en el proyecto, benefició a la empresa en primer lugar por ir avalado por ProChile, consideran que esta institución da respaldo a empresas con proyecciones comerciales y que son reconocidas por el estado chileno

“A mí me está avalando ProChile, se supone que ProChile no avala a cualquier empresa”

“El hecho que uno vaya con un patrocinio oficial digamos, no es cierto, a los distribuidores les da bastante más seriedad”

“Ahora, en muchos casos, por lo menos, como política nuestra, hacemos participar a los agregados comerciales digamos de ProChile en alguna de las reuniones.”

Chile es un país poco conocido, sin embargo ProChile a logrado dar la imagen de un país estable y eso ayuda mucho.

Un segundo nivel es que los empresarios reconocen que Chile cuenta con una muy buena imagen y posicionamiento en el ámbito comercial, eso ha colaborado y facilitado las relaciones comerciales que han emprendido en mercados externos. Además, y debido a este posicionamiento, los profesionales chilenos cuentan con credibilidad.

“Chile tiene hoy en día un posicionamiento como país muy importante, muy aventajado, comparativamente hablando en cualquier actividad de negocio”

Un tercer nivel esta relacionado con la idea de que las empresas chilenas gozan de un prestigio asociado a la responsabilidad en los compromisos que adquiere, este elemento, de acuerdo a los empresarios, es altamente valorado al momento de hacer negocios.

“cuando se sientan a la mesa con nosotros, a trabajar con la empresa chilena, ellos ciertamente entienden de que están con una con gente seria”

“porque al momento de hacer negocios afuera la seriedad, la forma de hacer negocios, un país que cumple, que está acostumbrado a cumplir con sus obligaciones. Eso es importante, yo creo que eso nos ha ayudado a la imagen de Chile como país”

Un cuarto nivel esta relacionado con el impacto en la imagen del país en el exterior de las actividades que realizan los empresarios. En éste punto, las misiones empresariales son la punta de lanza de los empresarios, en esas ocasiones tienen la oportunidad de mostrar sus productos y de representar a Chile con ellos. Ellos se sienten representantes de Chile a través de lo que exportan y eso lo consideran altamente positivo para la imagen país en el exterior.

“Pero el hecho que la primera dama regale nuestros productos en Japón, es un poquito ayuda a la imagen-país exportador de Chile”

“nosotros somos chilenos, y donde aparecemos se nos identifica como los chilenos, nosotros somos responsables del desarrollo de todos los sistemas inteligentes de la empresa forestal, y somos una

empresa chilena que le ganó un concurso a empresas canadienses, norteamericanas, europeas, etc”.

“No es el Estado el que está mandando los productos, dando la buena atención, somos las empresas y en eso hoy día somos nosotros los obligados a mantener a nuestro país como un buen socio”.

## Conclusiones

- En términos de conocimiento del FPE, no se conoce el fondo, no hay conocimiento en cuanto a operación, bases, estructura del mismo.
- En cuanto a su nivel de satisfacción, éste es alto tanto con ProChile y el FPE, especialmente porque confía en los empresarios y sus propuestas de negocio. Las empresas que se desarrollan en el ámbito tecnológico, son las más disconformes con el FPE debido a que éste no está involucrado con la alta tecnología, por lo tanto, desearían que ProChile se modernizara en éste aspecto, especialmente que adoptara prácticas empresariales (sector privado) más que prácticas provenientes del Estado.
- Respecto de la calificación del FPE, esta es buena por parte de los empresarios que recién están empezando a exportar, ya que cuentan con apoyo financiero, y ayuda en la planificación de la empresa, ya sea para prospección, ingreso y/o permanencia en mercados.
- En cuanto al proceso de postulación al programa, en general, los procesos son engorrosos, especialmente por deficiencias en el sistema computacional, ya que éste no operó como se esperaba. Otro elemento de disconformidad, esta en que las bases son consideradas poco claras.
- Respecto de la difusión del programa, ésta es calificada como insuficiente, los canales de difusión no funcionan, y los mecanismos para encontrar información acerca del programa están dados por terceros. Las empresas relacionadas con tecnología o con productos considerados de punta, son más proactivas en la búsqueda de financiamiento para sus proyectos.
- El acceso a los programas no es problema para los empresarios, ya que es parte de su práctica habitual el participar en fondos concursables. Lo mismo sucede con la claridad y la calidad de las bases, estas no son de gran complejidad, y por éste mismo hecho, pueden ser consideradas de calidad respecto de lo que están ofertando.
- En cuanto a las prácticas empresariales éstas no cambiaron debido a la participación de las empresas en el FPE. Los beneficiarios ya tienen experiencia en exportación y no adquirieron mayores destrezas. En este contexto, el fondo funciona solamente como un banco que otorga créditos y nada más.
- En el ámbito de las inversiones compartidas con ProChile, existe conformidad en términos generales, sin embargo, como ya tienen experiencia exportadora y capitales invertidos, los fondos que les pueden asignar son considerados como ganancias. Las principales disconformidades están dadas por la poca flexibilidad en los ítems de asignación de recursos.
- En cuanto al posicionamiento e imagen, Chile cuenta con una imagen de país privilegiada, elemento que genera gran confianza y apoyo al momento de generar negocios. Respecto de ProChile, la gestión de éste organismo es muy bien evaluada, lo que implica que es un agente facilitador al momento de generar relaciones comerciales.



## ÁMBITOS TEMÁTICOS EN QUE SE CONSTRUYE EL DISCURSO DE LOS EMPRESARIOS NO BENEFICIARIOS DEL FPE

### 1. Conocimiento general sobre el Fondo de Promoción de Exportaciones (FPE)

Los ejecutivos encargados de las exportaciones de sus empresas que no han sido beneficiados por el Fondo de Promoción de Exportaciones manifiestan, en términos generales, lo que es para ellos este fondo público.

Los testimonios de los empresarios no beneficiarios evidencian un nivel bastante incompleto o nulo de conocimiento del Fondo de Promoción de Exportaciones. En los tres primeros casos, se advierte una noción vaga de lo que es ProChile y manifiestan durante la entrevista un escaso interés por recibir mayor información. En cuanto a los dos últimos, reconocen que carecen de toda información sobre el (FPE), no obstante se muestran interesados por recibir la información concerniente a dicho fondo.

"He sabido y escuchado por gente externa al Fondo que ha participado en concursos y que, según ganan o no ganan, cuentan con auspicio de ProChile que les financia la mitad de las cosas que ellos están proponiendo..."

"ProChile yo sé que está como enfocado a todo lo que es el apoyo al exportador, pero realmente nosotros no los ocupamos (...) yo pienso que ellos te entregan antecedentes de las ferias internacionales, que tú en el extranjero puedas obtener apoyo donde tú viajas, eso yo creo que es..."

"ProChile lo veo por lo que me llega en los mails, que hay un seminario de tanto, que va a haber una reunión, que vienen los empresarios argentinos, para mí eso es ProChile".

"No [tenemos conocimiento], pero nos interesa fijese conocerlos (...) tenemos por lo menos intenciones de abrirnos a las exportaciones, nos interesa conocer cualquier mecanismo que nos ayude, nos facilite el camino".

"Yo sé que ProChile, al parecer, fomenta las exportaciones, pero la verdad es que no sé exactamente. No he trabajado nunca con ProChile (...) que manden información sobre ProChile para ver cuales son los programas".

El siguiente testimonio posee la ventaja de resumir los principales medios por los cuales llega la información sobre ProChile a los empresarios entrevistados no beneficiarios, a saber, por correo electrónico o por la página web de ProChile, por la comunicación de colegas, por otras instituciones o por amigos que han tenido alguna relación con dicha institución. Asimismo, esta opinión expone una posición valorativa frente a lo que en particular es ProChile y en general las fuentes de financiamiento provenientes de fondos públicos, lo que en definitiva disipa el interés por participar y hace de este organismo una institución poco confiable con "... la imagen de que todo es medio truculento... ". Sumado a esto el siguiente testimonio nos enseña que se considera que los productos y actividades de esta empresa son demasiado distintos para tener cabida dentro de un plan de fomento que considera en apariencia a las exportaciones más tradicionales. Apreciación que como veremos más adelante resulta bastante común en este grupo de empresarios.

"... no hemos concursado, pero yo creo que no por falta de información sino que porque no hemos averiguado bien, porque a nosotros nos llega la información a través de la Cámara del Libro y esta nos informa lo que está haciendo ProChile. También me llegan a mí e-mails de ProChile directamente a participar en, por ejemplo, un viaje de negocios a Bolivia (...) pero, yo la verdad es que veo tan lejano y veo tan difícil acceder a algunas de las cosas del Gobierno, como la imagen de que todo es medio truculento que no entro mucho. Además como las giras son de negocios y nuestros productos son libros,

libros que apuntan más bien al desarrollo personal de la persona, entonces no sé si cabe dentro de una gira comercial donde van a hablar de zapatos, de pescados... ”

La dicotomización espontánea que realiza la mayoría de los empresarios entrevistados no beneficiarios entre exportaciones tradicionales y no tradicionales, así como la subsiguiente correlación a priori establecida entre exportaciones tradicionales apoyadas por ProChile y exportaciones no tradicionales no aptas para cumplir con los requisitos necesarios para ser apoyadas, constituye un factor relevante para automarginarse y de esta forma no acceder a la información apropiada referente al FPE.

“Es que este es un caso muy especial... ”

“Lo que pasa es que el mercado nuestro es distinto, o sea yo vendo torres y para poder venderlas tengo que instalarlas, no como una empresa que quiera vender un producto, salmón por ejemplo, usted coloca el salmón allá afuera y hay distribuidores que los colocan en los supermercados, el caso nuestro es especial”.

## **2. SATISFACCIÓN CON LA POLÍTICA DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES DE LA EMPRESA**

Al grupo de empresarios entrevistados se les interrogó sobre el grado de satisfacción general con las políticas de promoción de exportaciones que sus propias empresas han llevado adelante en forma individual. Al iniciar el diálogo sobre este tema aparecieron significativas confusiones semánticas con el término “política” empleado por el entrevistador para referirse a las gestiones exportadoras tomadas por la empresa. De manera que, en el caso de realizarse un cuestionario, se recomienda sustituir este término por otro para indagar la satisfacción con la gestión exportadora de la empresa.

“¿Las políticas o los procedimientos? (...) yo creo que todo es mejorable”.

“Claro, se supone que la empresa tiene normas a seguir y obviamente son las que se imponen y por ende tenemos que estar satisfechos con lo que se hace. No sé la verdad, es que no entiendo bien”.

Como se aprecia en la última cita la confusión conduce a una respuesta tautológica, que finalmente se aclara cuando se pregunta concretamente sobre lo que los entrevistados consideran que son algunas de las carencias de sus políticas o gestiones empresariales de promoción de exportaciones, he aquí algunas de sus respuestas.

“De todas maneras se necesita mostrarnos un poco más afuera, eso es un hecho”.

“Yo feliz de tener una mayor promoción pero tampoco me atrevo a estar mandando libros a librerías ajenas a nuestro círculo porque yo he sabido de otras editoriales que no tienen representación afuera y que se han quedado clavadas, que no les han pagado nunca. Si yo me aseguraré que tengo alguien del consulado o de la embajada allá para poder ayudarme en esa parte (...) si tuviésemos la posibilidad de alguien que estuviese viajando de vez en cuando reportando por varias librerías (...) yo estaría feliz, pero si no entonces no me atrevo”.

Se reconoce la falta de promoción de la gestión exportadora de la empresa, no obstante esto se justifica con la mayor inseguridad que implican los negocios en el extranjero, de ahí que se solicite especialmente

la asistencia de personal capacitado en los lugares de destino de las exportaciones que garantice la seguridad del comercio exterior. Carencia que a significado la restricción de las exportaciones para un parte de los empresarios entrevistados. .

"Lo que pasa es que Juan Carlos [el propietario de la empresa] no tiene mucho interés en seguir exportando, ese es el problema, porque tuvimos muchos problemas también con los clientes en el extranjero, en Estados Unidos nos quedaron debiendo plata, los españoles también que son muy frescos... "

Por otra parte, es preciso considerar que cuando se habló sobre la política de promoción de exportaciones de las empresas el concepto promoción se interpretó por algunos entrevistados en un sentido más próximo al de publicidad.

"No me atrevería hacer una gran publicidad en el extranjero si no tengo la forma de estar mandando las cosas".

"En cuanto a la publicidad de la empresa, si hay que contestar si estamos satisfechos, entonces no... "

En cuanto a la percepción de las insuficiencias de la política de promoción de exportaciones de las empresas, las opiniones fluctúan desde aquellas que reconocen que la mayor insuficiencia radica en la administración interna de la propia empresa hasta quienes atribuyen la principal limitante a la ausencia de apoyo gubernamental para el fomento de sus exportaciones. Es de destacar que los casos que admiten claramente que el principal factor limitante del desarrollo exportador de la empresa es interno ya han tenido alguna experiencia en tratar con ProChile, en cambio los casos que señalan como principal obstáculo la falta de apoyo gubernamental y de financiamiento constituyen empresas que poco o nada saben de ProChile.

"Esta empresa pertenece a una persona que es gerente de otra empresa la cual le quita mucho tiempo (...) no hemos tenido el tiempo ni el personal como para que se haga cargo de dar a conocer y vender afuera".

"Aquí no hay nadie capacitada para trabajar en la parte exportaciones (...) yo nunca me capacité (...) falta como una persona que esté abocada a ese tema (...) se pierden hartas cosas porque a Juan Carlos no le gusta complicarse la vida pero es un problema del dueño... "

"Le falta capital. Pasa mucho por tener el capital para hacer una buena campaña de exportaciones y yo no lo tengo".

"... nos ha faltado por ejemplo claridad o a lo mejor haber ofrecido un apoyo adicional de financiamiento (...) instalarse allá tiene una serie de implicancias, son inversiones adicionales y todo lo demás (...) si hubiera claridad respecto a organismos gubernamentales chilenos que apoyen ese asunto, con rebajas de impuestos y cosas de ese tipo, uno se atrevería a usar esos recursos que están disponibles para eso... "

### **3. Elementos asociados a los programas de promoción de exportaciones organizados por ProChile**

En un primer momento a los empresarios no beneficiarios se les interrogó sobre la etapa de difusión de los programas de ProChile. Un poco más de la mitad de los entrevistados han recibido información directamente de ProChile a través mayoritariamente del correo electrónico y en general evalúan esta etapa de manera favorable. Admiten que su falta de participación en los programas se debe primordialmente a su desinterés que –como veremos más adelante– es posible atribuirlo en parte a la

desconfianza que les inspiran en general las instituciones gubernamentales. En dos casos de los cinco empresarios entrevistados no habían recibido ninguna información, sin embargo demostraron una disposición favorable para enterarse sobre los programas organizados por ProChile.

“La etapa de ProChile es buena, porque la información a la empresa llega. Ahora que nosotros no la tomemos (es otra cosa), pero ProChile siempre está enviando información, por lo menos a mi correo están llegando todo el tiempo seminarios, cursos y cosas. Así que en cuanto a ProChile es bueno”.

“Bien [la evaluó], siempre por correo electrónico me llega toda la información pero yo como te digo la elimino. Me llegan, veo de qué se trata, siempre son misiones...”

“Yo por recibir información no me he quedado, me la mandan por e-mail y la Cámara me la envía por fax (...) yo miro y leo los e-mails pero no me inscribo...”

“No hemos probado ninguno (...) y somos una de las personas que estamos interesados (...) ¿cual es la propuesta del fondo de promoción... ?”

“No conozco los programas. Yo sabía que ProChile cuando uno quería ir abrir un mercado afuera se contactaba con ProChile (...) pero la verdad es que no estoy muy al tanto”.

A medida que la indagación se profundiza sobre el conocimiento de los programas de promoción de exportaciones que poseen los empresarios no beneficiarios, el desconocimiento efectivo de estos se hace más evidente. Los ejecutivos encargados de las exportaciones que admitieron en un inicio poseer cierto grado de conocimiento del Fondo de Promoción de Exportaciones (FPE) frente a preguntas concretas sobre el acceso y las bases de postulación de los programas, reflejaron que sus conocimientos llegaban a una imagen vaga de lo que es ProChile. De ahí que cuando los entrevistados opinaron sobre los programas del FPE transitaron con relativa soltura a hablar de los más diversos fondos de financiamiento públicos. Todavía un entrevistado llegó a confundir lo que era el FPE con lo que es Fondart.

“No nunca hemos investigado por algún programa, si me ha llegado el aviso, pero para participar, para concursar en algún programa no tengo ningún recuerdo que nos haya llegado. (...) He sabido por gente externa al fondo que participa en concursos así, que sé yo, Fondart, Profo que, según ganan o no gana cuenta con auspicio de ProChile (...) No, no tengo idea de ningún programa (...). Si me llegan avisos de ProChile de que van hacer una gira a una parte para que yo me inscriba pero concursos no, no he sabido nada de concursos y menos de las bases. (...) no sabría siquiera como concursar y menos de las bases”.

“No lo puedo evaluar porque yo no me he metido a los programas, no he participado de ellos, entonces no los puedo evaluar”.

“Nunca he postulado, ni por curiosidad las he mirado, pero la información llega. Aquí llega, pero yo no analizo la información, ni la reviso para saber si es clara, no, porque no la vamos a tomar...”

“Si tenemos acceso pero como te digo no los tomamos en cuenta”

“No hemos recibido información de eso (...) yo no he visto los formularios de postulación, a mí lo que me llegan son las misiones...”

#### 4. ELEMENTOS CONSIDERADOS MÁS IMPORTANTES PARA UNA EXPORTACIÓN EFICIENTE

Las entrevistas giraron en torno a las estrategias y técnicas empleadas para realizar las exportaciones, se indagaron las formas para acceder a estos conocimientos y los problemas enfrentados en esta actividad. La totalidad de los empresarios refirieron que la manera en que aprendieron a lidiar con los problemas implicados por la actividad exportadora fue esencialmente empírica y en forma prácticamente autodidacta. Ninguno recibió asesoría técnica externa en el momento de iniciarse las exportaciones, ni tampoco solicitaron asistencia profesional de organismos públicos o privados. Sin embargo, en algunos casos los empresarios recurrieron a revistas especializadas sobre el estado del mercado donde deseaban dirigir sus exportaciones. Asimismo, varios refieren que han utilizado la página web de ProChile para extraer información relativa a los aranceles relacionados con su actividad exportadora y para solicitar información básica sobre la demanda de sus productos en los mercados externos. Para la mayoría la gestión exportadora significó una decisión exclusiva de la empresa, la cual asumió enteramente los riesgos que ello implica, en contraste solo un caso bastante particular inició sus exportaciones aprovechando una red de relaciones que estaba previamente establecida por una organización patrocinante de la cual depende. Constituye una constante significativa entre los empresarios entrevistados el hecho de que ninguno consideró como elemento relevante para su labor exportadora la asistencia de agentes comerciales del gobierno chileno en el exterior. Al respecto, las opiniones se dividieron entre los que ignoraban por completo la posibilidad que tenían de solicitar asistencia técnica, y quienes alguna vez intentaron recurrir en el extranjero al apoyo del personal de gobierno chileno obteniendo resultados deficientes.

"Nosotros trabajamos asistiendo principalmente a las empresas telefónicas, entonces de pronto uno ve por revistas del ramo los países que están más atrasados en lo que es instalación de sistemas celulares (...) entonces nosotros entramos ahí (...) trabajamos en el rubro entonces vemos cuales países del habla hispana están haciendo más o menos lo mismo que en Chile entonces ahí vamos nosotros (...) [esto lo hemos aprendido] por la pura experiencia nuestra y, como te digo, nosotros formamos empresas allá, mandamos chilenos a trabajar allá, cada empresa tiene un gerente y este empieza a ocupar gente local y forma una empresa igual que esta".

Para esta empresa la prospección minuciosa del mercado resulta un factor determinante para la toma de decisiones relativa a sus exportaciones, ya que sus oportunidades de obtener ganancias dependen del grado de desarrollo de la infraestructura local de telecomunicaciones, no obstante se desconoce la posibilidad de solicitar asistencia técnica de ProChile para esta fase del proceso exportador, desconocimiento que también es manifiesto en otros casos.

"Entonces buscamos esencialmente en el rubro de contratistas, gente que estuviera en el ramo, hay muchos países y gente en el registro de directores y otros (...) pusimos aviso en los diarios, tratando de averiguar por eventuales interesados..."

"Alguna ayuda para obtener un cliente del gobierno jamás (...) hemos aprendido [las técnicas de comercialización] viajando. Solo por nuestra iniciativa, nunca hemos recibido como asesoría respecto de este tema, absolutamente nada, todo por los viajes (...) voy a exportar pero voy a ir a tal país a conseguirme el cliente y después lo voy a vender, o voy con la mercadería y le vendo al cliente allá (...) veía la guía, de esa forma lo hacía..."

Por lo general las técnicas y estrategias de comercialización entre los empresarios no beneficiarios son en gran parte intuitivas, se generan como respuestas ante los problemas inmediatos que van surgiendo a

medida que se desarrollan las acciones exportadoras. Las herramientas utilizadas para establecer los contactos comerciales en el exterior son de fácil acceso, directorio telefónico y avisos en el periódico, sin embargo el resultado ha sido regular pues, según se refiere, los contactos no se han consolidado en el tiempo.

En cuanto a la incorporación de técnicas y estrategias externas, los entrevistados reaccionaron cuestionando el desconocimiento de las instituciones públicas de las particularidades de cada empresa, frente a las cuales hacen hincapié, en sus términos, de que no es posible dictar una política de fomento homogénea a la pluralidad de empresas existentes. Así también opinan sobre la importación precipitada de técnicas que han funcionado en empresas de otros países.

"... cada país tiene algunas características que hacen que algunas cosas se ajusten, en materia de precios, en materia de sistema (...) en materia de una serie de prácticas que suceden también..."

Al inicio de este apartado referimos que en un caso las exportaciones se iniciaron aprovechando una red de relaciones que estaba previamente establecida, de dicha situación particular se derivaron originales estrategias de comercialización.

"Lo que pasa es que nosotros somos la única editorial que tiene el movimiento de Schönstat así tan establecido. Entonces, donde tenemos establecido las librerías es porque han ido sacerdotes chilenos a instalarse allá, que conocen el material y que les interesa que la gente lo conozca (...) existe una red ya hecha y nosotros usufruamos de esa red que ya está". (...) ha sido todo de lo más autodidacta que hay, ninguna técnica específica, nada, (...) como toda es gente de la familia es como otro trato, no es un trato tan comercial y frío de gente externa, no, es toda gente muy vinculada".

Un ejemplo palmario de los singulares mecanismos de comercialización de esta empresa en el exterior lo refiere el siguiente testimonio.

"El caso de España, yo no conozco la gente de España pero me la presentó un sacerdote que está viviendo en España que me dijo esta es mamá de un postulante de nosotros que se quiere instalar con una librería aquí a los pies de la casa de nosotros (...) Así yo sin conocerla doy fe y le mando los libros y ella me paga, porque en el fondo tiene ese currículum detrás".

En su conjunto el desarrollo de las exportaciones de las empresas no beneficiadas por el FPE es bien incipiente, en varios casos las experiencias han sido negativas, lo que los ha llevado a restringir considerablemente el monto y la diversidad de sus exportaciones. En este nivel los empresarios manifiestan haber conocido muy pocos agentes relevantes en la prospección, ingreso y permanencia de sus exportaciones. Ninguno reconoce la asistencia de autoridades o de gestores comerciales en los lugares de destino de las exportaciones, sólo se señala la intervención de agentes privados, a saber, intermediarios y representantes. Debido a que los entrevistados señalan que la confianza constituye un factor determinante del éxito de sus exportaciones no se arriesgan a establecer relaciones de trabajo y de colaboración con agentes no conocidos, de ahí que sea preferible llevar gente chilena conocida que contratar personal del país de destino de las exportaciones. En el caso de que esto no sea posible, los entrevistados expresan que es preferible conservar sólo el personal, clientes e intermediarios extranjeros que han demostrado ser confiables, con el resto es mejor no arriesgarse.

"... en Argentina por ejemplo había representantes que ganaban comisión por tratar de meter nuestros productos allá (...) [pero] al nivel de consulado y cosas así, no. Solo por contacto había un vendedor allá y se ganaba una comisión..."

"Nosotros intentamos dos veces introducirnos en nuevos mercados con gente local pero no nos resultó, porque cuando nosotros conformamos una empresa allá necesitamos una administración, necesitamos

cuenta corriente, etc. Entonces por confianza finalmente enviamos a chilenos”.

“Tenemos una autora que es la Gabriela Cass (...) ella como persona ha sido solicitada en Perú, ella va a dar charlas allá y ahí nosotros hemos tenido un buen embajador de sus propios libros. Hemos enviado catálogos y listados de precios de otros libros pero eso no nos ha permitido abrir los mercados a libros nuevos. No hemos tenido otro tipo de apoyo así como más a nivel cupular”.

En relación con la gestión empresarial de sus propias empresas los entrevistados en su conjunto no tuvieron una opinión común, por el contrario sus apreciaciones fueron tan diversas como diversos son los productos que comercializan. Así, por ejemplo, fluctuaron desde aquellos que consideraron que la gestión era la adecuada y que, por tanto, no se requería hacer mucho más, hasta los que estimaron que esta era insuficiente. Entre las deficiencias que detectaron los ejecutivos destacan la falta de personal y tiempo para dedicarse más adecuadamente a las labores de gestión. Igualmente, es de subrayar el reconocimiento de la falta de capital y de una política más arriesgada, así como de personal confiable y mejor capacitado.

“ ...pienso yo que habría que dedicarle un poco más de tiempo, para poder remontar y seguir exportando, yo creo que es eso”.

“Tiene muchos elementos negativos. Se pierde mucho dinero, aparte de que ya no hay un equipo de ventas (...) todos hacemos de todo, somos como todos multifacéticos (...) no tenemos como tiempo para hacer cosas nuevas o para buscar (...) tuvimos muchos problemas de robo y ese tipo de cosas entonces por eso se redujo el personal (...) la gestión empresarial aquí es súper poca, casi nada. Tratamos de funcionar como empresa, de hacer las cosas bien (...) se trata de hacer cosas pero sin personal capacitado no puedes mucho hacer... ”

“ ...uno hace todo lo que puede y me gustaría hacer mucho mas, pero los recursos son bastante escasos. Nosotros vamos ahora a participar en una feria del libro y el mantel lo hacemos nosotros, ni siquiera mandamos hacer nada, lo hacemos todo en forma artesanal. Somos súper pocos, somos 5 los que trabajamos acá y todos hacemos de todo... ”

“Yo diría que estamos haciendo lo adecuado de acuerdo a las condiciones que en este momento reinan, lo que nos ha permitido (...) subir un poquito las ventas (...) no creo que se pueda hacer mucho mas de momento”.

La información que los empresarios no beneficiarios poseen sobre la utilidad de los programas de promoción de exportaciones financiados por fondos públicos o es nula o es ambivalente. En algunos momentos de las entrevistas reconocen conocer la experiencia de otros empresarios que se han beneficiado de ProChile y elogian su labor de promoción y organización de ferias comerciales internacionales, la asistencia para el establecimiento de favorables contactos comerciales y la abundante y adecuada información que maneja esta institución. Sin embargo, en otros contextos de las entrevistas los empresarios apuntan más allá de lo que son, en términos ideales, los programas de exportaciones financiados con recursos públicos para cuestionar su aplicación efectiva. En particular, sus observaciones se dirigen a las aparentes irregularidades que poseerían los procesos de selección de los concursos públicos, y a la impericia y falta de profesionalismo de algunos de sus funcionarios.

“Yo creo que deben ser buenos, la verdad es que no los hemos ocupado, no sé cuales son los alcances tampoco, no sé qué porcentaje de los costos financian, no sé qué tramites hay que hacer para obtener un fondo como ese, no sé cuales son los requisitos que se requieren tampoco”

“Yo creo que en general son buenos (...) si uno no tiene un buen pituto dentro difícilmente gana algo. Entonces por eso es que también no me he metido mucho, me da lata porque hemos participado por

ejemplo en licitaciones con muy buenos libros y las hemos perdido sin ninguna explicación (...) a nosotros nos han dicho que de repente como somos muy religiosos no tenemos ninguna posibilidad en un gobierno que es más bien de tendencia socialista. No sé si va por ahí la cosa pero creo que también hay mucho pituto”.

“Yo creo que todo programa que sea para ayudar es bueno, el problema es que yo no he estado nunca en ninguno, no los puedo evaluar (...) yo nunca he ido, y no tengo conocimiento de otras empresas que han trabajado con esos fondos”.

“ ...dos experiencias con ProChile y Sercotec y las dos malas (...) yo sé que el primer proyecto de ProChile que fue un catálogo que se llamó “Rayingroup”, que lo dirigía una persona que se llamaba Pablo Peralta (...) no resultó porque fue un problema de la persona, él hizo una estafa (...) [otro problema] fue cuando vinieron las empresas asesoras, estuvieron más de un mes, te daban un libro así de guatón...”

“ ...el hecho de que haya una institución donde eso lo tengan mas o menos masticado y lo pueda al tipo encontrar o prepararle todo un orden de cosas bastante gráfica eso yo creo que no hay ninguna duda de que es muy útil...”

“ ...en la medida que eso se burocratizó [ProChile], y paso a funcionar por cada oficina, funciona como una ofician consular (...) mientras no se mantenga en esa filosofía no va conducir a nada (...) la pérdida de dinamismo eso, yo lo veo un poco eso (...) porque si el tipo tiene mentalidad de diplomático, todo el accionar va a ser pausado, lleno de presentación, de contestación (...) usted necesita soluciones rápidas.

## **5. Percepción sobre la pertinencia para la empresa de los programas de promoción de exportaciones**

En este ámbito temático los empresarios entrevistados se pusieron en el lugar de los empresarios que participan en el Fondo de Promoción de Exportaciones y a partir de esta posición exteriorizaron su impresión sobre cómo serían, en este caso, los costos tanto para la empresa como para el sector público. Asimismo, reflexionaron sobre el tipo de promoción de exportaciones que más requieren sus empresas y finalmente estimaron cuánto del costo total de los proyectos de promoción de exportaciones que les gustaría llevar adelante con sus empresas debieran ser financiados por el Estado.

En relación con la percepción de los costos privados y públicos que tendrían los proyectos de promoción de exportaciones, más de la mitad de los empresarios entrevistados eludieron referirse directamente al tema. Actitud que estimamos no se debió tanto al desinterés como al desconocimiento de los beneficios que podría llevar a la empresa un proyecto apoyado por el FPE.

“Lo que pasa es que yo no tengo idea qué programa nos podría beneficiar a nosotros, qué concurso...”

Ahora bien, los empresarios que imaginaron la posibilidad efectiva de participar en algún proyecto de promoción de exportaciones organizado por ProChile, consideraron que los costos del sector privado serían altos en comparación con los del sector público debido fundamentalmente a dos factores:

1. La precariedad de los recursos de inversión con que cuentan las empresas no beneficiarias del FPE, las que –se argumenta– son más pequeñas y, por tanto, dispondrían de menos capital que las empresas beneficiadas
2. Se percibe que los resultados de estos proyectos serían muy inciertos.

“Haber, si tomamos en cuenta que la empresa en estos momentos está complicada por el hecho de no

estar exportando, es muy difícil invertir en este tipo de programas, porque los ingresos están malos (...) ahora, no sé, si hablamos de cantidad, yo creo que la empresa igual tendría que poner la mínima parte (...) si los ingresos de la empresa están malos esta no va a invertir en ese tipo de cosas, yo creo que va a tratar de vender llamando por teléfono, enviando mails, todo lo que sea costos bajos, no viajando, esto lo veo difícil... ”

“Alto, porque se supone que no es un viaje que sea necesario, es un viaje que lo vas a hacer por si acaso, si es que funciona algún negocio (...) el Estado debería financiar más, (...) es como bien arriesgado para un empresario estar invirtiendo un montón de plata en viajar y todo el cuento si después no pasa nada (...) hay mucha gente –me imagino– que ha viajado y no ha conseguido nada...”

Concentrada la atención de los entrevistados en el desarrollo de la gestión exportadora, las consideraciones se dirigieron a los tipos específicos de promoción de las exportaciones que demandan sus empresas. A pesar de las importantes diferencias de las empresas entrevistadas, en general coincidieron en que se requería un estudio de los mercados externos que fuesen más convenientes para introducir sus productos. También se mencionó la necesidad de asistencia para que las empresas y sus productos fuesen conocidos en mercados que ellos desconocen. Especialmente, se solicitó apoyo en la detección de posibles clientes en el extranjero y una garantía mínima de la solvencia económica de los contactos establecidos, trabajo que consideran podría realizarlo personal del consulado chileno. Igualmente, solicitan de ProChile mayor seguimiento de las empresas, acciones de promoción de las exportaciones más específicas y coherentes con la realidad que viven las empresas. Finalmente, se cuestiona la efectividad de las misiones comerciales a gran escala que incluyen a empresarios de rubros muy diversos, dicha política de ProChile es juzgada como un reflejo del desconocimiento de algunos de sus funcionarios de las necesidades del mundo empresarial privado, en este caso se sugiere que las misiones comerciales se organicen en función a un eje temático relativo a un rubro específico de exportaciones.

“ ...nosotros necesitaríamos mucha propaganda. Todo lo que es conocer más donde hay librerías religiosas. Yo tengo un listado de direcciones y todo, pero como no las conozco no sé que hay detrás, no sé físicamente que es lo que es. Quizás yo estoy hablando con alguien que tiene un sucucho perdido en el peor barrio de Brasil y yo juro que va ser mi mejor contacto. Eso en realidad, poder ir y conocer y ver que librería sería interesante porque tiene una infraestructura, algo que la sustente”.

“Información de mercado”.

“Yo creo que esta empresa lo que necesita es quizás que ProChile nos presente que tales y tales empresas de tales y tales países necesitan nuestro producto, quizás dar a conocer eso. Yo sé que esa información está, pero yo creo que para esta empresa eso es lo que le hace falta, conocer más mercados”.

“ ...se supone que ProChile está para trabajar para la gente de Chile, entonces ellos como tienen estadística de toda la gente que exporta que ellos mismos estén buscando nuevos mercados y ellos mismos nos digan tenemos tantas cosas y me las manden a mí (...) no que uno tenga que estar detrás de ProChile diciendo ‘por favor búscame clientes, dame una feria, hazme esto’, porque no funcionan, yo de repente llamo y media hora esperando en línea y no. (...) si a mí me llega un mail que dice ‘lista de importadores de lapislázuli en Europa’ tú crees que yo no les voy a enviar un mail a toda esa gente, obvio que se los voy a mandar... ”

“Pero, esas cuestiones de las misiones que hacen, yo no les encuentro mucho sentido (...) debería estar más focalizado, o sea que digan ‘misión de joyeros a tal país’, pero no que ‘misión de empresarios a Uruguay’ porque puede ir alguien que venda zapatos, otro que haga ruedas de auto, entonces no...”

Los empresarios que consideraron que podría ser conveniente llevar adelante con la ayuda del FPE algún tipo de proyecto de promoción de exportaciones estimaron que la proporción ideal de financiamiento que el Estado debería efectuar sería de un 50%; esto principalmente para las empresas medianas y pequeñas que realmente necesiten el apoyo, pues se juzga que no tiene sentido el cofinanciamiento para las grandes empresas que disponen de suficientes recursos.

"Esta empresa yo creo que sí necesita la ayuda, esta es una empresa chica, una empresa que está ahí, que existe y que no existe, que puede vender y que no vende, y si vienen aquí y nos dicen te propongo que yo te hago un estudio de mercado y paguemos la mitad cada uno y veamos que pasa (...) es justo y sería ideal".

"Con un 50% yo ya estaría feliz".

"Si el Estado está apoyando en este cuento y a nosotros es muy necesario esa información y dice "yo les ayudo y ustedes ponen una parte", por las condiciones de la empresa un 50% uno y un 50% el Estado ya es una forma de ayudar, porque yo voy a tener la información clara de por qué no me compraron más o cuál es mi competencia, cómo puedo competir para poder ingresar de nuevo..."

"...poniéndome fuera de la empresa yo creo que depende del tipo de empresa, si es una empresa grande y con medios considero que el Estado no tendría por qué estar gastando la plata en la empresa (...) si es una empresa chica que está ahí como que existe y no existe, yo creo que sí necesita la ayuda del Estado..."

"...si está ofreciendo la posibilidad [el Estado] y uno tendría que jugársela con un 50%, nosotros quizás podríamos hacer el esfuerzo para conseguir el otro 50% si es que es una muy buena alternativa..."

## **6. Posicionamiento de la imagen del país y de sectores exportadores específicos en el extranjero**

En este campo temático los comentarios versaron sobre la utilidad que ha tenido para las exportaciones particulares de las empresas entrevistadas la imagen de Chile en los mercados de destino. Igualmente, se indagó la percepción sobre la efectividad de las actividades de fortalecimiento de la imagen país y de sectores exportadores específicos en el exterior auspiciadas por ProChile. En relación directa con la sección anterior los empresarios evaluaron la posibilidad de haber sido beneficiados del efecto eventual imagen país que ProChile intenta proyectar. Finalmente, los entrevistados consideraron la posibilidad de haberse beneficiado de la imagen que proyectan otras empresas chilenas en el exterior.

No es posible detectar una constante de opinión con respecto a la ventaja que tendría para los exportadores la imagen de Chile en el extranjero. Aunque existen algunos que estiman que en efecto la imagen les beneficia, porque con esto es posible que eventualmente lleguen inversionistas extranjeros, consideran que no les afecta mucho. En cambio, más allá de la imagen de Chile lo que se valora es la estabilidad política y económica interna que vive el país, lo que les permite producir y administrar de forma segura sus recursos, impresión que se fortalece al contemplar la situación en que se encuentran los empresarios argentinos. Cabe subrayar que un grupo de empresarios consideran que no se beneficiaron de la imagen de Chile en el extranjero, pero no porque esta se haya menoscabado, sino porque estiman que la imagen no constituye un factor importante en el éxito o fracaso del comercio exterior de las empresas.

"Sí, nos ha servido."

"No, yo creo que no tiene nada que ver (...) te compran no porque sea Chile, te compran porque el

producto es bueno y porque el producto está bien terminado y ese cuento, pero porque sea Chile el país, no, para nada...”

“Yo creo que siempre sirve, este es un país que está bien económicamente, seguro, sirve. Un caso fijo es como está Argentina, de partida nosotros dejamos de vender a un posible cliente, no seguimos las conversaciones y no las seguimos por miedo. Si un cliente ve que aquí en Chile las cosas no están muy bien quizás no se va a complicar en comprarnos porque el cliente no va a tener la seguridad si yo le voy a mandar en su tiempo o no...”

“No sé, nosotros tenemos nuestro propio currículum, al ser una editorial ligada a los padres de Schönstat y con 25 años de trayectoria la gente sabe que es buen material (...) ahora que Chile esté mejor... en el caso de Argentina por ejemplo sí, a ellos les conviene mucho comprarnos a nosotros, porque la impresión acá nos salía más barata que a ellos y todo. Pero así como la “imagen” de Chile, no, pasa mucho por las personas”.

“...al nivel latinoamericano, tienen una clara conciencia especialmente los empresarios y la gente de negocios de allá, de que Chile esta en un muy buen pie económico, todos están interesados en hacer negocios con gente de acá o en venir hacer cosas (...) tienen claro también de que hay una relativa estabilidad política, social de momento...”

La mayoría de los empresarios entrevistados aunque poseen un conocimiento bastante vago de lo que realiza ProChile, estiman que la idea de una institución pública que contribuya a fomentar las exportaciones de las empresas privadas siempre es positiva. Cuando las preguntas se dirigen a indagar la percepción del impacto que posee ProChile en fortalecer la imagen del país en el extranjero, se tiende a evaluar más positivamente las tareas específicas que desempeña ProChile en beneficiar la imagen de empresas particulares y no tanto la imagen de Chile en su conjunto. Es posible que el fortalecimiento de la imagen de Chile gracias a las acciones de ProChile sea un asunto difícil de evaluar para los empresarios debido a la amplitud del tema.

“...he visto por ejemplo que ha hecho ProChile en relación por ejemplo al salmón, y otras cosas y lo han hecho muy bien, a los vinos (...) ahora yo creo que una, es la imagen corporativa llamémoslo así como país, y la otra es de cuestiones puntuales, yo creo que ambas son buenas...”

“De todas maneras sí tienen importancia. Supongo que ProChile da a conocer empresas, actividades, seminarios. Se me imagina que llevan delegaciones a otros países para dar a conocer las empresas, yo creo que es genial y creo que hace falta”.

“...ProChile maneja un nivel de información y una de contactos que me consta por gente que yo he conocido que ha trabajado en ProChile que es buenísimo, lo que pueden llegar a hacer ellos es espectacular...”

“...debe tener un efecto [las acciones de ProChile] pero mínimo, no creo que sea mucho (...) son muy pocas personas que me han dicho que han hecho algo con ProChile, entonces no sé...”

Solo la mitad de los empresarios entrevistados perciben que efectivamente se han beneficiado indirectamente de la imagen que ProChile proyecta del país en el extranjero. En particular, la percepción de dichos beneficios no hace referencia tanto a un desarrollo inmediato y directo de las exportaciones sino que, más bien, los beneficios consisten primordialmente en el mayor interés de los capitales extranjeros para invertir en las empresas nacionales, lo cual indirectamente podría implicar un mayor desarrollo de las exportaciones. En cuanto a quienes estiman que no se han beneficiado, las opiniones fluctúan desde aquellos que atribuyen esto a un problema interno de la empresa, hasta quienes cuestionan la utilidad de la imagen del país como un factor destacado para el éxito exportador de la

empresa.

“Nosotros como empresa creo que no nos hemos beneficiado pero no por un problema de ProChile o del Estado, es un problema interno de la empresa, el que no se le esté dedicando el tiempo, el que no esté el personal adecuado para hacer el trabajo y eso no creo que sea un problema del país...”

“...en cotizaciones que hemos pedido y en contactos que hemos pedido, con gente trasladada por ejemplo, los tipos tenían clarísimo lo del vino, clarísimo lo de los paisajes, y tenían unas ganas locas de venir para acá hacer negocios con nosotros, por venir a ver todo eso, que se produce...”

“...el país es grande y toda la gente es distinta, todas las empresas son distintas, creo que va más por el lado de la empresa y no tanto del país...”

“Es que no nos a llegado, pero en el fondo si empezara [ProChile] a decir que además hay que leer además de comprar frutas y pescados, sería bueno...”

Por último, solo algunos de los empresarios entrevistados consideraron que sus empresas se beneficiaron de la imagen que proyectan otras empresas exportadoras chilenas en el exterior, este grupo admite que el proceso exportador de las empresas chilenas puede ser visto como una “cadena” en la cual los beneficios que obtenga una empresa influyen directa e indirectamente en otras empresas nacionales. Pero, también para otro grupo de empresarios esta supuesta imbricación de los beneficios del conjunto de las empresas exportadoras chilenas no es efectivo en la práctica, para algunos de estos las condiciones que les han permitido convertirse en empresas exportadoras son muy particulares e independientes de las condiciones que afectan al general de las empresas, otros consideran llanamente que la imagen proyectada por otras empresas del rubro en el extranjero los a perjudicado.

“Yo creo que en la medida en que las cosas estén haciéndose bien, en que el conjunto de las empresas estemos enviando un buen producto, nos beneficiamos todos. Un poco como la manzana podrida, si alguien empieza a vender cosas malas, quizás vamos a hacer esa la imagen...”

“Para nada, porque aparte siempre cuando estamos trabajando con un cliente nuevo y, sobre todo en el exterior, te dice ‘yo antes trabajaba con esta persona y tuve puros problemas’, bueno porque siempre es lo mismo...”

“Yo creo que esto es una cadena, toda imagen que esta proyectando el país y la imagen que proyectan los buenos empresarios, al final ayudan a los empresarios nuevos”.

“...pero, así de que a otras empresas les haya ido bien gracias a la gestión de ProChile y que a nosotros nos haya beneficiado, no. Como esta empresa es bastante particular nos hace más propaganda el Cardenal en el fondo que ProChile (...) lo nuestro va más bien por las personas no tanto por las instituciones”.

## Conclusiones

- El grupo de empresas seleccionadas posee en común el hecho de no ser beneficiarias del FPE, no obstante salvo esta característica integradora el grupo demostró ser bastante heterogéneo. Dicha pluralidad no tan sólo se refiere a la dimensión concreta de sus productos comerciales, pues por sobre todo este estudio mostró la notable variedad de apreciaciones que los empresarios manifestaron con respecto a los temas propuestos. La diversidad de las características de estas empresas provee de una plataforma particular a cada uno de los empresarios para observar e interpretar bajo un ángulo singular un mismo fenómeno.

- Se constató que existe un alto grado de desconocimiento de los propósitos, de las tareas y de los alcances efectivos del Fondo de Promoción de Exportaciones. Dato significativo en cuanto que los ejecutivos entrevistados eran precisamente los responsables de las exportaciones de sus empresas. De ahí que, ninguno de los empresarios que no habían sido beneficiados por el FPE lo haya sido por no haber satisfecho los requisitos impuestos por esta institución, en consecuencia se desconocen los procedimientos y etapas de postulación a los beneficios del FPE.

- En vista de que la totalidad de los empresarios no beneficiarios nunca postularon con un proyecto para obtener financiamiento del FPE, se necesitó examinar las razones de dicho fenómeno. Fueron los discursos desarrollados por los propios empresarios los que suministraron las claves para esta indagación. Sustancialmente fue posible detectar tres espacios discursivos en torno a los cuales se construyeron los argumentos emitidos por los empresarios para automarginarse de los beneficios del FPE:

1. Desconfianza que inspiran las instituciones gubernamentales
2. El supuesto de que las exportaciones no tradicionales se encuentran fuera de los programas del FPE
3. Problemas de organización internos de la empresa

- El desarrollo de las exportaciones de las empresas no beneficiadas por el FPE es incipiente y la gestión exportadora de estos empresarios es considerada como regular. Al respecto, existe la percepción generalizada del riesgo mayor que implica el comercio exterior, debido a que intervienen factores adicionales escasamente conocidos. Aunque se admite que son muchas las oportunidades que podría ofrecer el comercio exterior para estas empresas, también se reconoce que dicha apreciación no garantiza el éxito, más cuanto que la experiencia exportadora de las empresas estudiadas que no son beneficiarias es relativamente escasa, la capacitación del personal encargado de las exportaciones es insuficiente, la asesoría externa no existe y, por tanto, la posibilidad de correr riesgos se reduce al estrecho número de clientes considerados como confiables gracias a la larga experiencia que se posee de negocios compartidos.

- Los contenidos de los discursos de los empresarios dan cuenta de que, por sobre todo, requieren de estudios prospectivos profesionales de los mercados que les suministren conocimientos ciertos tanto de los factores que intervienen en este ámbito nuevo de la comercialización de sus productos, como de las ventajas y desventajas que ofrecen los mercados o nichos de mercado estudiados.

- En términos generales, las técnicas y estrategias de comercialización empleadas por los empresarios no beneficiarios fueron en gran parte intuitivas, se generaron como respuestas ante los problemas inmediatos que fueron surgiendo a medida que se desarrollaba el proceso exportador. Asimismo, a partir de los discursos que al respecto generaron los empresarios entrevistados, emergió una característica significativa que les era común, se trató del hecho de que ninguno consideró como elemento relevante para su labor exportadora la asistencia de agentes comerciales del gobierno chileno en el exterior. En efecto, unos manifestaron desconocer totalmente la asistencia profesional que al

respecto podía brindar el Estado; otros expresaron que no obtuvieron ningún apoyo cuando necesitaron de la participación de algún funcionario del gobierno chileno en el exterior. En este marco, los empresarios experimentaron una mayor relevancia para la prospección, ingreso y permanencia de sus exportaciones de agentes privados, a saber, intermediarios y representantes.

- Las observaciones relativas a las instituciones públicas que procuran fomentar las exportaciones de las empresas privadas se concentraron en el desconocimiento y falta de voluntad de estas instituciones por considerar los contextos particulares en que se desarrollan los procesos productivos y de comercialización de las empresas. En este sentido, se enfatiza el cuestionamiento sobre la ineficacia de lo que perciben como un plan de fomento de las exportaciones demasiado homogéneo frente a la pluralidad de empresas existentes.
- Las deficiencias que principalmente detectaron los ejecutivos en la administración de sus empresas son la falta de tiempo para dedicarse adecuadamente a la gestión empresarial así como la falta de capital y de una política más arriesgada. Sumado a dichas insuficiencias se reconoce la carencia de personal confiable y mejor capacitado.
- Por otro lado, resultó significativa la percepción por parte de este grupo de empresarios de los costos que implicaría la participación en algún proyecto de promoción de exportaciones organizado por ProChile. Pues, en síntesis consideraron que los costos del sector privado serían altos en comparación con los del sector público. Dicha apreciación se fundó en la incertidumbre de los resultados de estos proyectos y en los escasos recursos de inversión con que cuentan las empresas no beneficiarias del FPE que, por lo general son más pequeñas que las empresas beneficiarias. Sin embargo, los empresarios que consideraron factible desarrollar un proyecto con el apoyo del FPE, estimaron que la proporción ideal del financiamiento que el Estado debería efectuar sería de un 50%.
- Cuando el tema se las entrevistas se dirigió a la posible ventaja que tendría para los exportadores la imagen de Chile en el extranjero, el contenido de estos discursos evidenció la creencia de que la imagen no constituye un factor determinante en el éxito o fracaso del comercio exterior de las empresas. Particularmente, los beneficios de la imagen proyectada por ProChile en el extranjero fueron percibidos de forma más bien marginal e indirecta, pues se estimó que una buena imagen país no engendraba un desarrollo inmediato y directo de las exportaciones, ya que estos beneficios consisten primordialmente en el eventual interés de los capitales extranjeros para invertir en las empresas nacionales, lo cual secundariamente influiría en un desarrollo mayor de las exportaciones. No obstante, los empresarios entrevistados consideraron de forma espontánea que más que las acciones conducentes a construir una imagen positiva de Chile en el extranjero lo que realmente importa es la estabilidad política y económica del país, lo que en definitiva les permite producir y administrar de forma segura sus recursos.

## **PAUTAS DE ENTREVISTAS**

### **LÍNEAS DE INDAGACIÓN CUALITATIVO BENEFICIARIOS**

Establecer el nivel de conocimiento básico acerca de los programas de promoción de exportaciones en que participaron y en general.

- Qué es el programa Fondo de promoción de Exportaciones
- En qué tipo de fondos participaron.

#### **A nivel de producto**

Satisfacción de usuarios de los diferentes programas en que han participado.

- Cómo calificarían los niveles de satisfacción general con el/los proyectos o programas en que han participado,
- Cómo calificarían la institución patrocinante / financiante (FONDO DE PROMOCION DE EXPORTACIONES más allá de (ProChile).
- Elementos espontáneos asociados a evaluación respecto de:
  - Cómo evalúan la etapa de postulación a los beneficios
  - Cómo evalúan la etapa de desarrollo del proyecto en conjunto con ProChile
  - Cómo evalúan y perciben los resultados obtenidos.

Cómo evalúan los elementos específicos

- áreas de difusión del programa,
- acceso a los programas,
- calidad y claridad de las bases de los programas, dependiendo de los proyectos en que han participado,
- apoyo de la institución en el desarrollo e implementación del proyecto.

#### **A nivel Intermedio**

Cuáles fueron los elementos más importantes para exportar mejor

- Hubo nuevos conocimientos y aptitudes de gestión exportadora y empresarial.
- ¿Qué necesitó para conocer -ingresar-permanecer- al mercado relacionado al proyecto, que desconocía antes de participar?
- Podrían identificar el proceso de aprendizaje y/o aplicación de nuevas técnicas/estrategias de comercialización (conocimiento del o los mercados, penetración y permanencia de productos y mercados) a partir de la participación en los programas. Identificar.
- Conocieron o hicieron nuevos contactos relevantes en el conocimiento , prospección y

permanencia en mercados (individuos, autoridades, gestores, intermediarios, etc) o nichos de mercado a partir de la participación en los programas. Identificar.

- Hubo cambios significativos en nuevas aptitudes de gestión empresarial (diferente de la exportadora). Identificar.

#### **A nivel de costos financieros**

- Percepciones acerca de pertinencia de los costos privados-públicos del proyecto en que participó. O sea, consideran Uds. que tuvieron que invertir mucho o poco capital frente a lo que el Fondo de promoción de exportaciones les brindó?
- Como sintieron Uds la pertinencia del financiamiento que tanto la empresa como ProChile debió aportar. ¿Fue adecuada la división de costos entre ProChile y empresa? Cree que la empresa podría haber aportado más recursos de los que aportó? Cree que correspondía a ProChile aportar más recursos de los que aportó?
- Uds. consideran que hubo diferencias significativas entre costos estimados y costos efectivos del programa.
- Percepción de la capacidad y flexibilidad del programa de ajustar costos estimados a los efectivos/requeridos.
- Percepciones acerca del rol de la empresa y de ProChile en alinear/suavizar los costos estimados con los costos efectivos. Quién tuvo un rol más importante.

#### **Externalidades costo/ beneficio social**

Posicionamiento de imagen

- Sirvió la participación en el proyecto en posicionar la imagen de la empresa-producto en Chile y-o en los mercados de destino. O sea, de qué forma consideran Uds. que vuestra empresa se benefició de la imagen país que ya tiene Chile a nivel de exportaciones.
- Cree que estas actividades tienen algún impacto en la imagen del país en el exterior
- Cree que Ud. que se benefició del efecto eventual imagen país que ProChile intenta proyectar a través de su accionar

#### **LÍNEAS DE INDAGACIÓN FOCUS NO BENEFICIARIOS**

Establecer el nivel de conocimiento básico acerca de los programas de promoción de exportaciones en que participaron y en general.

- Qué es el programa Fondo de promoción de Exportaciones

### **A nivel de producto**

Satisfacción con la política de promoción de exportaciones de la empresa

- Niveles de satisfacción general con el/los proyectos que ha llevado adelante en forma individual.
- ¿Está satisfecho con la política de promoción de exportaciones de su empresa?  
¿Qué cree que le falta a su política empresarial de promoción de exportaciones?
- Elementos espontáneos asociados a los programas de promoción de exportaciones organizados por ProChile
- ¿Cómo evalúan la etapa de difusión a los programas?
- ¿Cómo evalúan el acceso a los programas?
- ¿Cómo evalúan la claridad y calidad de las bases de postulación?

### **A nivel Intermedio**

Cuáles fueron los elementos más importantes para exportar mejor

- ¿Cómo y de donde ha obtenido Ud. la información necesaria para prospectar, ingresar y permanecer en los mercados de sus exportaciones?
- ¿Cómo y de donde ha obtenido Ud. la información y aprendizaje de las técnicas y estrategias de comercialización utilizados en la prospección -ingreso - permanencia de sus exportaciones?
- De qué forma conoció agentes relevantes en la prospección – ingreso -permanencia de sus exportaciones (individuos, autoridades, gestores, intermediarios, etc.) o nichos de mercado?
- Cómo evaluaría Ud. su gestión empresarial (diferente a la exportadora)
- ¿Cuál es su percepción acerca de la utilidad de los programas de promoción de exportaciones financiados por fondos públicos?

### **A nivel de costos financieros**

- Cómo cree Ud. que serían los costos privados – públicos de los proyectos de promoción de exportaciones si participara en estos (altos, bajos, costeables por su empresa)
- Cuál cree Ud. que es el tipo de promoción de exportaciones que requiere su empresa, prospección, penetración, permanencia.
- ¿Cuánto del costo total de los proyectos de promoción de exportaciones que a Ud. le gustaría llevar adelante con su empresa cree debieran ser financiados por el Estado?

**Externalidades costo/beneficio social**

- ¿Le ha servido a Ud. para sus exportaciones particulares la imagen de Chile en los mercados de destino?
- Cree Ud. que tienen algún efecto las actividades de promoción de exportaciones auspiciadas por ProChile en el exterior en fortalecer la imagen país, o de sectores exportadores específicos?
- ¿Cree Ud. que se benefició del efecto eventual imagen país que ProChile intenta proyectar a través de su accionar?
- ¿Cree Ud. que se ha beneficiado de la imagen que proyectan otras empresas exportadoras chilenas en el exterior, o en los mercados donde sus exportaciones se destinan?

- O -

**ANEXO**

**INFORME FINAL DE EVALUACIÓN**

**PROGRAMA PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES  
(PROCHILE)**

**10 Anexos****10.1 Cuadros****Cuadro Anexo N° 1 PROYECTOS POR REGIÓN**

Año	Tipo Financiamiento	Componente	Región Principal														Total	
			SB	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13		SR
1996	No cofinanciado	Prospección	11	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	13
		Penetración	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	5
		Permanencia	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
		Institucional	40	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	42
		<b>Subtotal</b>	<b>58</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>65</b>
	Cofinanciado	Prospección	0	2	1	0	0	1	0	1	7	1	0	1	1	31	6	52
		Penetración	0	1	0	0	0	0	2	0	1	2	0	1	0	22	17	46
		Permanencia	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	5	3	10
		Institucional	0	2	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	15	14	35
		<b>Subtotal</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>73</b>	<b>40</b>	<b>143</b>
<b>Total</b>		<b>58</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>79</b>	<b>40</b>	<b>208</b>	
1997	No cofinanciado	Prospección	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6
		Penetración	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	5
		Permanencia	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
		Institucional	58	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	59
		<b>Subtotal</b>	<b>70</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>72</b>
	Cofinanciado	Prospección	0	1	0	1	1	3	0	1	4	1	2	0	0	26	4	44
		Penetración	0	0	0	0	0	1	0	0	2	0	1	1	0	22	6	33
		Permanencia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
		Institucional	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	7	12
		<b>Subtotal</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>52</b>	<b>17</b>	<b>90</b>
<b>Total</b>		<b>70</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>53</b>	<b>17</b>	<b>162</b>		
1998	No cofinanciado	Prospección	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	11	
		Penetración	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	1	11	
		Institucional	47	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	48	
		<b>Subtotal</b>	<b>64</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>70</b>	
		Cofinanciado	Prospección	0	0	1	0	0	9	2	0	1	4	2	1	0	58	14
	Penetración		0	1	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	52	21	76
	Permanencia		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
	Institucional		0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	12	14
	<b>Subtotal</b>		<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>112</b>	<b>47</b>	<b>183</b>
	<b>Total</b>		<b>64</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>116</b>	<b>49</b>	<b>253</b>	
1999	No cofinanciado	Sin línea	139	5	1	3	1	12	1	2	8	5	8	3	1	114	0	303
<b>Total</b>			<b>139</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>12</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>8</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>114</b>	<b>0</b>	<b>303</b>

2000	No cofinanciado	Prospección	1	0	0	0	0	2	0	0	1	0	1	0	1	3	0	9		
		Penetración	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	
		Permanencia	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	
		Institucional	89	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	0	94	
		Subtotal	95	0	0	0	0	2	0	0	1	0	1	0	1	9	0	109		
2000	Cofinanciado	Prospección	0	1	2	0	1	9	1	3	4	4	11	0	3	45	5	89		
		Penetración	0	5	0	3	1	5	2	1	1	2	4	1	4	36	0	65		
		Permanencia	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	4		
		Institucional	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	3	0	1	9	24	39		
		Subtotal	0	6	3	3	2	15	3	4	5	7	18	1	8	93	29	197		
<b>Total</b>			95	6	3	3	2	17	3	4	6	7	19	0	9	102	29	306		
2001	No cofinanciado	Penetración	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1		
		Institucional	75	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	75		
		Subtotal	76	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	76		
		Prospección	0	4	5	4	1	12	0	2	5	3	8	0	2	44	9	99		
		Penetración	0	8	1	1	0	10	2	2	4	4	6	1	0	36	4	79		
2001	Cofinanciado	Permanencia	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	0	3	1	7		
		Institucional	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	46	51		
		Subtotal	0	12	6	5	1	24	2	4	9	7	14	2	2	88	60	236		
		<b>Total</b>			76	12	6	5	1	24	2	4	9	7	14	2	2	88	60	312

Fuente:  
Elaboración propia.  
S R : Sin región

### Cuadro Anexo N° 2 CLASIFICACIÓN SECTORIAL DE EXPORTACIONES

GRUPO SECTORIAL	SECTOR CIU
<b>Recursos Naturales</b>	
Horto frutícola	111, 112
Forestal	12
Pesquero	13
Pecuario	113
Mínero	2
<b>Recursos Naturales Procesados</b>	
Horto frutícola	31, excepto 3111, 3112, 3114
Forestal	33, 34
Pesquero	3114
Pecuario	3111, 3112
Mínero	36
<b>Otros Productos Industriales</b>	
Textil, Cueros y Calzados	32
Químico	35
Metal Mecánico	37, 38
Otros	39
<b>Servicios</b>	4, 5, 6, 7, 8, 9

Fuente:  
Basado en Campero et al. (1992) y modificado en este estudio.

**Cuadro Anexo N° 3 BENEFICIARIOS PROYECTOS PROMOCIÓN EXPORTACIONES**

Año	Tipo Financiamiento	Línea Acción	REGIÓN													Total	RM/ País %	
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13			SR
1996	No cofinanciado	Prospección	0	1	7	0	1	0	0	0	0	0	0	0	3	6	18	17
		Penetración	0	0	0	0	2	0	0	5	1	1	0	0	11	2	22	50
		Institucional	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	6	1	8	75
	Cofinanciado	Prospección	10	5	4	1	12	0	3	26	12	1	11	7	167	65	324	52
		Penetración	2	1	2	2	6	9	4	9	7	3	2	0	149	65	261	57
		Permanencia	0	0	1	6	5	0	0	0	0	0	0	0	32	7	51	63
		Institucional	0	0	1	3	5	5	2	6	0	3	2	3	120	93	243	49
	<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>11</b>	<b>21</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>35</b>	<b>16</b>	<b>7</b>	<b>15</b>	<b>10</b>	<b>372</b>	<b>202</b>	<b>729</b>	<b>51</b>	
1997	No cofinanciado	Prospección	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	6	0	7	86	
	Cofinanciado	Penetración	8	10	6	4	27	3	3	24	8	14	0	0	178	50	335	53
		Penetración	0	0	0	0	7	3	6	11	1	5	1	0	142	20	196	72
		Permanencia	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2	1	0	0	0	4	0
		Institucional	0	0	1	2	1	0	0	1	0	0	0	0	30	8	43	70
	<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>10</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>35</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>34</b>	<b>9</b>	<b>21</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>315</b>	<b>74</b>	<b>533</b>	<b>59</b>	
1998	No cofinanciado	Prospección	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	4	75	
		Penetración	0	0	0	1	1	3	3	0	0	1	0	0	21	1	31	68
		Institucional	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0
	Cofinanciado	Prospección	6	13	10	4	48	18	9	11	14	22	6	2	354	51	568	62
		Penetración	13	6	1	2	12	1	5	27	2	3	0	1	338	36	447	76
		Permanencia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	1	8	88
	Institucional	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	3	33	
	<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>15</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>51</b>	<b>16</b>	<b>8</b>	<b>34</b>	<b>15</b>	<b>18</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>464</b>	<b>83</b>	<b>738</b>	<b>63</b>	
1999	No cofinanciado	Sin Línea	52	48	47	16	131	25	36	103	54	85	14	17	844	5	1477	57
	<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>32</b>	<b>31</b>	<b>11</b>	<b>79</b>	<b>19</b>	<b>20</b>	<b>68</b>	<b>48</b>	<b>65</b>	<b>11</b>	<b>13</b>	<b>559</b>	<b>4</b>	<b>995</b>	<b>56</b>	
2000	No cofinanciado	Prospección	0	1	1	0	13	0	0	4	0	3	0	4	30	0	56	54
		Penetración	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	3	100
		Institucional	2	3	1	2	10	0	2	6	1	3	0	1	34	0	65	52
	Cofinanciado	Prospección	4	4	2	1	40	4	5	19	34	80	3	15	244	50	505	48
		Penetración	8	0	11	3	31	8	2	8	9	26	2	13	159	7	287	55
		Permanencia	2	2	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	19	0	27	70
		Institucional	3	3	1	1	49	0	3	9	13	8	0	2	81	1	174	47
	<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>5</b>	<b>105</b>	<b>11</b>	<b>8</b>	<b>36</b>	<b>28</b>	<b>55</b>	<b>2</b>	<b>25</b>	<b>368</b>	<b>55</b>	<b>736</b>	<b>50</b>	
2001	Cofinanciado	Prospección	5	11	4	1	46	3	12	21	9	28	0	3	163	28	334	49
		Penetración	17	3	2	0	19	6	2	14	18	32	3	3	118	18	255	46
	<b>Total</b>	Permanencia	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	0	9	0	12	75
		Institucional	0	3	0	0	0	0	0	4	0	1	1	0	25	0	34	74
	<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>15</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>58</b>	<b>9</b>	<b>14</b>	<b>33</b>	<b>22</b>	<b>39</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>250</b>	<b>38</b>	<b>510</b>	<b>49</b>	
<b>Total periodo</b>			<b>71</b>	<b>57</b>	<b>44</b>	<b>22</b>	<b>227</b>	<b>38</b>	<b>40</b>	<b>125</b>	<b>86</b>	<b>113</b>	<b>24</b>	<b>45</b>	<b>1215</b>	<b>424</b>	<b>2531</b>	<b>48</b>

Fuente:

Elaboración propia en base a base de datos de Prochile (1999-2001) y levantamiento de información propia de archivos de Prochile bodega DIRECON.

S R: Sin Región

**Cuadro Anexo N° 4 DISTRIBUCIÓN REGIONAL Y SECTORIAL DE BENEFICIARIOS EXPORTADORES FPE**  
**BENEFICIARIOS EXPORTADORES DEL AÑO**

	REGIÓN														Total	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	99		
<b>1991 Recursos Naturales</b>																
Forestal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hortofrutícola	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Minero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	
Pesquero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pecuario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Subtotal</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>								
<b>Recursos Naturales Procesados</b>																
Forestal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11	0	11	
Hortofrutícola	0	0	0	1	2	2	2	1	0	0	0	0	19	0	27	
Minero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	4	
Pesquero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	1	0	7	0	12	
Pecuario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Subtotal</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>41</b>	<b>0</b>	<b>54</b>	
<b>Otros Productos Industriales</b>																
Metal mecánico	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	28	0	30	
Químico	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	13	0	14	
Textil	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	22	0	25	
Otros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	0	7	
<b>Subtotal</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>70</b>	<b>0</b>	<b>76</b>	
Servicios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Total Beneficiarios del año</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>112</b>	<b>0</b>	<b>131</b>	
<b>1992 Recursos Naturales</b>																
Forestal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hortofrutícola	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Minero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	
Pesquero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	
Pecuario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	2	
<b>Subtotal</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>4</b>								
<b>Recursos Naturales Procesados</b>																
Forestal	0	0	0	0	1	0	0	2	1	0	0	0	25	0	29	
Hortofrutícola	0	0	0	1	1	3	3	1	0	0	0	0	35	0	44	
Minero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11	0	11	
Pesquero	0	0	0	0	1	0	0	3	0	2	1	0	15	0	22	
Pecuario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	
<b>Subtotal</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>86</b>	<b>0</b>	<b>107</b>	
<b>Otros Productos Industriales</b>																
Metal mecánico	2	0	0	0	2	0	0	1	0	0	0	0	58	0	63	
Químico	0	1	0	0	2	0	0	2	0	0	0	0	32	0	37	
Textil	0	0	0	0	0	0	1	3	0	1	0	0	42	0	47	
Otros	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	11	0	13	
<b>Subtotal</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>143</b>	<b>0</b>	<b>160</b>	
Servicios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	4	
<b>Total Beneficiarios del año</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>12</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>235</b>	<b>0</b>	<b>275</b>	
<b>1993 Recursos Naturales</b>																
Forestal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hortofrutícola	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	0	9	
Minero	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	4	
Pesquero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pecuario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

<b>Subtotal</b>	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11	0	13
<b>Recursos Naturales Procesados</b>															
Forestal	0	0	0	0	1	0	0	4	1	1	1	0	26	0	34
Hortofrutícola	2	0	0	4	5	7	7	3	0	1	0	0	47	0	76
Minero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	0	10
Pesquero	0	0	0	0	1	0	0	5	0	6	1	1	15	0	29
Pecuario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	0	3
<b>Subtotal</b>	2	0	0	4	7	7	7	12	1	8	2	2	100	0	152
<b>Otros Productos Industriales</b>															
Metal mecánico	2	0	0	0	2	0	2	1	0	0	0	0	64	0	71
Químico	2	1	0	0	4	0	0	2	0	0	0	0	47	0	56
Textil	0	0	0	1	0	0	0	2	0	0	0	0	23	0	26
Otros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	14	0	14
<b>Subtotal</b>	4	1	0	1	6	0	2	5	0	0	0	0	148	0	167
Servicios	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	4	1	6
<b>Total Beneficiarios del año</b>	6	3	0	5	14	7	9	17	1	8	2	2	263	1	338
<b>1994 Recursos Naturales</b>															
Forestal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hortofrutícola	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	8	0	9
Minero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2
Pesquero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pecuario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
<b>Subtotal</b>	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	10	0	12
<b>Recursos Naturales Procesados</b>															
Forestal	0	0	0	0	1	0	0	7	2	1	2	2	38	0	53
Hortofrutícola	0	0	0	3	2	4	3	3	0	0	0	0	38	0	53
Minero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	7	0	8
Pesquero	0	0	3	4	0	0	0	3	0	6	1	0	13	0	30
Pecuario	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
<b>Subtotal</b>	0	0	3	7	3	4	3	13	3	7	3	3	96	0	145
<b>Otros Productos Industriales</b>															
Metal mecánico	1	0	0	0	2	0	1	1	0	1	0	0	66	0	72
Químico	0	2	0	0	5	0	0	2	0	0	0	0	46	0	55
Textil	1	0	0	0	2	0	0	4	0	1	0	0	34	0	42
Otros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11	0	11
<b>Subtotal</b>	2	2	0	0	9	0	1	7	0	2	0	0	157	0	180
Servicios	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	4	1	7
<b>Total Beneficiarios del año</b>	2	2	3	7	15	4	4	20	3	9	3	4	267	1	344
<b>1995 Recursos Naturales</b>															
Forestal	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Hortofrutícola	0	0	0	0	5	0	0	0	0	1	0	0	14	0	20
Minero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Pesquero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Pecuario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	8	0	0	11
<b>Subtotal</b>	0	0	0	0	5	0	1	0	0	1	3	8	16	0	34
<b>Recursos Naturales Procesados</b>															
Forestal	0	0	0	0	2	0	0	4	1	1	2	3	31	0	44
Hortofrutícola	0	0	1	2	7	6	10	5	0	2	0	0	62	0	95
Minero	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	7	0	8
Pesquero	0	2	3	4	0	0	0	2	0	4	1	1	13	0	30
Pecuario	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	1	1	0	5
<b>Subtotal</b>	0	2	4	6	11	7	10	11	1	8	3	5	114	0	182
<b>Otros Productos Industriales</b>															
Metal mecánico	1	0	0	0	5	0	1	3	0	1	0	0	65	0	76
Químico	1	0	0	0	10	0	0	2	0	0	0	0	59	0	72

Textil	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	29	0	30
Otros	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	10	0	11
<b>Subtotal</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>16</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>163</b>	<b>0</b>	<b>189</b>
Servicios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	4
<b>Total Beneficiarios del año</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>32</b>	<b>7</b>	<b>12</b>	<b>16</b>	<b>1</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>13</b>	<b>297</b>	<b>0</b>	<b>409</b>
<b>1996 Recursos Naturales</b>															
Forestal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hortofrutícola	0	0	0	0	3	2	0	0	0	0	0	0	9	0	14
Mínero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	0	5
Pesquero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Pecuario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	0	3
<b>Subtotal</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>16</b>	<b>0</b>	<b>23</b>
<b>Recursos Naturales Procesados</b>															
Forestal	0	0	0	0	0	0	0	6	2	0	2	2	22	0	34
Hortofrutícola	0	0	1	4	7	6	3	5	0	2	0	0	47	0	75
Mínero	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	10	0	11
Pesquero	0	0	2	5	0	0	0	6	0	3	1	0	11	0	28
Pecuario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2
<b>Subtotal</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>9</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>17</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>92</b>	<b>0</b>	<b>150</b>
<b>Otros Productos Industriales</b>															
Metal mecánico	2	0	0	0	1	0	1	1	2	0	0	0	55	0	62
Químico	1	1	1	0	2	0	0	1	0	0	0	0	43	0	49
Textil	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	25	0	26
Otros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	0	8
<b>Subtotal</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>131</b>	<b>0</b>	<b>145</b>
Servicios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	3
<b>Total Beneficiarios del año</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>14</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>19</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>242</b>	<b>0</b>	<b>321</b>
<b>1997 Recursos Naturales</b>															
Forestal	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Hortofrutícola	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2
Mínero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Pesquero	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2
Pecuario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Subtotal</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>6</b>
<b>Recursos Naturales Procesados</b>															
Forestal	0	0	0	0	2	2	0	7	1	3	1	0	25	0	41
Hortofrutícola	0	0	0	2	7	2	2	2	0	0	0	0	29	0	44
Mínero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	0	6
Pesquero	2	1	2	4	3	0	0	2	0	13	1	0	14	0	42
Pecuario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Subtotal</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>11</b>	<b>1</b>	<b>16</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>74</b>	<b>0</b>	<b>133</b>
<b>Otros Productos Industriales</b>															
Metal mecánico	2	0	2	0	0	0	2	1	0	0	0	0	53	0	60
Químico	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	42	0	44
Textil	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	10	0	12
Otros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	4
<b>Subtotal</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>109</b>	<b>0</b>	<b>120</b>
Servicios	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2
<b>Total Beneficiarios del año</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>16</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>15</b>	<b>2</b>	<b>16</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>185</b>	<b>1</b>	<b>261</b>
<b>1998 Recursos Naturales</b>															
Forestal	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	2
Hortofrutícola	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	4	0	6
Mínero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Pesquero	0	0	0	0	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	3
Pecuario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

<b>Subtotal</b>	0	0	0	0	2	0	2	2	0	1	0	0	5	0	12
<b>Recursos Naturales Procesados</b>															
Forestal	0	0	0	0	2	3	0	5	1	3	2	0	43	0	59
Hortofrutícola	0	0	0	3	6	2	3	2	0	1	0	0	35	0	52
Mínero	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13	0	14
Pesquero	2	1	3	0	3	0	0	3	0	5	0	0	11	0	28
Pecuario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
<b>Subtotal</b>	2	2	3	3	11	5	3	10	1	9	2	0	103	0	154
<b>Otros Productos Industriales</b>															
Metal mecánico	2	1	1	0	3	0	2	2	0	1	0	0	68	0	80
Químico	0	2	0	0	7	0	0	1	0	0	0	1	57	0	68
Textil	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	37	0	40
Otros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11	0	11
<b>Subtotal</b>	2	3	1	0	13	0	2	3	0	1	0	1	173	0	199
Servicios	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	3	0	4
<b>Total Beneficiarios del año</b>	4	5	4	3	27	5	7	15	1	11	2	1	284	0	369
<b>1999 Recursos Naturales</b>															
Forestal	0	0	0	0	1	1	1	2	0	0	0	0	1	0	6
Hortofrutícola	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	2	0	6
Mínero	1	3	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	5	0	11
Pesquero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Pecuario	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	2
<b>Subtotal</b>	1	3	1	0	2	2	2	4	1	0	0	1	9	0	26
<b>Recursos Naturales Procesados</b>															
Forestal	0	0	0	0	3	4	3	14	4	1	2	0	49	0	80
Hortofrutícola	1	0	1	1	5	0	1	3	0	2	0	0	28	0	42
Mínero	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	22	0	26
Pesquero	2	4	2	5	4	1	0	6	0	24	2	0	23	0	73
Pecuario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2
<b>Subtotal</b>	5	5	3	6	13	5	4	23	4	27	4	0	124	0	223
<b>Otros Productos Industriales</b>															
Metal mecánico	2	3	1	0	4	0	3	0	1	1	0	2	81	0	98
Químico	1	1	0	0	2	0	0	1	0	0	0	0	48	0	53
Textil	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	27	0	30
Otros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	14	0	14
<b>Subtotal</b>	3	4	1	0	7	0	3	1	2	1	0	3	170	0	195
Servicios	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	7	0	8
<b>Total Beneficiarios del año</b>	9	12	5	6	23	7	9	28	7	28	4	4	310	0	452
<b>2000 Recursos Naturales</b>															
Forestal	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	3
Hortofrutícola	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	3	0	4
Mínero	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2	0	3
Pesquero	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2
Pecuario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Subtotal</b>	0	0	0	0	3	1	0	1	0	0	0	0	7	0	12
<b>Recursos Naturales Procesados</b>															
Forestal	0	0	0	0	2	2	1	2	2	0	1	0	31	0	41
Hortofrutícola	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	0	5
Mínero	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	6	0	7
Pesquero	2	4	0	0	3	0	0	7	0	13	0	0	21	0	50
Pecuario	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
<b>Subtotal</b>	2	4	0	0	5	2	2	10	2	13	1	0	63	0	104
<b>Otros Productos Industriales</b>															
Metal mecánico	1	0	0	1	3	0	0	3	0	0	0	0	56	0	64
Químico	1	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	1	24	0	29

Textil	0	0	3	0	2	0	0	1	0	0	0	0	14	0	20
Otros	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	0	6
<b>Subtotal</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>99</b>	<b>0</b>	<b>119</b>
Servicios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2
<b>Total Beneficiarios del año</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>16</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>15</b>	<b>2</b>	<b>13</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>171</b>	<b>0</b>	<b>237</b>
<b>2001 Recursos Naturales</b>															
Forestal	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	1	0	4
Hortofrutícola	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Minero	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	2
Pesquero	0	0	0	0	1	0	0	2	0	0	0	0	0	0	3
Pecuario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Subtotal</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>10</b>
<b>Recursos Naturales Procesados</b>															
Forestal	0	0	0	0	3	1	4	5	3	0	0	1	27	0	44
Hortofrutícola	0	0	0	0	1	1	7	0	0	1	0	0	4	0	14
Minero	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	11	0	12
Pesquero	0	2	1	0	4	0	0	4	0	6	1	1	13	0	32
Pecuario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Subtotal</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>11</b>	<b>10</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>55</b>	<b>0</b>	<b>102</b>
<b>Otros Productos Industriales</b>															
Metal mecánico	1	1	0	0	0	1	0	2	0	0	0	0	41	0	46
Químico	3	0	1	0	4	0	0	1	0	0	0	0	20	1	30
Textil	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	7	0	8
Otros	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	5	0	6
<b>Subtotal</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>73</b>	<b>1</b>	<b>90</b>
Servicios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	5	0	6
<b>Total Beneficiarios del año</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>14</b>	<b>4</b>	<b>11</b>	<b>18</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>136</b>	<b>1</b>	<b>208</b>

**Cuadro Anexo N° 5 APORTES DEL FPE Y PRIVADOS A PROYECTOS DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES. 1990-2001**

		1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
<b>RM</b>													
		<b>Aporte FPE</b>											
<b>No cofinanciado</b>	<b>Prospección</b>	0	0	0	0	0	4	13	0	6	5	51	0
	<b>Penetración</b>	0	0	0	37	0	0	71	6	72	14	9	0
	<b>Permanencia</b>	0	0	0	50	12	102	0	0	0	11	0	0
	<b>Institucional</b>	0	0	0	0	28	0	10	0	0	27	352	0
	<b>Gasto (GO) Operacional</b>	0	0	0	0	0	0	7	0	0	0	0	0
<b>cofinanciado</b>	<b>Prospección</b>	138	123	393	540	598	441	788	973	869	420	526	643
	<b>Penetración</b>	144	501	908	397	428	1101	574	814	1128	500	547	632
	<b>Permanencia</b>	776	0	320	221	84	883	117	0	12	180	86	78
	<b>Institucional</b>	3903	656	611	576	1135	2839	414	212	7	749	171	219
<b>Total</b>		4960	1280	2231	1821	2284	5370	1992	2005	2094	1906	1742	1572
		<b>% GO/Total</b>											
		<b>Aporte Privados</b>											
<b>Cofinanciado</b>	<b>Prospección</b>	218	218	553	991	803	567	1047	1447	1120	762	612	804
	<b>Penetración</b>	169	513	1018	521	568	1223	774	1706	3839	1096	821	901
	<b>Permanencia</b>	667	0	554	372	118	815	168	0	15	265	86	127
	<b>Institucional</b>	2699	664	1177	931	1376	1600	847	145	7	919	442	218
<b>Total</b>		3753	1395	3302	2814	2864	4205	2836	3297	4982	3042	1960	2050
<b>TOTAL PAÍS</b>													
		<b>Aporte FPE</b>											
<b>No cofinanciado</b>	<b>Prospección</b>	26	209	1230	507	471	874	254	96	191	578	106	0
	<b>Penetración</b>	53	13	250	145	156	311	211	110	176	211	9	10
	<b>Permanencia</b>	111	35	92	536	716	638	309	11	0	384	190	0
	<b>Institucional</b>	1801	442	1032	2885	1067	1158	375	1093	203	3492	7742	6163
	<b>Gasto (GO) Operacional</b>	49	380	256	818	164	396	583	5842	2525	1605	0	0
<b>cofinanciado</b>	<b>Prospección</b>	232	150	492	693	760	611	1141	1398	1712	1337	884	1099
	<b>Penetración</b>	176	718	961	604	487	1332	1162	2422	1671	1706	964	1211
	<b>Permanencia</b>	899	0	327	254	147	957	173	47	12	452	97	185
	<b>Institucional</b>	4295	1737	844	806	1362	2995	1230	828	535	2306	547	642
<b>Total</b>		7642	3685	5483	7249	5331	9271	5441	7	7027	0	9	9310
		<b>% GO/Total</b>											
		<b>Aporte Privados</b>											
<b>Cofinanciado</b>	<b>Prospección</b>	420	278	687	1225	1061	774	1529	2046	1889	1108	1007	1276
	<b>Penetración</b>	198	745	1098	1051	642	1607	1438	3255	4531	1591	1329	1608
	<b>Permanencia</b>	808	0	558	410	235	906	280	25	15	331	105	294
	<b>Institucional</b>	3031	1659	8805	1246	5844	1932	1832	1163	656	2561	907	1095
<b>Total</b>		4458	2682	8	3932	7783	5219	5079	6489	7091	5591	3347	4272

**Cuadro Anexo N° 6 FORMULARIOS DE ENCUESTAS BENEFICIARIOS Y NO BENEFICIARIOS****ENCUESTA SOBRE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES  
FORMULARIO N° 1**

Folio

**1 Identificación de la Empresa**

<b>1.1</b>	Nombre empresa	
<b>1.2</b>	RUT	
<b>1.3</b>	Año de Iniciación de Actividades	
<b>1.4</b>	Nombre de persona encuestada	
<b>1.5</b>	Cargo Persona que contesta	
	1. Dueño	
	2. Gerente general	→ <input type="checkbox"/>
	3. Gerente Comercial	
	4. Gerente/subgerente exportaciones	
	5. Otro.....	

**2 A continuación una serie de preguntas que se refieren a la experiencia de la empresa en relación con sus productos y procesos en los años 1996 y 2001.****2.1** ¿Qué nivel de innovación en los productos/servicios que la empresa ofrece, diría Ud. que se introdujo en relación con...?: (PASAR TARJETA N°1)

		Año 1996	Año 2001
<b>2.1.1</b>	Presentación /empaquetado		
<b>2.1.2</b>	Calidad insumos		
<b>2.1.3</b>	Calidad producto final		
<b>2.1.4</b>	Servicio al cliente pre venta		
<b>2.1.5</b>	Servicio al cliente post venta		
<b>2.1.6</b>	Nuevos productos		

**2.2** ¿Qué nivel de innovación en los procesos o procedimientos de la empresa diría Ud. que se introdujo en relación con...?: (PASAR TARJETA N°1)

		Año 1996	Año 2001
<b>2.2.1</b>	Proceso físico de producción		
<b>2.2.2</b>	Control de calidad del proceso de producción		
<b>2.2.3</b>	Maquinarias		
<b>2.2.4</b>	Normas de seguridad		
<b>2.2.5</b>	Normas ambientales		
<b>2.2.6</b>	Gestión /reorganización administrativa de la empresa		
<b>2.2.7</b>	Gestión de Comercialización		
<b>2.2.8</b>	Informatización del proceso productivo		

**2.3** ¿Cómo evaluaría Ud. el posicionamiento de su empresa en los mercados externos con respecto a...?:  
(PASAR TARJETA N°2)

		Año 1996	Año 2001
2.3.1	Calidad de productos		
2.3.2	Servicio al cliente		
2.3.3	Cumplimiento de plazos		
2.3.4	Diferenciación de sus productos		
2.3.5	Prestigio de la empresa		
2.3.6	Disponibilidad / acceso hacia sus clientes		
2.3.7	Tamaño relativo de su empresa		

**2.4** ¿Cómo considera Ud. que era el precio relativo de sus productos o servicios exportados respecto de la competencia?  
(PASAR TARJETA N°3)

--	--

**3** A continuación una serie de preguntas relacionados con la actividad de la empresa en promoción de exportaciones.

Para responder las preguntas 3.1 , 3.4 a 3.6, por favor utilice el siguiente recuadro, anotando los códigos asociados a su respuesta

	Preg. 3.1				Preg. 3.4	Preg. 3.5	Preg. 3.6
1985-89							
1990							
1991							
1992							
1993							
1994							
1995							
1996							
1997							
1998							
1999							
2000							
2001							

**3.1** Para cada año solicitado, indique aquellos tipos de colectividades empresariales en las cuales ha participado la empresa, entre las siguientes:

1. Comité exportador Prochile
2. Profo
3. Asociación(es) Gremial(es)
4. Vinculación jurídica/propietaria/accionaria con otras empresas (sociedad con otras empresas/personas relacionadas a sus exportaciones)
5. Otra forma de agrupación de empresas
6. Ninguna
99. No sabe/No recuerda

3.2	¿Ha tenido algún contacto con Prochile entre 1996 y 2001? (1 = Si; 2 = No)	→	
3.3	Sólo quienes responden 'Si' en 3.2. ¿Quién propició el primer contacto con Prochile? (1 = Empresa; 2 = Prochile; 3 = Otra entidad/persona)	→	
3.4	Indique el número de proyectos de promoción de exportaciones <b>financiados o cofinanciados por el Fondo de Promoción Exportaciones de Prochile</b> (excluya los financiados por Fondo de Promoción Exportaciones Agropecuarias) en que ha participado la empresa		
3.5	Indique el número de proyectos de promoción de exportaciones <b>financiados o cofinanciados por Fondo Promoción Exportaciones Agropecuarias (Prochile y Ministerio de Agricultura)</b>		
3.6	Indique el número de Proyectos de Promoción de exportaciones <b>financiados exclusivamente por su empresa</b> (presentación en ferias, catálogos, etc.)		
3.7	¿Cuántos años de contacto, intentos y/o postulaciones le tomó a su empresa obtener <b>el primer financiamiento de Prochile para promoción de sus exportaciones?</b>	→	

A continuación una serie de preguntas de evaluación de la empresa sobre sus actividades de promoción de exportaciones.

**Encuestador:** Utilice la siguiente escala para responder las preguntas 3.8 a 3.16, según corresponda:

1. Muy insatisfecho/perjudicial/sin importancia
2. Insatisfecho/inútil/poco importante
3. Ni satisfecho ni insatisfecho/neutro/ medianamente importante
4. Satisfecho/útil/importante
5. Muy satisfecho/muy útil/muy importante

3.8 ¿Cuál diría Ud. que es el nivel de satisfacción de su empresa en cada uno de los siguientes aspectos relacionados con la experiencia de promoción de exportaciones con financiamiento de Prochile? (PASAR TARJETA N° 4)

		Antes del 2000	2000-2001
3.8.1	El nivel de financiamiento obtenido para el/los proyecto(s)		
3.8.2	La proporción de los costos de los proyectos financiados por su empresa		
3.8.3	Difusión del programa de promoción de exportaciones		
3.8.4	Accesibilidad y al programa de promoción de exportaciones		
3.8.5	Claridad de los requisitos de postulación		
3.8.6	Pertinencia de los objetivos planteados por los proyectos realizados		
3.8.7	Simplicidad del proceso de postulación		
3.8.8	Atingencia-relevancia de los requisitos/bases de postulación para su sector productivo		
3.8.9	Apoyo-compromiso del <i>product manager</i> durante elaboración del proyecto		
3.8.10	Apoyo-compromiso de <i>product manager</i> durante ejecución del proyecto		
3.8.11	Acceso-apoyo de agregados comerciales durante ejecución de/los proyecto(s)		
3.8.12	Flexibilidad de Prochile para tramitar/evaluar/ejecutar su proyecto		
3.8.13	Prontitud de Prochile en la evaluación del proyecto de promoción		
3.8.14	Prontitud de Prochile para entregar su parte del financiamiento de/los proyecto(s) a la empresa		
3.8.15	La experiencia en general de la empresa con los proyectos de promoción de exportaciones con financiamiento de Prochile		

**3.9 Sólo quienes han realizado proyectos de promoción de exportaciones con financiamiento exclusivo de la empresa, es decir tiene respuestas no nulas en 3.6:**

**¿Cuál diría Ud. que es el nivel de satisfacción de su empresa en cada uno de los siguientes aspectos relacionados con la experiencia de promoción de exportaciones con recursos propios? (PASAR TARJETA N°4)**

	Antes del 2000	2000-2001
3.9.1 Nivel de financiamiento utilizado para realizar actividades de promoción de exportaciones		
3.9.2 Relación entre los objetivos planteados y los logros efectivamente alcanzados		
3.9.3 Si lo hubo, apoyo-compromiso de Prochile durante la elaboración del proyecto		
3.9.4 Si lo hubo, apoyo-compromiso de Prochile durante ejecución del proyecto		
3.9.5 Si lo hubo, acceso-apoyo de agregados comerciales durante ejecución del proyecto		
3.9.6 Satisfacción general de la empresa con los proyectos de promoción de exportaciones con financiamiento propio		

**3.10 ¿Cuán útil cree Ud. que fue para su empresa la realización de proyectos de promoción de exportaciones con financiamiento de Prochile en cada uno de los siguientes aspectos? (PASAR TARJETA N°5)**

	Antes del 2000	2000-2001
3.10.1 Haber contactado a potenciales clientes		
3.10.2 Haber concertado negocios de exportación		
3.10.3 Haber conocido a la competencia extranjera		
3.10.4 Haber contactado aliados estratégicos extranjeros relevantes para su actividad exportadora		
3.10.5 Haber contactado aliados estratégicos nacionales relevantes para su actividad exportadora		
3.10.6 Haber podido dar a conocer su empresa /productos en el exterior		
3.10.7 Haber posicionado la imagen de su empresa /productos en el exterior		
3.10.8 Haber posicionado la imagen de su empresa /productos en Chile		
3.10.9 Haber aprendido debilidades de su empresa/ productos /servicios		
3.10.10 Haber aprendido nuevas técnicas de comercialización /marketing		
3.10.11 Haber incorporado nuevas formas /herramientas de hacer negocios		
3.10.12 Otros aspectos (indique abajo, si los hubo)		
a)		
b)		
c)		

**3.11 Sólo quienes han realizado proyectos de promoción de exportaciones con financiamiento exclusivo de la empresa, es decir tiene respuestas no nulas en 3.6:**

**¿Cuán útil cree Ud. que fue para su empresa la realización de proyectos de promoción de exportaciones con recursos propios en cada uno de los siguientes aspectos? (PASAR TARJETA N°5)**

	Antes del 2000	2000-2001
3.11.1	Haber contactado a potenciales clientes	
3.11.2	Haber concertado negocios de exportación	
3.11.3	Haber conocido a la competencia extranjera	
3.11.4	Haber contactado aliados estratégicos extranjeros relevantes para su actividad exportadora	
3.11.5	Haber contactado aliados estratégicos nacionales relevantes para su actividad exportadora	
3.11.6	Haber podido dar a conocer su empresa /productos en el exterior	
3.11.7	Haber posicionado la imagen de su empresa /productos en el exterior	
3.11.8	Haber posicionado la imagen de su empresa /productos en Chile	
3.11.9	Haber aprendido debilidades de su empresa/ productos /servicios	
3.11.10	Haber aprendido nuevas técnicas de comercialización /marketing	
3.11.11	Haber incorporado nuevas formas /herramientas de hacer negocios	
3.11.12	Otros aspectos (indique abajo, si los hubo)	
a)		
b)		
c)		

**3.12 En general, ¿Cuál diría Ud. que es el nivel de importancia de las actividades de promoción de exportaciones realizadas en los siguientes aspectos: (PASAR TARJETA N°6)**

3.12.1	Mantener y/o mejorar su volumen de exportaciones	
3.12.2	Ampliar su oferta exportadora (incrementar la cantidad de productos / servicios exportados)	
3.12.3	Mejorar la calidad de su oferta exportadora	
3.12.4	Mejorar el número de mercados al que destina exportaciones	
3.12.5	Mejorar las utilidades de su empresa	
3.12.6	Mejorar el nivel tecnológico de su empresa	
3.12.7	Interrelacionar a su empresa con productores/competidores nacionales	
3.12.8	Interrelacionar a su empresa con productores/competidores extranjeros	

**3.13 ¿Cuál diría Ud. que ha sido el nivel de importancia de otras experiencias de promoción de exportaciones de empresas chilenas en su actividad empresarial, en los siguientes aspectos: (PASAR TARJETA N°6)**

3.13.1	Desarrollar sus primeras actividades de promoción de exportaciones	
3.13.2	Modificar o reformular sus actividades de promoción de exportaciones	

3.14 ¿Cuál diría Ud. que ha sido el nivel de importancia de sus actividades de promoción de exportaciones, para otras empresas chilenas, en los siguientes aspectos: (PASAR TARJETA N°6)

3.14.1	Replicar el tipo de actividades que ha realizado su empresa	
3.14.2	Replicar el tipo de productos que exporta su empresa	
3.14.3	Replicar la destinación de sus exportaciones	

3.15	¿Cuál diría Ud. que ha sido el nivel de importancia de sus actividades de promoción de exportaciones para mejorar la imagen de nuestro país en el exterior? (PASAR TARJETA N°6)	
3.16	¿Cuál diría Ud. que ha sido el nivel de importancia de la imagen de nuestro país en el exterior, para el desarrollo de sus exportaciones? (PASAR TARJETA N°6)	

4 En relación con participación de su empresa en iniciativas de fomento productivo/ exportador

Indique si utilizó entre 1996 y 2001 los siguientes instrumentos de fomento productivo/exportador. Para aquellos que ha utilizado, señale cuán relevantes o irrelevantes cree Ud. que han sido éstos en el desarrollo de la actividad exportadora de su empresa. (PASAR TARJETA N°7)		Utilizó	
		1. Si	2. No
4.1	FAT		
4.2	Profo		
4.3	Programa de desarrollo de proveedores (CORFO)		
4.4	Programa de apoyo a gestión de empresas (PAG)		
4.5	FONTEC (Fondo Nacional de Desarrollo Tecnológico y Productivo)		
4.6	FDI ( Fondo de desarrollo e Innovación)		
4.7	FONCAP (Fondo de capacitación)		
4.8	SINCE (Capacitación de trabajadores)		
4.9	Reintegro Simplificado (ley 18.480)		
4.10	Reintegro general (18708)		
4.11	Devolución de IVA		
4.12	Devolución anticipada del IVA		
4.13	Arancel diferido Bienes de Capital (Ley 18.634)		
4.14	Caución solidaria CORFO		
4.15	FOGAPE Fondo de garantía a pequeños empresarios (o FOGAEX a exportaciones no tradicionales antes de 2001)		
4.16	Otros (especifique, de haberlos):		

5 A continuación le solicitamos algunos datos descriptivos de la empresa:

**5.1 Principales productos o servicios que produjo/vendió la empresa entre Enero y Diciembre de 2001**

5.1.1 \_\_\_\_\_

5.1.2 \_\_\_\_\_

5.1.3 \_\_\_\_\_

**5.2 Principales productos o servicios que exportó la empresa entre Enero y Diciembre de 2001**

5.2.1 \_\_\_\_\_

5.2.2 \_\_\_\_\_

5.2.3 \_\_\_\_\_

	Año 1996	Año 2001
5.3 ¿Cuál era el valor de las ventas totales anuales para cada año? (en USD dólares)		
5.4 ¿Cuál era el valor de las exportaciones totales anuales para cada año? (en USD dólares)		
5.5 ¿Ha contratado/comprado licencias para uso de marcas comerciales? 1=Si; 2=No Sólo quienes responden 'Si' en 5.5		
5.6 ¿En cuánto estima el gasto en royalties de su empresa por el uso de marcas comerciales? (en USD dólares)		
5.7 ¿Ha contratado/comprado licencias técnicas (excluya uso de marcas comerciales)? 1=Si; 2=No Sólo quienes responden 'Si' en 5.7		
5.8 ¿En cuánto estima el gasto en licencias técnicas /royalties de su empresa? (en USD dólares)		
5.9 Solo quienes responden 'Si' en 5.7 De qué tipo de licencia se trataba → 1. Patente de Invención 2. Franquicia 3. Dibujo/diseño industrial 4. Secreto Industrial 5. Otro.....		
5.10 Sólo quienes responden 'Si' en 5.7 ¿Qué porcentaje de estas licencias son de origen extranjero?		
5.11 Número de personas (promedio mensual) que trabajaba en la empresa		
5.11.1 Número de personas (promedio mensual) No calificadas (obreros)		
5.11.2 Número de personas (promedio mensual) Técnicos (no universitarios)		
5.11.3 Número de personas (promedio mensual) Universitarios		
5.12 ¿Cuánto era el gasto de su empresa (promedio mensual) en remuneraciones, sueldos y salarios de los trabajadores? (en Pesos)		

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

**Tarjeta N° 1**

- 1. Muy Alto**
- 2. Alto**
- 3. Medio**
- 4. Bajo**
- 5. Muy Bajo**
- 6. Nulo**

**Tarjeta N° 2**

- 1. Muy Buen Posicionamiento**
- 2. Buen Posicionamiento**
- 3. Regular Posicionamiento**
- 4. Mal Posicionamiento**
- 5. Muy Mal Posicionamiento**

**Tarjeta N° 3**

- 1. Muy Buen Precio**
- 2. Buen Precio**
- 3. Regular Precio**
- 4. Mal Precio**
- 5. Muy Mal Precio**

**Tarjeta N° 4**

- 1. Muy Satisfecho**
- 2. Satisfecho**
- 3. Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho**
- 4. Insatisfecho**
- 5. Muy Insatisfecho**

**Tarjeta N° 5**

- 1. Muy Útil**
- 2. Útil**
- 3. Ni Útil / Ni Inútil**
- 4. Poco Útil**
- 5. Nada Útil**

**Tarjeta N° 6**

- 1. Muy Importante**
- 2. Importante**
- 3. Poco Importante**
- 4. Nada Importante**

**Tarjeta N° 7**

- 1. Indispensable**
- 2. Muy Relevante**
- 3. Relevante**
- 4. Poco Relevante**
- 5. Irrelevante**

ENCUESTA SOBRE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES  
FORMULARIO N° 2

Folio	
-------	--

**1 Identificación de la Empresa**

1.1	Nombre empresa	
1.2	RUT	
1.3	Año de Iniciación de Actividades	
1.4	Nombre de persona encuestada	
1.5	Cargo Persona que contesta	
	1. Dueño	
	2. Gerente general	→ <input type="checkbox"/>
	3. Gerente Comercial	
	4. Gerente/subgerente exportaciones	
	5. Otro.....	

**2 A continuación una serie de preguntas que se refieren a la experiencia de la empresa en relación con sus productos y procesos comparando los años 1996 y 2001.**

2.1 ¿Qué nivel de innovación en los productos/servicios que la empresa ofrece, diría Ud. que se introdujo en relación con...?: (PASAR TARJETA N°1)

	Año 1996	Año 2001
2.1.1	Presentación /empaque	
2.1.2	Calidad insumos	
2.1.3	Calidad producto final	
2.1.4	Servicio al cliente pre venta	
2.1.5	Servicio al cliente post venta	
2.1.6	Nuevos productos	

2.2 ¿Qué nivel de innovación en los procesos o procedimientos de la empresa diría Ud. que se introdujo en relación con...?: (PASAR TARJETA N°1)

	Año 1996	Año 2001
2.2.1	Proceso físico de producción	
2.2.2	Control de calidad del proceso de producción	
2.2.3	Maquinarias	
2.2.4	Normas de seguridad	
2.2.5	Normas ambientales	
2.2.6	Gestión /reorganización administrativa de la empresa	
2.2.7	Gestión de Comercialización	

2.3 ¿Cómo evaluaría Ud. el posicionamiento de su empresa en los mercados externos con respecto a...?: (PASAR TARJETA N°2)

Año 1996	Año 2001
----------	----------

2.3.1	Calidad de productos		
2.3.2	Servicio al cliente		
2.3.3	Cumplimiento de plazos		
2.3.4	Diferenciación de sus productos		
2.3.5	Prestigio de la empresa		
2.3.6	Disponibilidad / acceso hacia sus clientes		
2.3.7	Tamaño relativo de su empresa		

2.4	¿Cómo considera Ud. que era el precio relativo de sus productos o servicios exportados respecto de la competencia? (PASAR TARJETA N°3)		
-----	--	--	--

**3 A continuación una serie de preguntas relacionados con la actividad de la empresa en promoción de exportaciones.**

Para responder las preguntas 3.1 , a 3.6, por favor utilice el siguiente recuadro, anotando los códigos asociados a su respuesta.

<u>Pregunta N.</u>	3.1					3.2				
1985-89										
1990										
1991										
1992										
1993										
1994										
1995										
1996										
1997										
1998										
1999										
2000										
2001										

3.7 Para cada año solicitado, indique aquellos tipos de colectividades empresariales en las cuales ha participado la empresa, entre las siguientes:

7. Comité exportador Prochile
8. Profo
9. Asociación(es) Gremial(es)
10. Vinculación jurídica/propietaria/accionaria con otras empresas (sociedad con otras empresas/personas relacionadas a sus exportaciones)
11. Otra forma de agrupación de empresas
12. Ninguna
100. No sabe/No recuerda

3.2	Indique el número de Proyectos de Promoción de exportaciones financiados exclusivamente por su empresa (presentación en ferias, catálogos, etc.)	
3.3	¿Ha tenido algún contacto con Prochile entre 1996 y 2001? (1 = Si; 2 = No)	→
3.4	Sólo quienes respondan 'Si' en 3.2 ¿Quién propició el primer contacto con Prochile? (1 = Empresa; 2 = Prochile; 3 = Otra entidad/persona)	→
3.5	Ha oído hablar del Fondo de Promoción de Exportaciones de Prochile (1 = Si, 2 = No)	→
3.6	Sólo quienes han estado en contacto con Prochile, es decir 'Si' en 3.2:	
3.6.1	¿Ha intentado obtener financiamiento de Prochile en años anteriores? (1=Si; 2=No)	→
3.6.2	¿Ha intentado obtener financiamiento de Prochile durante este año? (1=Si; 2=No)	→
3.6.3	En caso afirmativo en 3.3.1 ¿En cuántas oportunidades ha recurrido a Prochile con el objeto de obtener financiamiento para promoción de sus exportaciones sin éxito?	→
3.7	En caso afirmativo en 3.2.3, ¿Cuál es la opinión de su empresa para cada uno de los siguientes aspectos relacionados con el Fondo de Promoción de exportaciones? (PASAR TARJETA N°4)	
3.7.1	Difusión del fondo de promoción de exportaciones	
3.7.2	Accesibilidad al fondo de promoción de exportaciones	
3.7.3	Simplicidad para postular al fondo	
3.7.4	Atingencia-relevancia de los requisitos/bases de postulación para su sector productivo	
3.8	En caso afirmativo en 3.3.1 o en 3.3.2, ¿Cuál es la opinión de su empresa para cada uno de los siguientes aspectos relacionados a su experiencia con el Fondo de Promoción de exportaciones? (PASAR TARJETA N°4)	
3.8.1	Claridad de los requisitos de postulación	
3.8.2	Apoyo-compromiso de personal de Prochile para elaborar algún proyecto	
3.8.3	Apoyo-compromiso de personal de Prochile durante ejecución del proyecto	
3.8.4	Flexibilidad de Prochile para tramitar/evaluar/ejecutar su proyecto	
3.8.5	Prontitud de Prochile en la evaluación del proyecto de promoción	

**4 A continuación una serie de preguntas de evaluación de la empresa sobre sus actividades de promoción de exportaciones.**

**Encuestador Utilice la siguiente escala para responder las preguntas 4.3 a 3.16 , según corresponda:**

1. Muy insatisfecho/perjudicial/sin importancia
2. Insatisfecho/inútil/poco importante
3. Ni satisfecho ni insatisfecho/neutro/ medianamente importante
4. Satisfecho/útil/importante
5. Muy satisfecho/muy útil/muy importante

4.1	¿Cuál diría Ud. que ha sido el nivel de importancia de otras experiencias de promoción de exportaciones de empresas chilenas en su actividad empresarial, en los siguientes aspectos?: Utilice la siguiente escala: 1 Muy importante, 2 Importante, 3 medianamente importante, 4 poco importante, 5 nada importante (PASAR TARJETA 5)	
4.1.1	Desarrollar sus primeras actividades de promoción de exportaciones	
4.1.2	Modificar o reformular sus actividades de promoción de exportaciones	

4.2	¿Cuál diría Ud. que ha sido el nivel de importancia de la imagen de nuestro país en el exterior, para el desarrollo de sus exportaciones? Utilice la siguiente escala: 1 Muy importante, 2 Importante, 3 medianamente importante, 4 poco importante, 5 nada importante (PASAR TARJETA 5)	
-----	---	--

- 4.3 Sólo quienes han realizado proyectos de promoción de exportaciones con **financiamiento exclusivo de la empresa**, es decir tiene respuestas no nulas en 3.6:

¿Cuál diría Ud. que es el nivel de satisfacción de su empresa en cada uno de los siguientes aspectos relacionados con la **experiencia de promoción de exportaciones con recursos propios?** ?

Utilice la siguiente escala: 1 muy insatisfecho, 2 insatisfecho, 3 ni satisfecho ni insatisfecho, 4 satisfecho, 5 muy satisfecho (PASAR TARJETA 6)

		Durante 1990-1995	Durante 1996-2001
4.3.1	Nivel de financiamiento alcanzado para realizar actividades de promoción de exportaciones		
4.3.2	Pertinencia de los objetivos planteados para las actividades realizadas		
4.3.3	Si lo hubo, apoyo-compromiso de Prochile durante la elaboración del proyecto		
4.3.4	Si lo hubo, apoyo-compromiso de Prochile durante ejecución del proyecto		
4.3.5	Si lo hubo, acceso-apoyo de agregados comerciales durante ejecución del proyecto		
4.3.6	La experiencia en general de la empresa con los proyectos de promoción de exportaciones con financiamiento propio		

- 4.4 Sólo quienes han realizado proyectos de promoción de exportaciones con **financiamiento exclusivo de la empresa**, es decir tiene respuestas no nulas en 3.6:

¿Cuán útil cree Ud. que fue para su empresa la realización de proyectos de promoción de exportaciones con **financiamiento propio** en cada uno de los siguientes aspectos?

Utilice la siguiente escala: 1 muy útil 2 útil 3 neutro, 4 inútil 5 muy útil. (PASAR TARJETA 7)

		Durante 1990-1995	Durante 1996-2001
4.4.1	Haber contactado a potenciales clientes		
4.4.2	Haber concertado negocios de exportación		
4.4.3	Haber conocido a la competencia extranjera		
4.4.4	Haber contactado aliados estratégicos extranjeros relevantes para su actividad exportadora		

4.4.5	Haber contactado aliados estratégicos nacionales relevantes para su actividad exportadora		
4.4.6	Haber podido dar a conocer su empresa /productos en el exterior		
4.4.7	Haber posicionado la imagen de su empresa /productos en el exterior		
4.4.8	Haber posicionado la imagen de su empresa /productos en Chile		
4.4.9	Haber aprendido debilidades de su empresa/ productos /servicios		
4.4.10	Haber aprendido nuevas técnicas de comercialización /marketing		
4.4.11	Haber incorporado nuevas formas /herramientas de hacer negocios		
4.4.12	Otros aspectos (indique abajo, si los hubo)		
a)			
b)			
c)			

4.5 Sólo quienes han realizado proyectos de promoción de exportaciones con **financiamiento exclusivo de la empresa**, es decir tiene respuestas no nulas en 3.6:

¿Cuál diría Ud. que es el nivel de importancia de las actividades de promoción de exportaciones realizadas en los siguientes aspectos?

Utilice la siguiente escala: 1 Muy importante, 2 importante, 3 medianamente importante, 4 poco importante, 5 sin importancia (**PASAR TARJETA 5**)

4.5.1	Mantener y/o mejorar su volumen de exportaciones		
4.5.2	Ampliar su oferta exportadora (incrementar la cantidad de productos / servicios exportados)		
4.5.3	Mejorar la calidad de su oferta exportadora		
4.5.4	Mejorar el número de mercados al que destina exportaciones		
4.5.5	Mejorar las utilidades de su empresa		
4.5.6	Mejorar el nivel tecnológico de su empresa		
4.5.7	Interrelacionar a su empresa con productores/competidores nacionales		
4.5.8	Interrelacionar a su empresa con productores/competidores extranjeros		

4.6 Sólo quienes han realizado proyectos de promoción de exportaciones con **financiamiento exclusivo de la empresa**, es decir tiene respuestas no nulas en 3.6:  
¿Cuál diría Ud. que ha sido el nivel de importancia de sus actividades de promoción de exportaciones para mejorar la imagen de nuestro país en el exterior?  
Utilice la siguiente escala: 1 Muy importante, 2 importante, 3 medianamente importante, 4 poco importante, 5 sin importancia (**PASAR TARJETA 5**)

4.7 Sólo quienes han realizado proyectos de promoción de exportaciones con **financiamiento exclusivo de la empresa**, es decir tiene respuestas no nulas en 3.6:

¿Cuál diría Ud. que ha sido el nivel de importancia de sus actividades de promoción de exportaciones para otras empresas chilenas, en los siguientes aspectos?:

Utilice la siguiente escala: 1 sin importancia, 2 poco importante, 3 medianamente importante, 4 importante, 5 muy importante

4.7.1	Replicar el tipo de actividades que ha realizado su empresa		
4.7.2	Replicar el tipo de productos que exporta su empresa		
4.7.3	Replicar la destinación de sus exportaciones		

**5 Participación en fomento productivo/ exportador (PASAR TARJETA N°8)**

Indique si utilizó entre 1996 y 2001 los siguientes instrumentos de fomento productivo/exportador. Para aquellos que ha utilizado, señale cuán relevantes o irrelevantes cree Ud. que han sido éstos en el desarrollo de la actividad exportadora de su empresa.

		Utilizó	Escala evaluación
		3. Si	1. Indispensable
		4. No	2. Muy relevante
			3. Relevante
			4. Poco Relevante
			5. Irrelevante
5.1	FAT		
5.2	Profo		
5.3	Programa de desarrollo de proveedores (CORFO)		
5.4	Programa de apoyo a gestión de empresas (PAG)		
5.5	FONTEC (Fondo Nacional de Desarrollo Tecnológico y Productivo)		
5.6	FDI ( Fondo de desarrollo e Innovación)		
5.7	FONCAP (Fondo de capacitación)		
5.8	SINCE (Capacitación de trabajadores)		
5.9	Reintegro Simplificado (ley 18.480)		
5.10	Reintegro general (18708)		
5.11	Devolución de IVA		
5.12	Devolución anticipada del IVA		
5.13	Arancel diferido Bienes de Capital (Ley 18.634)		
5.14	Caución solidaria CORFO		
5.15	FOGAPE Fondo de garantía a pequeños empresarios (o FOGAEX Fondo de garantía a exportaciones no tradicionales antes de 2001)		
5.16	Otros (especifique, de haberlos)		

**6 A continuación le solicitamos algunos datos descriptivos de la empresa:****6.1 Principales productos o servicios que produjo/vendió la empresa entre Enero y Diciembre de 2001**

6.1.1 \_\_\_\_\_

6.1.2 \_\_\_\_\_

6.1.3 \_\_\_\_\_

**6.2 Principales productos o servicios que exportó la empresa entre Enero y Diciembre de 2001**

6.2.1 \_\_\_\_\_

6.2.2 \_\_\_\_\_

6.2.3 \_\_\_\_\_

Año 1996

Año 2001

6.3	¿Cuál era el valor de las ventas totales anuales para cada año? (en US dólares)		
6.4	¿Cuál era el valor de las exportaciones totales anuales para cada año? (en US dólares)		
6.5	¿Ha contratado/comprado licencias para uso de marcas comerciales? 1=Si; 2=No		
6.6	Sólo quienes responden 'Si' en 6.5 ¿En cuánto estima el gasto en royalties de su empresa por el uso de marcas comerciales? (en US dólares)		
6.7	¿Ha contratado/comprado licencias técnicas (excluya uso de marcas comerciales)? 1=Si; 2=No		
6.8	Sólo quienes responden 'Si' en 6.7: ¿En cuánto estima el gasto en licencias técnicas /royalties de su empresa? (en US dólares)		
6.9	Solo quienes responden 'Si' en 6.7 De qué tipo de licencia se trataba → 6. Patente de Invención 7. Franquicia 8. Dibujo/diseño industrial 9. Secreto Industrial 10. Otro.....		
		<b>Año 1996</b>	<b>Año 2001</b>
6.10	Sólo quienes responden 'Si' en 6.7 ¿Qué porcentaje de estas licencias son de origen extranjero?		
6.11	Número de personas (promedio mensual) que trabajaba en la empresa		
6.11.1	Número de personas (promedio mensual) No calificadas (obreros)		
6.11.2	Número de personas (promedio mensual) Técnicos (no universitarios)		
6.11.3	Número de personas (promedio mensual) Universitarios		
6.12	¿Cuánto era el gasto de su empresa (promedio mensual) en remuneraciones, sueldos y salarios de los trabajadores? (en pesos de cada año)		

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

*TARJETA N°1*

- MUY ALTO
- ALTO
- MEDIO
- BAJO
- MUY BAJO

*TARJETA N° 2*

- MUY BUEN POSICIONAMIENTO
- BUEN POSICIONAMIENTO
- REGULAR POSICIONAMIENTO
- MAL POSICIONAMIENTO
- MUY MAL POSICIONAMIENTO

*TARJETA N° 3*

- MUY BUEN PRECIO
- BUEN PRECIO
- REGULAR PRECIO
- MAL PRECIO
- MUY MAL PRECIO

*TARJETA N° 4*

- MUY BUENA
- BUENA
- REGULAR
- MALA
- MUY MALA

*TARJETA N° 5*

- MUY IMPORTANTE
- IMPORTANTE
- MEDIANAMENTE IMPORTANTE
- POCO IMPORTANTE
- NADA IMPORTANTE

*TARJETA N° 6*

- MUY SATISFECHO
- SATISFECHO
- NI SATISFECHO / NI INSATISFECHO  
RELEVANTE
- INSATISFECHO
- MUY INSATISFECHO

*TARJETA N° 7*

- MUY UTIL
- UTIL
- NEUTRO
- INUTIL
- PERJUDICIAL

*TARJETA N° 8*

- INDISPENSABLE
- MUY RELEVANTE
- RELEVANTE
- POCO RELEVANTE
- IRRELEVANTE

**Cuadro Anexo N° 7 RESULTADOS ENCUESTA BENEFICIARIOS  
ENCUESTA SOBRE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES  
EMPRESAS BENEFICIARIAS FPE**

No. de Casos Efectivos	166
No. de Casos Ponderados	200

**1 Identificación de la Empresa**

1.1 Nombre empresa

1.2 RUT

1.3 Antigüedad de la firma	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
	193	4	178	25.85	23,258

1.4 Nombre de persona encuestada

1.5 Cargo Persona que contesta	N	%
Dueño	35	17,6
Gerente general	36	18,1
Gerente Comercial	24	12,2
Gerente/subgerente exportaciones	37	18,4
Otro (Gerente o Jefe De Ventas)	5	2,7
Otro (Jefe de Comercio Exterior)	13	6,5
Otro (Encargada(o) Exportaciones)	6	2,9
Otro (Analista Control de Gestión)	1	0,6
Otro (Gerente de Operaciones)	5	2,6
Otro (Gerente Producto)	3	1,6
Jefe de Marketing	1	0,7
Contador	1	0,6
Jefe Administrativo	1	0,5
Administrativo Operaciones	1	0,5
Asistente de Gerencia Comercial	3	1,6
Jefe Bodega Despacho	1	0,5
Socio	2	1
Marketing Internacional	1	0,4
Sub Gerente Abastecimiento	1	0,5
Gerente Marketing	1	0,5
Gerente de Administración y Finanzas	1	0,5
Jefe División Abastecimiento	1	0,5
Sub Gerente de Administración y Finanzas	2	1,2
Gerente de Desarrollo	2	1,2
Proyectos Industriales	2	1
Gerente División Internacional	2	1,1
Gerente Proyecto	1	0,5
Director	3	1,7
Sin dato	5	2,3

**2 A continuación una serie de preguntas que se refieren a la experiencia de la empresa en relación con sus productos y procesos en los años 1996 y 2001.**

2.1 ¿Qué nivel de innovación en los productos/servicios que la empresa ofrece, diría Ud. que se introdujo en relación con...? :

% Año 1996	% Año 2001
------------	------------

2.1.1	Presentación /empaque	Muy Alto	9,7	18,5
		Alto	19,4	42,2
		Medio	37	20,8
		Bajo	12,7	5,4
		Muy Bajo	4,6	2,1
		Nulo	5,2	3,7
		NR/NA	11,4	7,3
2.1.2	Calidad insumos	Muy Alto	17	31,1
		Alto	41,1	48,3
		Medio	22,8	7,6
		Bajo	2,6	2,3
		Muy Bajo	2,8	1,6
		Nulo	3	2,4
		NR/NA	10,8	6,7
2.1.3	Calidad producto final	Muy Alto	18,5	37,5
		Alto	43	48,4
		Medio	21,4	7,1
		Bajo	4,9	0,5
		Muy Bajo	0,5	
		Nulo	2,4	1,9
		NR/NA	9,3	4,6
2.1.4	Servicio al cliente pre venta	Muy Alto	14	26,4
		Alto	33,1	50,7
		Medio	35,4	17,6
		Bajo	7,8	3,2
		Muy Bajo	1,4	
		Nulo	3,1	1,6
		NR/NA	5,2	0,5
2.1.5	Servicio al cliente post venta	Muy Alto	18,1	29,3
		Alto	38,7	46,3
		Medio	26,5	18,4
		Bajo	6,8	3,3
		Muy Bajo	1,5	1,1
		Nulo	3,1	0,5
		NR/NA	5,2	1,1
2.1.6	Nuevos productos	Muy Alto	11	30,8
		Alto	25,7	40,9
		Medio	37,7	16,2
		Bajo	9,4	2,9
		Muy Bajo	2,9	0,9
		Nulo	3,3	2,2
		NR/NA	10,1	6,1

2.2 ¿Qué nivel de innovación en los procesos o procedimientos de la empresa diría Ud. que se introdujo en relación con...?: (PASAR TARJETA N°1)

		Año 1996	Año 2001	
2.2.1	Proceso físico de producción	Muy Alto	5,8	21,2
		Alto	25,8	47,4
		Medio	41	17,5
		Bajo	13,6	4,7
		Muy Bajo	0,6	1,3
		Nulo	1,1	0,6
		NR/NA	12,1	7,4

2.2.2	Control de calidad del proceso de producción	Muy Alto	12,9	30,4
		Alto	32,9	46,1
		Medio	28,4	14,9
		Bajo	11,3	2,1
		Muy Bajo	3,2	0,5
		Nulo	1,6	1,1
		NR/NA	9,7	5
2.2.3	Maquinarias	Muy Alto	8,2	25,4
		Alto	25,4	38,3
		Medio	40,5	21,9
		Bajo	9,2	4,1
		Muy Bajo	2,9	1,1
		Nulo	2,3	1,7
		NR/NA	11,5	7,4
2.2.4	Normas de seguridad	Muy Alto	11,1	22,6
		Alto	36	50,1
		Medio	28,1	13,8
		Bajo	10,4	4,9
		Muy Bajo	2,3	1,2
		Nulo	1,7	1,2
		NR/NA	10,4	6,2
2.2.5	Normas ambientales	Muy Alto	15,1	29,1
		Alto	28,3	41,9
		Medio	26	9,7
		Bajo	8	3,3
		Muy Bajo	2,7	0,5
		Nulo	2,4	1,9
		NR/NA	17,5	13,7
2.2.6	Gestión /reorganización administrativa de la empresa	Muy Alto	5,5	22,9
		Alto	27,7	51,1
		Medio	38,8	18,2
		Bajo	15,4	4,9
		Muy Bajo	3,9	0,5
		Nulo	2,7	0,5
		NR/NA	6	1,9
2.2.7	Gestión de Comercialización	Muy Alto	8,1	20,9
		Alto	38,1	54
		Medio	34,9	19,6
		Bajo	11,9	3,9
		Muy Bajo	0,6	0,7
		Nulo	1,7	0,5
		NR/NA	4,7	0,4
2.2.8	Informatización del proceso productivo	Muy Alto	6,7	25,7
		Alto	19,5	33
		Medio	40,7	27,2
		Bajo	15,5	7,6
		Muy Bajo	3,4	
		Nulo	3,9	1,2
		NR/NA	10,4	5,3

2.3 ¿Cómo evaluaría Ud. el posicionamiento de su empresa en los mercados externos con respecto a...?:  
(PASAR TARJETA N°2)

		Año 1996	Año 2001	
2.3.1	Calidad de productos	Muy Buen Posicionamiento	21,6	36,6
		Buen Posicionamiento	39,5	43,5
		Regular Posicionamiento	18,6	12,6
		Mal Posicionamiento	7	2,7
		Muy Mal Posicionamiento	3,2	1,1
	NR/NA	10,1	3,5	
2.3.2	Servicio al cliente	Muy Buen Posicionamiento	17	27,5
		Buen Posicionamiento	37,1	53,1
		Regular Posicionamiento	25,2	12
		Mal Posicionamiento	8,2	2,5
		Muy Mal Posicionamiento	1,6	0,5
	NR/NA	10,9	4,3	
2.3.3	Cumplimiento de plazos	Muy Buen Posicionamiento	21,8	30,6
		Buen Posicionamiento	37,3	50,4
		Regular Posicionamiento	25,9	12,3
		Mal Posicionamiento	3,8	1,9
		Muy Mal Posicionamiento	0,5	0,6
	NR/NA	10,7	4,2	
2.3.4	Diferenciación de sus productos	Muy Buen Posicionamiento	15,1	26
		Buen Posicionamiento	42,4	52,8
		Regular Posicionamiento	26,9	15,2
		Mal Posicionamiento	2,2	1,2
		Muy Mal Posicionamiento	2,1	0,5
	NR/NA	11,2	4,2	
2.3.5	Prestigio de la empresa	Muy Buen Posicionamiento	30,3	40,7
		Buen Posicionamiento	37,8	46,1
		Regular Posicionamiento	14,7	7
		Mal Posicionamiento	4,4	1,6
		Muy Mal Posicionamiento	2,6	1,1
	NR/NA	10,1	3,5	
2.3.6	Disponibilidad / acceso hacia sus clientes	Muy Buen Posicionamiento	17,1	27,3
		Buen Posicionamiento	41,8	54,4
		Regular Posicionamiento	20	12
		Mal Posicionamiento	10	3,1
		Muy Mal Posicionamiento	1	
	NR/NA	10,1	3,1	
2.3.7	Tamaño relativo de su empresa	Muy Buen Posicionamiento	5,7	14,9
		Buen Posicionamiento	35,8	45,5
		Regular Posicionamiento	35,9	28,7
		Mal Posicionamiento	6,6	3,2
		Muy Mal Posicionamiento	2,3	1,1
	NR/NA	13,7	6,7	

2.4	¿Cómo considera Ud. que era el precio relativo de sus productos o servicios exportados respecto de la competencia? (PASAR TARJETA N°3)	Muy Buen Precio	18	21,7
		Buen Precio	43,4	50,5
		Regular Precio	22,3	16,9
		Mal Precio	4,7	5,7
		Muy Mal Precio	0,5	0,6
		NR/NA	11,1	4,6

**3** A continuación una serie de preguntas relacionados con la actividad de la empresa en promoción de exportaciones.

	3.1 Para cada año solicitado, indique aquellos tipos de colectividades empresariales en las cuales ha participado la empresa, entre las siguientes:					3.4 Número de proyectos de promoción de exportaciones financiados o cofinanciados por el Fondo de Promoción Exportaciones de Prochile en que ha participado la empresa (Promedio)	3.5 Número de proyectos de promoción de exportaciones financiados o cofinanciados por Fondo Promoción Exportaciones Agropecuarias (Promedio)	3.6 Número de Proyectos de Promoción de exportaciones financiados exclusivamente por su empresa (Promedio)
	Comité exportador Prochile (%)	Profo (%)	Asociación Gremial (%)	Vinculación jurídica/propietaria/accionaria con otras empresas (%)	Otra forma de agrupación de empresas (%)			
1985-89	5,1	2,2	21,2	5,8	5,1	2,13	4,22	6,04
1990	5,1	1,5	23,4	6,6	5,8	1,75	4,45	5,24
1991	5,8	1,5	22,6	6,6	5,8	1,93	4,17	4,78
1992	6,6	1,5	22,6	6,6	6,6	1,58	3,88	4,84
1993	6,6	2,2	23,4	7,3	6,6	1,77	4,45	4,7
1994	7,3	1,5	24,8	8,0	7,3	1,89	4,76	4,6
1995	7,3	2,2	27,7	8,0	9,5	1,78	4,54	4,25
1996	7,3	3,6	31,4	8,8	9,5	1,77	4,54	3,84
1997	9,5	3,6	34,3	10,9	9,5	1,87	4,15	3,49
1998	10,2	2,9	36,5	13,1	9,5	1,77	3,63	3,48
1999	10,2	4,4	40,1	13,9	9,5	1,81	3,75	3,53
2000	10,9	6,6	41,6	14,6	10,9	1,7	3,66	3,64
2001	11,7	5,8	41,6	14,6	9,5	1,91	3,12	3,64

3.2	¿Ha tenido algún contacto con Prochile entre 1996 y 2001? (%)	Sí	92,6
		No	6
3.3	Sólo quienes responden 'Sí' en 3.2. ¿Quién propició el primer contacto con Prochile? (%)	NR	1,4
		Empresa	49,5
		Prochile	29,7
		Otra entidad o persona	20,3
3.7	¿Cuántos años de contacto, intentos y/o postulaciones le tomó a su empresa obtener el primer financiamiento de Prochile para promoción de sus exportaciones? (Promedio)	NR	0,6
3.7	¿Cuántos años de contacto, intentos y/o postulaciones le tomó a su empresa obtener el primer financiamiento de Prochile para promoción de sus exportaciones? (Promedio)		1,41

A continuación una serie de preguntas de evaluación de la empresa sobre sus actividades de promoción de exportaciones.

3.8 ¿Cuál diría Ud. que es el nivel de satisfacción de su empresa en cada uno de los siguientes aspectos relacionados con la experiencia de promoción de exportaciones con financiamiento de Prochile?

		Antes del 2000	2000-2001	
3.8.1	El nivel de financiamiento obtenido para el/los proyecto(s)	Muy Satisfecho	9,7	5,3
		Satisfecho	33,5	29,9
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	16	16,7
		Insatisfecho	4	7,7
		Muy Insatisfecho	2,3	5,7
		NR	34,5	34,6
3.8.2	La proporción de los costos de los proyectos financiados por su empresa	Muy Satisfecho	8,7	4,9
		Satisfecho	33	31,2
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	13,2	15,9
		Insatisfecho	9	9,8
		Muy Insatisfecho	1,7	4,2
		NR	34,4	34
3.8.3	Difusión del programa de promoción de exportaciones	Muy Satisfecho	7,2	6,2
		Satisfecho	26	23,7
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	18,1	15,6
		Insatisfecho	11,9	14,2
		Muy Insatisfecho	3,3	7
		NR	33,5	33,3
3.8.4	Accesibilidad y al programa de promoción de exportaciones	Muy Satisfecho	8,3	7,7
		Satisfecho	33	24,6
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	15,7	15,4
		Insatisfecho	6,3	10,4
		Muy Insatisfecho	3,9	8,3
		NR	32,9	33,5
3.8.5	Claridad de los requisitos de postulación	Muy Satisfecho	8,2	5,4
		Satisfecho	35,8	25,7
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	13,3	14,9
		Insatisfecho	6,1	12,7
		Muy Insatisfecho	3,7	7,7
		NR	32,9	33,5

3.8.6	Pertinencia de los objetivos planteados por los proyectos realizados	Muy Satisfecho	2,6	3,9
		Satisfecho	39,5	35,5
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	14,8	11,5
		Insatisfecho	6,9	9,1
		Muy Insatisfecho	1,6	4,8
		NR	34,5	35,2
3.8.7	Simplicidad del proceso de postulación	Muy Satisfecho	9,3	4,4
		Satisfecho	32,9	18,1
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	12,3	15,6
		Insatisfecho	7,3	14,3
		Muy Insatisfecho	4,7	13,6
		NR	33,4	34,1
3.8.8	Atingencia-relevancia de los requisitos/bases de postulación para su sector productivo	Muy Satisfecho	3,2	2,2
		Satisfecho	36,5	25,6
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	17,6	22,3
		Insatisfecho	7,1	8,2
		Muy Insatisfecho	2,2	7,7
		NR	33,4	34,1
3.8.9	Apoyo-compromiso del <i>product manager</i> durante elaboración del proyecto	Muy Satisfecho	14,7	12,5
		Satisfecho	28,4	21,2
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	14	11,5
		Insatisfecho	5,4	6,5
		Muy Insatisfecho	2,7	10,3
		NR	34,7	38
3.8.10	Apoyo-compromiso de <i>product manager</i> durante ejecución del proyecto	Muy Satisfecho	15,9	13,8
		Satisfecho	25,5	18,9
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	15,6	13,3
		Insatisfecho	5,5	7,5
		Muy Insatisfecho	2,7	8,6
		NR	34,7	38
3.8.11	Acceso-apoyo de agregados comerciales durante ejecución de/los proyecto(s)	Muy Satisfecho	8,9	9,2
		Satisfecho	28,4	23,4
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	15,3	13
		Insatisfecho	8,8	7,5
		Muy Insatisfecho	3,3	8,4
		NR	35,4	38,6
3.8.12	Flexibilidad de Prochile para tramitar/evaluar/ejecutar su proyecto	Muy Satisfecho	7,2	5,7
		Satisfecho	32,3	27,2
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	15,9	12,2
		Insatisfecho	8,2	12,9
		Muy Insatisfecho	2,2	6,1
		NR	34,2	35,9
3.8.13	Prontitud de Prochile en la evaluación del proyecto de promoción	Muy Satisfecho	4	2,8
		Satisfecho	36,7	29
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	11,5	13,6
		Insatisfecho	11,4	12,5
		Muy Insatisfecho	2,2	5,5
		NR	34,2	36,5
3.8.14	Prontitud de Prochile para entregar su parte del financiamiento de/los proyecto(s) a la empresa	Muy Satisfecho	8,8	6,5
		Satisfecho	30,4	24,8
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	11,1	12,9
		Insatisfecho	11,7	11,6
		Muy Insatisfecho	2,2	7
		NR	35,7	37,3
3.8.15	La experiencia en general de la empresa con los proyectos de promoción de exportaciones con financiamiento de Prochile	Muy Satisfecho	8,9	7,3
		Satisfecho	36,6	34
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	8,8	10
		Insatisfecho	6,8	7,3
		Muy Insatisfecho	2,7	4,8
		NR	36,2	36,5

**3.9 Sólo quienes han realizado proyectos de promoción de exportaciones con financiamiento exclusivo de la empresa, es decir tiene respuestas no nulas en 3.6:**

¿Cuál diría Ud. que es el nivel de satisfacción de su empresa en cada uno de los siguientes aspectos relacionados con la experiencia de promoción de exportaciones con recursos propios?

		Antes del 2000	2000-2001	
3.9.1	Nivel de financiamiento utilizado para realizar actividades de promoción de exportaciones	Muy Satisfecho	12,4	10,5
		Satisfecho	51,4	50
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	11,1	12,4
		Insatisfecho	8,6	8,4
		Muy Insatisfecho	0,6	1,6
		NR	15,9	17,2
3.9.2	Relación entre los objetivos planteados y los logros efectivamente alcanzados	Muy Satisfecho	11,8	11,9
		Satisfecho	47,1	45,8
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	15,5	13,3
		Insatisfecho	10,3	10,7
		Muy Insatisfecho	1,1	1,2
		NR	14,2	17,2
3.9.3	Si lo hubo, apoyo-compromiso de Prochile durante la elaboración del proyecto	Muy Satisfecho	4,4	3,3
		Satisfecho	15,3	13,8
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	6,5	5,7
		Insatisfecho	5,5	5,4
		Muy Insatisfecho	2,8	3,3
		NR	65,5	68,4
3.9.4	Si lo hubo, apoyo-compromiso de Prochile durante ejecución del proyecto	Muy Satisfecho	5,7	2,7
		Satisfecho	13,9	14,1
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	7,3	6,1
		Insatisfecho	3,6	7,1
		Muy Insatisfecho	2,8	3,3
		NR	66,6	66,8
3.9.5	Si lo hubo, acceso-apoyo de agregados comerciales durante ejecución del proyecto	Muy Satisfecho	5,2	5,7
		Satisfecho	17,1	19,5
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	11,8	11
		Insatisfecho	5,7	5,1
		Muy Insatisfecho	4,7	2,5
		NR	55,4	56,1
3.9.6	Satisfacción general de la empresa con los proyectos de promoción de exportaciones con financiamiento propio	Muy Satisfecho	10,9	7,6
		Satisfecho	49,7	51,2
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	15,6	14,8
		Insatisfecho	7,2	7,3
		Muy Insatisfecho	1,6	0,5
		NR	15	18,5

**3.10 ¿Cuán útil cree Ud. que fue para su empresa la realización de proyectos de promoción de exportaciones con financiamiento de Prochile en cada uno de los siguientes aspectos? (PASAR TARJETA N°5)**

		Antes del 2000	2000-2001	
3.10.1	Haber contactado a potenciales clientes	Muy útil	16,6	16
		Útil	31,4	26
		Ni útil/Ni inútil	7,3	9,4
		Poco útil	6,4	6,9
		Nada útil	5	4,3
		NR	33,4	37,4
3.10.2	Haber concertado negocios de exportación	Muy útil	12,7	13,3
		Útil	31,6	27,2
		Ni útil/Ni inútil	9,1	11
		Poco útil	3,9	4,7

		Nada útil	8,8	6
		NR	33,9	37,9
3.10.3	Haber conocido a la competencia extranjera	Muy útil	18,6	16,8
		Útil	22,5	17,9
		Ni útil/Ni inútil	12,4	12,5
		Poco útil	7,3	8,9
		Nada útil	5,2	6,1
		NR	33,9	37,9
3.10.4	Haber contactado aliados estratégicos extranjeros relevantes para su actividad exportadora	Muy útil	11,9	11,4
		Útil	17,2	17,2
		Ni útil/Ni inútil	15,1	12,7
		Poco útil	10,5	12,9
		Nada útil	10,9	7,4
		NR	34,4	38,4
3.10.5	Haber contactado aliados estratégicos nacionales relevantes para su actividad exportadora	Muy útil	6,3	5,7
		Útil	13,6	14,3
		Ni útil/Ni inútil	16,8	16,4
		Poco útil	14	13,8
		Nada útil	13,6	10,7
		NR	35,7	39,1
3.10.6	Haber podido dar a conocer su empresa /productos en el exterior	Muy útil	13,7	15,9
		Útil	34,8	28,1
		Ni útil/Ni inútil	6,1	7,7
		Poco útil	7,7	7,3
		Nada útil	3,3	3,1
		NR	34,4	37,9
3.10.7	Haber posicionado la imagen de su empresa /productos en el exterior	Muy útil	11,4	14,9
		Útil	27,6	22,9
		Ni útil/Ni inútil	12,5	10,9
		Poco útil	7,4	7,9
		Nada útil	6,7	5,5
		NR	34,4	37,9
3.10.8	Haber posicionado la imagen de su empresa /productos en Chile	Muy útil	6,1	6,8
		Útil	14,4	15,6
		Ni útil/Ni inútil	17,8	14,5
		Poco útil	10,4	9
		Nada útil	15,1	14,9
		NR	36,2	39,2
3.10.9	Haber aprendido debilidades de su empresa/ productos /servicios	Muy útil	13,6	14,6
		Útil	32,1	23,8
		Ni útil/Ni inútil	6,9	7,3
		Poco útil	6,4	8,2
		Nada útil	6,5	8,2
		NR	34,4	37,9
3.10.10	Haber aprendido nuevas técnicas de comercialización /marketing	Muy útil	10,3	11,7
		Útil	24,1	16,9
		Ni útil/Ni inútil	15,5	14,5
		Poco útil	8,3	10,9
		Nada útil	7,3	8,2
		NR	34,4	37,9
3.10.11	Haber incorporado nuevas formas /herramientas de hacer negocios	Muy útil	8,1	9,9
		Útil	22,5	16,2
		Ni útil/Ni inútil	17,6	15,7
		Poco útil	9,4	11,9
		Nada útil	7,5	8
		NR	35	38,5
3.10.12	Otros aspectos (indique abajo, si los hubo)	Muy útil	0,4	0,4
		NR	99,6	99,6

**3.11 Sólo quienes han realizado proyectos de promoción de exportaciones con financiamiento exclusivo de la empresa, es decir tiene respuestas no nulas en 3.6:**

**¿Cuán útil cree Ud. que fue para su empresa la realización de proyectos de promoción de exportaciones con recursos propios en cada uno de los siguientes aspectos?**

		Antes del 2000	2000-2001	
3.11.1	Haber contactado a potenciales clientes	Muy útil	31,2	35,1
		Útil	42	37
		Ni útil/Ni inútil	5,6	6,6
		Poco útil	3,7	3,2
		Nada útil	0,6	0,5
		16,9	17,6	
3.11.2	Haber concertado negocios de exportación	Muy útil	30,3	31,5
		Útil	39,4	35
		Ni útil/Ni inútil	4,4	9,1
		Poco útil	5,1	3,9
		Nada útil	3,3	1,7
		17,5	18,8	
3.11.3	Haber conocido a la competencia extranjera	Muy útil	28,3	31
		Útil	37,9	30,9
		Ni útil/Ni inútil	10,9	12,5
		Poco útil	3,5	5,7
		Nada útil	1,9	1,2
		17,5	18,8	
3.11.4	Haber contactado aliados estratégicos extranjeros relevantes para su actividad exportadora	Muy útil	20,8	21,2
		Útil	31,6	31,4
		Ni útil/Ni inútil	16,2	14,5
		Poco útil	7,5	11
		Nada útil	5,7	2,5
		18,2	19,5	
3.11.5	Haber contactado aliados estratégicos nacionales relevantes para su actividad exportadora	Muy útil	10,5	10
		Útil	27,2	23,5
		Ni útil/Ni inútil	21	21
		Poco útil	12,4	15,7
		Nada útil	8,7	7,8
		20,2	22	
3.11.6	Haber podido dar a conocer su empresa /productos en el exterior	Muy útil	34,6	34,1
		Útil	40,7	38,2
		Ni útil/Ni inútil	2,1	4,3
		Poco útil	2,9	4,1
		Nada útil	1,6	
		18	19,3	
3.11.7	Haber posicionado la imagen de su empresa /productos en el exterior	Muy útil	27,2	28,4
		Útil	42,5	39,4
		Ni útil/Ni inútil	5,1	6,1
		Poco útil	5,1	6,9
		Nada útil	2,5	0,4
		17,5	18,8	
3.11.8	Haber posicionado la imagen de su empresa /productos en Chile	Muy útil	14,2	16,3
		Útil	32,6	30,9
		Ni útil/Ni inútil	21,9	20,8
		Poco útil	4,4	3,8
		Nada útil	7,1	6,5
		19,8	21,6	
3.11.9	Haber aprendido debilidades de su empresa/ productos /servicios	Muy útil	24,2	26,9
		Útil	43,5	40,6
		Ni útil/Ni inútil	9	8,7
		Poco útil	3	2,9
		Nada útil	2,7	2,1
		17,5	18,8	

3.11.10	Haber aprendido nuevas técnicas de comercialización /marketing	Muy útil	20,5	22,1
		Útil	34	31,6
		Ni útil/Ni inútil	16,8	16,3
		Poco útil	6,6	6
		Nada útil	3,5	3,5
		NR	18,7	20,5
3.11.11	Haber incorporado nuevas formas /herramientas de hacer negocios	Muy útil	20,8	22,3
		Útil	32,9	31,7
		Ni útil/Ni inútil	18,7	18,3
		Poco útil	6,7	5,5
		Nada útil	2,8	2,3
		NR	18	19,8
3.11.12	Otros aspectos (indique abajo, si los hubo)	Muy útil	0,6	0,6
		NR	99,4	99,4

3.12 En general, ¿Cuál diría Ud. que es el nivel de importancia de las actividades de promoción de exportaciones realizadas en los siguientes aspectos: (PASAR TARJETA N°5)

3.12.1	Mantener y/o mejorar su volumen de exportaciones	Muy importante	54,2
		Importante	35,4
		Poco importante	6,3
		Nada importante	2,2
		NR	1,9
3.12.2	Ampliar su oferta exportadora (incrementar la cantidad de productos / servicios exportados)	Muy importante	52,5
		Importante	33,4
		Poco importante	10,1
		Nada importante	2,2
		NR	1,9
3.12.3	Mejorar la calidad de su oferta exportadora	Muy importante	48,1
		Importante	38,1
		Poco importante	9,7
		Nada importante	2,2
		NR	1,9
3.12.4	Mejorar el número de mercados al que destina exportaciones	Muy importante	46,2
		Importante	38,9
		Poco importante	11,5
		Nada importante	0,5
		NR	2,9
3.12.5	Mejorar las utilidades de su empresa	Muy importante	58,9
		Importante	33,4
		Poco importante	4,7
		Nada importante	1,2
		NR	1,8
3.12.6	Mejorar el nivel tecnológico de su empresa	Muy importante	43,9
		Importante	37,7
		Poco importante	15,9
		Nada importante	1,6
		NR	0,8
3.12.7	Interrelacionar a su empresa con productores/competidores nacionales	Muy importante	21,7
		Importante	41,6
		Poco importante	28,2
		Nada importante	7
		NR	1,5
3.12.8	Interrelacionar a su empresa con productores/competidores extranjeros	Muy importante	41,2
		Importante	42,1
		Poco importante	12,6
		Nada importante	2,2
		NR	1,8

3.13 ¿Cuál diría Ud. que ha sido el nivel de importancia de otras experiencias de promoción de exportaciones de empresas chilenas en su actividad empresarial, en los siguientes aspectos: (PASAR TARJETA N°5)

3.13.1	Desarrollar sus primeras actividades de promoción de exportaciones	Muy importante	23
		Importante	39,5
		Poco importante	23
		Nada importante	10,5
		NR	4
3.13.2	Modificar o reformular sus actividades de promoción de exportaciones	Muy importante	22,2
		Importante	38,2
		Poco importante	26,7
		Nada importante	9,4
		NR	3,5

3.14 ¿Cuál diría Ud. que ha sido el nivel de importancia de sus actividades de promoción de exportaciones, para otras empresas chilenas, en los siguientes aspectos: (PASAR TARJETA N°5)

3.14.1	Replicar el tipo de actividades que ha realizado su empresa	Muy importante	10,5
		Importante	45,1
		Poco importante	27,4
		Nada importante	14,1
		NR	2,9
3.14.2	Replicar el tipo de productos que exporta su empresa	Muy importante	15
		Importante	39,7
		Poco importante	26,4
		Nada importante	14,9
		NR	4
3.14.3	Replicar la destinación de sus exportaciones	Muy importante	15,5
		Importante	41,5
		Poco importante	27,5
		Nada importante	11,1
		NR	4,5
3.15	¿Cuál diría Ud. que ha sido el nivel de importancia de sus actividades de promoción de exportaciones para mejorar la imagen de nuestro país en el exterior? (PASAR TARJETA N°5)	Muy importante	36,8
		Importante	43,1
		Poco importante	14,6
		Nada importante	3,4
		NR	2
3.16	¿Cuál diría Ud. que ha sido el nivel de importancia de la imagen de nuestro país en el exterior, para el desarrollo de sus exportaciones? (PASAR TARJETA N°5)	Muy importante	47
		Importante	38,3
		Poco importante	10,5
		Nada importante	2,4
		NR	1,7

4 ***En relación con participación de su empresa en iniciativas de fomento productivo/ exportador***

Indique si utilizó entre 1996 y 2001 los siguientes instrumentos de fomento productivo/exportador. Para aquellos que ha utilizado, señale cuán relevantes o irrelevantes cree Ud. que han sido éstos en el desarrollo de la actividad exportadora de su empresa.		Utilizó (%)		Escala evaluación (%)					
		Sí	No	Indispensable	Muy Relevante	Relevante	Poco Relevante	Irrelevante	NR
4.1	FAT	25,5	69,2	14	34,5	36,9	10	4,5	
		5,3							

4.2	Profo	Sí No NR	35,3 59,5 5,2	Indispensable Muy Relevante Relevante Poco Relevante Irrelevante NR	7,2 44,5 21,1 11 2,9 13,2
4.3	Programa de desarrollo de proveedores (CORFO)	Sí No NR	9,9 83,2 6,9	Indispensable Muy Relevante Relevante Poco Relevante Irrelevante NR	25,2 26,8 32,3 6,3 9,3
4.4	Programa de apoyo a gestión de empresas (PAG)	Sí No NR	8,1 86,1 5,9	Indispensable Muy Relevante Relevante Poco Relevante Irrelevante NR	13,1 55,2 4,8 26,8
4.5	FONTEC (Fondo Nacional de Desarrollo Tecnológico y Productivo)	Sí No NR	28,3 65,8 5,9	Indispensable Muy Relevante Relevante Poco Relevante Irrelevante NR	29,3 30,5 29 5,7 1,4 4,1
4.6	FDI ( Fondo de desarrollo e Innovación)	Sí No NR	3,6 90,1 6,4	Indispensable Muy Relevante Relevante Poco Relevante Irrelevante NR	49,9 14,9 25,8 9,3
4.7	FONCAP (Fondo de capacitación)	Sí No NR	10,2 83,9 5,9	Indispensable Muy Relevante Relevante Poco Relevante Irrelevante NR	45,2 4,9 37,9 12
4.8	SINCE (Capacitación de trabajadores)	Sí No NR	35,6 57,5 6,9	Indispensable Muy Relevante Relevante Poco Relevante Irrelevante NR	25,4 32,1 35 3 1,6 3
4.9	Reintegro Simplificado (ley 18.480)	Sí No NR	53 42,6 4,4	Indispensable Muy Relevante Relevante Poco Relevante Irrelevante NR	38,1 22,4 27,5 4,1 7,9
4.10	Reintegro general (18708)	Sí No NR	31,1 62,7 6,1	Indispensable Muy Relevante Relevante Poco Relevante Irrelevante NR	29,6 21,5 23,3 4,2 3,2 18,2
4.11	Devolución de IVA	Sí No NR	51,6 43 4,8	Indispensable Muy Relevante Relevante Poco Relevante Irrelevante NR	33,7 20,4 32,5 4,5 1 7,9

4.12	Devolución anticipada del IVA	Sí No NR	18,2 76,4 5,3	Indispensable Muy Relevante Relevante Poco Relevante Irrelevante NR	33,2 20,4 40 3,4 3,1
4.13	Arancel diferido Bienes de Capital (Ley 18.634)	Sí No NR	28,5 66,1 5,4	Indispensable Muy Relevante Relevante Poco Relevante Irrelevante NR	30,3 34,7 24,1 4,2 1,9 4,9
4.14	Caución solidaria CORFO	Sí No NR	7,7 84,7 7,6	Indispensable Muy Relevante Relevante Poco Relevante Irrelevante NR	27,6 35,1 13,8 8,1 8,1 7,3
4.15	FOGAPE Fondo de garantía a pequeños empresarios (o FOGAEX a exportaciones no tradicionales antes de 2001)	Sí No NR	4,5 89,6 5,9	Indispensable Muy Relevante Relevante Poco Relevante Irrelevante NR	25,7 22,9 11,8 13,9 11,8 13,9
4.16	Otros	Sí No NR	0,5 2,8 96,7	Indispensable Muy Relevante Relevante Poco Relevante Irrelevante NR	0,0 100 0,0 0,0 0,0 0,0

**5 A continuación le solicitamos algunos datos descriptivos de la empresa:**

**5.1 Principales productos o servicios que produjo/vendió la empresa entre Enero y Diciembre de 2001**

5.1.1 \_\_\_\_\_

5.1.2 \_\_\_\_\_

5.1.3 \_\_\_\_\_

**5.2 Principales productos o servicios que exportó la empresa entre Enero y Diciembre de 2001**

5.2.1 \_\_\_\_\_

5.2.2 \_\_\_\_\_

5.2.3 \_\_\_\_\_

		Año 1996	Año 2001
5.3	¿Cuál era el valor de las ventas totales anuales para cada año? (en USD dólares)	N Mínimo Máximo Media Desviación típica	88 10000 5000000000 156655359,8 656252030,1
5.4	¿Cuál era el valor de las exportaciones totales anuales para cada año? (en USD dólares)	N Mínimo Máximo Media Desviación típica	82 0 1720000000 27625798,16 198235183,1
5.5	¿Ha contratado/comprado licencias para uso de marcas comerciales?	Sí No NR	8,1 81 10,9
5.6	Sólo quienes responden 'Sí' en 5.5 ¿En cuánto estima el gasto en royalties de su empresa por el uso de marcas comerciales? (en USD dólares)	N Mínimo Máximo Media Desviación típica	7 0 1200000 299202,9 456823,3
5.7	¿Ha contratado/comprado licencias técnicas (excluya uso de marcas comerciales)?	Sí No NR	6,5 80,1 13,4
5.8	Sólo quienes respondan "Sí" en 5.7 ¿En cuánto estima el gasto en licencias técnicas /royalties de su empresa? (en USD dólares)	N Mínimo Máximo Media Desviación típica	5 5000 250000 92509,67 98617,533
5.9	Solo quienes responden 'Si' en 5.7 De qué tipo de licencia se trataba	Patente de Invención Franquicia Dibujo/diseño industrial Secreto Industrial Otro NR	8,6 8,2 0,0 0,0 41,7 41,5
5.10	Sólo quienes responden 'Si' en 5.7 ¿Qué porcentaje de estas licencias son de origen extranjero?	N Mínimo Máximo Media Desviación típica	9 30 100 91,08 24,803
5.11	Número de personas (promedio mensual) que trabajaba en la empresa	N Mínimo Máximo Media Desviación típica	170 2 5000 135,49 412,204
5.11.1	Número de personas (promedio mensual) No calificadas (obreros)	N Mínimo Máximo Media Desviación típica	132 0 4800 105,24 440,545

5.11.2	Número de personas (promedio mensual) <b>Técnicos</b> (no universitarios)	N	135	152
		Mínimo	1	1
		Máximo	180	200
		Media	21,7	25,6
		Desviación típica	31,061	38,555
5.11.3	Número de personas (promedio mensual) <b>Universitarios</b>	N	131	155
		Mínimo	0	0
		Máximo	80	200
		Media	10,56	14,17
		Desviación típica	14,507	22,812
5.12	¿Cuánto era el gasto de su empresa (promedio mensual) en remuneraciones, sueldos y salarios de los trabajadores? (en Pesos)	N	82	92
		Mínimo	300000	300000
		Máximo	243000000	360000000
		Media	18060252,83	25865232,55
		Desviación típica	35418009,95	55421166,77

**Cuadro Anexo N° 8 ENCUESTA SOBRE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES  
EMPRESAS NO BENEFICIARIAS FPE**

Nro. de Casos Efectivos	137
Nro. de Casos Ponderados	193

**1 Identificación de la Empresa**

I. Nombre empresa

I. RUT

I. Antigüedad de la firma	N	Mínimo	Máximo	Medi a	Desv. típ.
	191	2	92	26.18	19.651

I. Nombre de persona encuestada

I. Cargo Persona que contesta	N	%
Dueño	28	14.5
Gerente general	13	6.6
Gerente Comercial	21	11.1
Gerente/subgerente exportaciones	19	10
Otro (Gerente o Jefe De Ventas)	7	3.5
Otro (Jefe de Comercio Exterior)	33	17.3
Otro (Encargada(o) Exportaciones)	8	4.2
Otro (Gerente de Operaciones)	6	2.9
Otro (Gerente Producto)	1	0.5
Jefe de Marketing	2	1
Contador	8	4.4
Asistente de Gerencia Comercial	2	1.2
Jefe Bodega Despacho	0	0.1
Sub Gerente Abastecimiento	0	0.1
Gerente de Administración y Finanzas	11	6
Jefe División Abastecimiento	1	0.5
Jefe despacho nacionales e internacionales	2	0.9
Gerente servicios compras	3	1.5
Secretaria Administrativa/Contable	5	2.4
Director	3	1.5
Gerente división logística y compras	2	1
Jefe de distribución y servicio	0	0.1
Administrativo comercio exterior	3	1.8
Jefe Adquisiciones	3	1.5
Jefa departamento comercial	2	0.8
Asistente de Administración	2	1
Jefe de Planta	1	0.5
Ejecutiva Comercio Exterior	2	1
Gerente de Producción	2	1.1
Jefe de Finanzas	2	1

**2 A continuación una serie de preguntas que se refieren a la experiencia de la empresa en relación con sus productos y procesos en los años 1996 y 2001.**

2. ¿Qué nivel de innovación en los productos/servicios que la empresa ofrece, diría Ud. que se introdujo en relación con...? :

% Año 1996	% Año
------------	-------

			2001	
2.1.1	Presentación /empaque	Muy Alto	5.0	19.3
		Alto	28.5	36.5
		Medio	35.3	20.4
		Bajo	11.6	10.2
		Muy Bajo	8.5	7.1
		Nulo	0.8	0.8
		NR/NA	10.4	5.7
2.1.2	Calidad insumos	Muy Alto	26.4	39.2
		Alto	34.0	39.2
		Medio	23.6	10.2
		Bajo	5.0	4.5
		Muy Bajo	3.5	2.9
		Nulo	0.9	0.9
		NR/NA	6.6	3.2
2.1.3	Calidad producto final	Muy Alto	35.3	51.2
		Alto	35.7	33.3
		Medio	19.2	9.0
		Bajo	1.6	1.6
		Muy Bajo	1.9	1.9
		Nulo	0.0	0.0
		NR/NA	6.3	2.9
2.1.4	Servicio al cliente pre venta	Muy Alto	19.0	29.5
		Alto	36.9	50.6
		Medio	33.4	13.0
		Bajo	2.6	2.2
		Muy Bajo	0.4	0.4
		Nulo	0.0	0.0
		NR/NA	7.6	4.2
2.1.5	Servicio al cliente post venta	Muy Alto	18.5	27.1
		Alto	35.4	54.8
		Medio	33.4	10.7
		Bajo	5.0	3.1
		Muy Bajo	1.4	1.4
		Nulo	0.0	0.0
		NR/NA	6.3	2.8
2.1.6	Nuevos productos	Muy Alto	8.5	27.5
		Alto	30.5	36.5
		Medio	32.6	14.6
		Bajo	14.6	11.3
		Muy Bajo	0.4	0.4
		Nulo	5.0	5.0
		NR/NA	8.2	4.6

2. ¿Qué nivel de innovación en los procesos o procedimientos de la empresa diría Ud. que se introdujo en relación con...?:

	Año 1996	Año 2001
--	----------	----------

2.2.1 Proceso físico de producción	Muy Alto	8.7	24.7
	Alto	22.4	43.1
	Medio	40.0	10.0
	Bajo	7.2	3.7
	Muy Bajo	2.2	2.2
	Nulo	3.4	3.4
	NR/NA	16.1	12.9
2.2.2 Control de calidad del proceso de producción	Muy Alto	15.3	32.1
	Alto	30.2	39.7
	Medio	28.5	9.6
	Bajo	6.2	3.1
	Muy Bajo	2.5	1.9
	Nulo	3.0	3.0
	NR/NA	14.4	10.5
2.2.3 Maquinarias	Muy Alto	10.8	25.0
	Alto	25.8	42.8
	Medio	34.7	12.3
	Bajo	7.8	4.8
	Muy Bajo	4.0	1.9
	Nulo	2.1	1.5
	NR/NA	14.9	11.7
2.2.4 Normas de seguridad	Muy Alto	23.1	35.5
	Alto	28.3	38.9
	Medio	32.0	16.2
	Bajo	5.6	3.3
	Muy Bajo	0.5	0.0
	Nulo	0.6	0.0
	NR/NA	9.9	6.0
2.2.5 Normas ambientales	Muy Alto	21.4	32.3
	Alto	22.7	38.7
	Medio	24.1	10.4
	Bajo	11.9	3.8
	Muy Bajo	0.5	0.0
	Nulo	3.0	2.4
	NR/NA	16.4	12.5
2.2.6 Gestión /reorganización administrativa de la empresa	Muy Alto	5.0	24.0
	Alto	37.4	52.9
	Medio	36.2	13.2
	Bajo	11.1	4.6
	Muy Bajo	0.5	0.0
	Nulo	1.5	1.5
	NR/NA	8.2	3.8
2.2.7 Gestión de Comercialización	Muy Alto	7.8	20.7
	Alto	39.5	50.9
	Medio	36.0	20.1
	Bajo	5.4	0.1
	Muy Bajo	0.0	1.4
	Nulo	1.5	1.5
	NR/NA	9.7	5.3

2. ¿Cómo evaluaría Ud. el posicionamiento de su empresa en los mercados externos con respecto a...?:

Año 1996	Año 2001
----------	----------

2.3.1	Calidad de productos	Muy Buen Posicionamiento	21.8	29.0
		Buen Posicionamiento	33.3	44.3
		Regular Posicionamiento	15.1	9.9
		Mal Posicionamiento	6.6	4.3
		Muy Mal Posicionamiento	2.6	2.7
		NR/NA	20.6	9.8
2.3.2	Servicio al cliente	Muy Buen Posicionamiento	10.8	17.8
		Buen Posicionamiento	45.4	60.7
		Regular Posicionamiento	17.6	6.9
		Mal Posicionamiento	3.9	2.5
		Muy Mal Posicionamiento	1.9	2.4
		NR/NA	20.4	9.7
2.3.3	Cumplimiento de plazos	Muy Buen Posicionamiento	16.3	23.5
		Buen Posicionamiento	45.0	57.7
		Regular Posicionamiento	14.2	7.3
		Mal Posicionamiento	4.5	1.6
		Muy Mal Posicionamiento	0.4	0.4
		NR/NA	19.7	9.5
2.3.4	Diferenciación de sus productos	Muy Buen Posicionamiento	20.1	22.7
		Buen Posicionamiento	33.2	42.3
		Regular Posicionamiento	19.8	18.5
		Mal Posicionamiento	5.5	4.1
		Muy Mal Posicionamiento	0.9	1.0
		NR/NA	20.6	11.4
2.3.5	Prestigio de la empresa	Muy Buen Posicionamiento	28.0	36.0
		Buen Posicionamiento	41.9	50.3
		Regular Posicionamiento	6.6	2.7
		Mal Posicionamiento	2.9	1.1
		Muy Mal Posicionamiento	1.0	0.4
		NR/NA	19.7	9.5
2.3.6	Disponibilidad / acceso hacia sus clientes	Muy Buen Posicionamiento	22.2	26.4
		Buen Posicionamiento	43.6	54.4
		Regular Posicionamiento	9.1	5.5
		Mal Posicionamiento	2.0	1.3
		Muy Mal Posicionamiento	1.9	1.4
		NR/NA	21.2	11.0
2.3.7	Tamaño relativo de su empresa	Muy Buen Posicionamiento	15.5	16.4
		Buen Posicionamiento	32.6	41.4
		Regular Posicionamiento	20.9	21.1
		Mal Posicionamiento	3.3	4.6
		Muy Mal Posicionamiento	4.9	4.4
		NR/NA	22.7	12.0
2.4	¿Cómo considera Ud. que era el precio relativo de sus productos o servicios exportados respecto de la competencia?	Muy Buen Precio	17.3	21.6
		Buen Precio	52.3	53.0
		Regular Precio	10.2	16.4
		Mal Precio	1.5	2.0
		Muy Mal Precio	0.0	0.0
		NR/NA	18.7	7.0

**3** A continuación una serie de preguntas relacionados con la actividad de la empresa en promoción de exportaciones.

3.1 Para cada año solicitado, indique aquellos tipos de colectividades empresariales en las cuales ha participado la empresa, entre las siguientes:					3.2	
Comité exportador Prochile (%)	Profo (%)	Asociación Gremial (%)	Vinculación jurídica/propietaria/accionaria con otras empresas (%)	Otra forma de agrupación de empresas (%)	Número de proyectos de promoción de exportaciones financiados exclusivamente por su empresa (Promedio)	
1985-89	5.3	1.1	19.5	5.7	5.5	3.6
1990	4.5	2.0	21.1	6.0	7.0	3.5
1991	5.5	2.0	21.0	6.0	7.1	3.4
1992	6.0	2.0	21.0	6.0	7.6	3.4
1993	6.0	2.5	21.4	7.2	7.2	3.7
1994	6.4	2.0	22.8	7.9	7.8	3.3
1995	5.8	2.1	26.4	7.9	10.3	3.1
1996	5.8	2.7	29.3	8.2	10.3	2.8
1997	6.8	2.7	31.5	9.4	10.2	3.0
1998	7.9	2.5	35.0	11.0	10.2	3.0
1999	7.5	4.9	39.4	11.6	10.8	3.0
2000	7.1	7.2	39.6	12.0	11.4	3.1
2001	7.6	6.2	40.5	13.3	8.4	3.0

"		
3.2.1	¿Ha tenido algún contacto con Prochile entre 1996 y 2001? (%)	Sí 42.0 No 55.4 NR 2.6
3.2.2	Sólo quienes responden 'Sí' en 3.2. ¿Quién propició el primer contacto con Prochile? (%)	Empresa 60.2 Prochile 27.2 Otra entidad o persona 7.2 5.4 NR
3.2.3	¿Ha oído hablar del Fondo de Promoción de Exportaciones de Prochile?	Sí 38.7 No 61.0 NR 0.3
3.3	Sólo quienes han estado en contacto con Prochile, es decir 'Sí' en 3.2:	
3.3.1	¿Ha intentado obtener financiamiento de Prochile en años anteriores?	Sí 14.8 No 80.0 NR 5.2
3.3.2	¿Ha intentado obtener financiamiento de Prochile durante este año?	Sí 5.4 No 87.4 NR 7.1
3.3.3	En caso afirmativo en 3.3.1 ¿En cuántas oportunidades ha recurrido a Prochile con el objeto de obtener financiamiento para promoción de sus exportaciones sin éxito? (Promedio)	1.11 Veces
3.4	En caso afirmativo en 3.2.3, ¿Cuál es la opinión de su empresa para cada uno de los siguientes aspectos relacionados con el Fondo de Promoción de exportaciones? (%)	
3.4.1	Difusión del fondo de promoción de exportaciones	Muy satisfecho 0.4 Satisfecho 24.1 Ni satisfecho/Ni insatisfecho 45.2 Insatisfecho 15.6 Muy insatisfecho 10.2 NR 4.5
3.4.2	Accesibilidad al fondo de promoción de exportaciones	Muy satisfecho 0.4 Satisfecho 13.4 Ni satisfecho/Ni insatisfecho 48.1 Insatisfecho 17.4 Muy insatisfecho 7.9 NR 12.8
3.4.3	Simplicidad para postular al fondo	Muy satisfecho 0.0 Satisfecho 15.0 Ni satisfecho/Ni insatisfecho 43.5 Insatisfecho 16.9 Muy insatisfecho 9.5 NR 15.1
3.4.4	Atingencia-relevancia de los requisitos/bases de postulación para su sector productivo	Muy satisfecho 0.0 Satisfecho 13.3 Ni satisfecho/Ni insatisfecho 55.8 Insatisfecho 7.2 Muy insatisfecho 7.9 NR 15.8
3.5	En caso afirmativo en 3.3.1 o en 3.3.2, ¿Cuál es la opinión de su empresa para cada uno de los siguientes aspectos relacionados a su experiencia con el Fondo de Promoción de exportaciones?	
3.5.1	Claridad de los requisitos de postulación	Muy satisfecho 12.5 Satisfecho 45.1 Ni satisfecho/Ni insatisfecho 0.0 Insatisfecho 8.3

		Muy insatisfecho	10
		NR	24.1
3.5.2	Apoyo-compromiso de personal de Prochile para elaborar algún proyecto	Muy satisfecho	8.3
		Satisfecho	7.1
		Ni satisfecho/Ni insatisfecho	42.1
		Insatisfecho	10
		Muy insatisfecho	8.3
		NR	24.1
3.5.3	Apoyo-compromiso de personal de Prochile durante ejecución del proyecto	Muy satisfecho	0.0
		Satisfecho	13.9
		Ni satisfecho/Ni insatisfecho	19.7
		Insatisfecho	0.0
		Muy insatisfecho	8.3
		NR	58.1
3.5.4	Flexibilidad de Prochile para tramitar/evaluar/ejecutar su proyecto	Muy satisfecho	0.0
		Satisfecho	21.0
		Ni satisfecho/Ni insatisfecho	20.8
		Insatisfecho	34.0
		Muy insatisfecho	0.0
		NR	24.1
3.5.5	Prontitud de Prochile en la evaluación del proyecto de promoción	Muy satisfecho	0.0
		Satisfecho	8.3
		Ni satisfecho/Ni insatisfecho	25.2
		Insatisfecho	42.4
		Muy insatisfecho	0.0
		NR	24.1

**4 A continuación una serie de preguntas de evaluación de la empresa sobre sus actividades de promoción de exportaciones.**

**4.1** ¿Cuál diría Ud. que ha sido el nivel de importancia de otras experiencias de promoción de exportaciones de empresas chilenas en su actividad empresarial, en los siguientes aspectos?:

4.1.1	Desarrollar sus primeras actividades de promoción de exportaciones	Muy importante	14.9
		Importante	24.6
		Medianamente importante	5.4
		Poco importante	17.0
		Nada importante	16.9
		NR	21.2
4.1.2	Modificar o reformular sus actividades de promoción de exportaciones	Muy importante	13.5
		Importante	24.3
		Medianamente importante	7.3
		Poco importante	18.7
		Nada importante	15.1
		NR	21.2

4.2	¿Cuál diría Ud. que ha sido el nivel de importancia de la imagen de nuestro país en el exterior, para el desarrollo de sus exportaciones?	Muy importante	25.5
		Importante	38.7
		Medianamente importante	10.3
		Poco importante	4.5
		Nada importante	1.3
		NR	19.7

Sólo quienes han realizado proyectos de promoción de exportaciones con **financiamiento exclusivo de la empresa**, es decir tiene respuestas no nulas en 3.2:

4.3 ¿Cuál diría Ud. que es el nivel de satisfacción de su empresa en cada uno de los siguientes aspectos relacionados con la experiencia de promoción de exportaciones con recursos propios?

		Durante 1990-1995	Duran te 1996- 2001	
4.3.1	Nivel de financiamiento alcanzado para realizar actividades de promoción de exportaciones	Muy insatisfecho	7.7	7.4
		Insatisfecho	22.0	38.0
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	9.8	21.9
		Satisfecho	15.9	17.4
		Muy satisfecho	7.3	9.3
		NR	37.2	5.9
4.3.2	Pertinencia de los objetivos planteados para las actividades realizadas	Muy insatisfecho	4.3	6.0
		Insatisfecho	23.8	45.3
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	10.6	14.2
		Satisfecho	20.3	21.8
		Muy satisfecho	3.9	6.8
		NR	37.2	5.9
4.3.3	Si lo hubo, apoyo-compromiso de Prochile durante la elaboración del proyecto	Muy insatisfecho	4.0	5.1
		Insatisfecho	2.8	4.0
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	3.2	4.1
		Satisfecho	0.9	0.9
		Muy satisfecho	0.0	4.1
		NR	89.1	81.6
4.3.4	Si lo hubo, apoyo-compromiso de Prochile durante ejecución del proyecto	Muy insatisfecho	4.3	6.8
		Insatisfecho	1.1	1.4
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	2.6	3.5
		Satisfecho	1.5	1.5
		Muy satisfecho	0.0	4.1
		NR	90.4	82.6
4.3.5	Si lo hubo, acceso-apoyo de agregados comerciales durante ejecución del proyecto	Muy insatisfecho	3.2	6.8
		Insatisfecho	8.4	12.5
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	10.6	11.5
		Satisfecho	0.9	1.7
		Muy satisfecho	4.4	8.5
		NR	72.5	59.0
4.3.6	La experiencia en general de la empresa con los proyectos de promoción de exportaciones con financiamiento propio	Muy insatisfecho	2.6	2.6
		Insatisfecho	29.7	48.7
		Ni Satisfecho /Ni Insatisfecho	3.7	9.5
		Satisfecho	20.8	26.2
		Muy satisfecho	6.0	6.9
		NR	37.2	5.9

4.4 Sólo quienes han realizado proyectos de promoción de exportaciones con **financiamiento exclusivo de la empresa**, es decir tiene respuestas no nulas en 3.2

¿Cuán útil cree Ud. que fue para su empresa la realización de proyectos de promoción de exportaciones con financiamiento propio en cada uno de los siguientes aspectos?

		Durante 1990-1995	Durante 1996-2001	
4.4.1	Haber contactado a potenciales clientes	Muy útil	24.0	32.9
		Útil	22.2	40.2
		Neutro	4.2	5.1
		Inútil	5.5	8.0
		Muy inútil	3.7	4.8
		NR	40.4	9.0
4.4.2	Haber concertado negocios de exportación	Muy útil	23.9	31.6
		Útil	21.1	38.9
		Neutro	7.3	10.3
		Inútil	6.3	8.0
		Muy inútil	1.1	2.2
		NR	40.4	9.0
4.4.3	Haber conocido a la competencia extranjera	Muy útil	18.9	27.0
		Útil	27.1	39.5
		Neutro	6.7	15.4
		Inútil	5.9	6.9
		Muy inútil	1.1	2.2
		NR	40.4	9.0
4.4.4	Haber contactado aliados estratégicos extranjeros relevantes para su actividad exportadora	Muy útil	12.5	20.4
		Útil	23.5	37.1
		Neutro	19.3	24.1
		Inútil	3.2	7.2
		Muy inútil	1.1	2.2
		NR	40.4	9.0
4.4.5	Haber contactado aliados estratégicos nacionales relevantes para su actividad exportadora	Muy útil	8.7	13.7
		Útil	5.2	12.3
		Neutro	36.2	49.4
		Inútil	7.8	13.9
		Muy inútil	1.7	1.7
		NR	40.4	9.0
4.4.6	Haber podido dar a conocer su empresa /productos en el exterior	Muy útil	18.5	28.1
		Útil	29.4	43.7
		Neutro	6.9	8.1
		Inútil	2.6	8.8
		Muy inútil	2.2	2.2
		NR	40.4	9.0
4.4.7	Haber posicionado la imagen de su empresa /productos en el exterior	Muy útil	17.9	24.8
		Útil	28.8	50.3
		Neutro	8.2	6.6
		Inútil	0.0	4.5
		Muy inútil	4.8	4.8
		NR	40.4	9.0

4.4.8	Haber posicionado la imagen de su empresa /productos en Chile	Muy útil	14.9	23.7
		Útil	22.1	34.4
		Neutro	13.4	15.5
		Inútil	7.0	12.2
		Muy inútil	2.2	5.1
		NR	40.4	9.0
4.4.9	Haber aprendido debilidades de su empresa/ productos /servicios	Muy útil	25.8	36.6
		Útil	26.4	42.4
		Neutro	2.6	2.6
		Inútil	2.6	7.1
		Muy inútil	2.2	2.2
		NR	40.4	9.0
4.4.10	Haber aprendido nuevas técnicas de comercialización /marketing	Muy útil	19.3	29.8
		Útil	31.5	43.0
		Neutro	7.8	13.5
		Inútil	0.0	3.5
		Muy inútil	1.1	1.1
		NR	40.4	9.0
4.4.11	Haber incorporado nuevas formas /herramientas de hacer negocios	Muy útil	15.9	29.2
		Útil	33.5	40.7
		Neutro	6.5	14.7
		Inútil	2.6	4.4
		Muy inútil	1.1	1.1
		NR	40.4	9.8
4.4.12	Otros aspectos (indique si los hubo)		-	-

4.5 Sólo quienes han realizado proyectos de promoción de exportaciones con **financiamiento exclusivo de la empresa**, es decir tiene respuestas no nulas en 3.2

¿Cuál diría Ud. que es el nivel de importancia de las actividades de promoción de exportaciones realizadas en los siguientes aspectos?

4.5.1	Mantener y/o mejorar su volumen de exportaciones	Muy importante	37.5
		Importante	31.9
		Medianamente importante	10.3
		Poco importante	11.7
		Sin importancia	0.0
		NR	8.6
4.5.2	Ampliar su oferta exportadora (incrementar la cantidad de productos / servicios exportados)	Muy importante	29.8
		Importante	35.3
		Medianamente importante	9.6
		Poco importante	16.7
		Sin importancia	0.0
		NR	8.6
4.5.3	Mejorar la calidad de su oferta exportadora	Muy importante	35.0
		Importante	29.6
		Medianamente importante	11.5
		Poco importante	15.3
		Sin importancia	0.0
		NR	8.6

4.5.4	Mejorar el número de mercados al que destina exportaciones	Muy importante	37.4
		Importante	25.9
		Medianamente importante	8.7
		Poco importante	16.8
		Sin importancia	2.6
		NR	8.6
4.5.5	Mejorar las utilidades de su empresa	Muy importante	49.2
		Importante	24.9
		Medianamente importante	3.5
		Poco importante	10.5
		Sin importancia	3.2
		NR	8.6
4.5.6	Mejorar el nivel tecnológico de su empresa	Muy importante	40.9
		Importante	37.0
		Medianamente importante	2.4
		Poco importante	7.9
		Sin importancia	3.2
		NR	8.6
4.5.7	Interrelacionar a su empresa con productores/competidores nacionales	Muy importante	18.6
		Importante	34.4
		Medianamente importante	11.6
		Poco importante	18.2
		Sin importancia	8.6
		NR	8.6
4.5.8	Interrelacionar a su empresa con productores/competidores extranjeros	Muy importante	29.3
		Importante	36.6
		Medianamente importante	10.1
		Poco importante	9.1
		Sin importancia	6.4
		NR	8.6
4.6	Sólo quienes han realizado proyectos de promoción de exportaciones con <b>financiamiento exclusivo de la empresa</b> , es decir tiene respuestas no nulas en 3.2: ¿Cuál diría Ud. que ha sido el nivel de importancia de sus actividades de promoción de exportaciones para mejorar la imagen de nuestro país en el exterior?	Muy importante	24.5
		Importante	29.5
		Medianamente importante	15.7
		Poco importante	20.1
		Sin importancia	0.0
		NR	10.3
4.7	Sólo quienes han realizado proyectos de promoción de exportaciones con <b>financiamiento exclusivo de la empresa</b> , es decir tiene respuestas no nulas en 3.2: ¿Cuál diría Ud. que ha sido el nivel de importancia de sus actividades de promoción de exportaciones para otras empresas chilenas, en los siguientes aspectos?:		
4.7.1	Replicar el tipo de actividades que ha realizado su empresa	Sin importancia	7.2
		Poco importante	22.7
		Medianamente importante	17.8
		Importante	32.3
		Muy importante	13.6
		NR	6.4

4.7.2	Replicar el tipo de productos que exporta su empresa	Sin importancia	8.3
		Poco importante	17.4
		Medianamente importante	16.6
		Importante	30.9
		Muy importante	20.4
		NR	6.4
4.7.3	Replicar la destinación de sus exportaciones	Sin importancia	8.7
		Poco importante	17.5
		Medianamente importante	20.4
		Importante	31.0
		Muy importante	16.0
		NR	6.4

### 5 Participación en fomento productivo/ exportador

Indique si utilizó entre 1996 y 2001 los siguientes instrumentos de fomento productivo/exportador. Para aquellos que ha utilizado, señale cuán relevantes o irrelevantes cree Ud. que han sido éstos en el desarrollo de la actividad exportadora de su empresa.

		Utilizó (%)		Escala evaluación (%)	
5.1	FAT	Sí	6.8	Indispensable	36.6
		No	91.9	Muy Relevante	36.1
		NR	1.3	Relevante	9.9
				Poco Relevante	9.9
				Irrelevante	7.7
				NR	0.0
5.2	Profo	Sí	7.2	Indispensable	13.0
		No	91.5	Muy Relevante	65.7
		NR	1.3	Relevante	10.5
				Poco Relevante	0.0
				Irrelevante	10.8
				NR	0.0
5.3	Programa de desarrollo de proveedores (CORFO)	Sí	4.3	Indispensable	0.0
		No	94.2	Muy Relevante	58.8
		NR	1.5	Relevante	18.4
				Poco Relevante	22.8
				Irrelevante	0.0
				NR	0.0
5.4	Programa de apoyo a gestión de empresas (PAG)	Sí	0.9	Indispensable	0.0
		No	97.6	Muy Relevante	47.4
		NR	1.5	Relevante	52.6
				Poco Relevante	0.0
				Irrelevante	0.0
				NR	0.0
5.5	FONTEC (Fondo Nacional de Desarrollo Tecnológico y Productivo)	Sí	7.9	Indispensable	7.8
		No	90.7	Muy Relevante	39.3
		NR	1.3	Relevante	40.7
				Poco Relevante	6.5
				Irrelevante	5.6
				NR	0.0

5.6	FDI ( Fondo de desarrollo e Innovación)	Sí	0.2	Indispensable	0.0
		No	97.0	Muy Relevante	100.0
		NR	2.8	Relevante	0.0
				Poco Relevante	0.0
				Irrelevante	0.0
				NR	0.0
5.7	FONCAP (Fondo de capacitación)	Sí	3.4	Indispensable	19.1
		No	95.3	Muy Relevante	0.0
		NR	1.3	Relevante	65.7
				Poco Relevante	15.2
				Irrelevante	0.0
				NR	0.0
5.8	SINCE (Capacitación de trabajadores)	Sí	33.2	Indispensable	20.7
		No	65.4	Muy Relevante	26.0
		NR	1.3	Relevante	46.3
				Poco Relevante	2.9
				Irrelevante	4.1
				NR	0.0
5.9	Reintegro Simplificado (Ley 18.480)	Sí	48.7	Indispensable	30.6
		No	48.0	Muy Relevante	21.4
		NR	3.3	Relevante	39.8
				Poco Relevante	7.1
				Irrelevante	0.0
				NR	1.1
5.10	Reintegro general (18708)	Sí	29.7	Indispensable	23.2
		No	67.6	Muy Relevante	18.9
		NR	2.8	Relevante	52.6
				Poco Relevante	5.4
				Irrelevante	0.0
				NR	0.0
5.11	Devolución de IVA	Sí	38.0	Indispensable	42.5
		No	60.5	Muy Relevante	8.4
		NR	1.5	Relevante	40.6
				Poco Relevante	3.0
				Irrelevante	2.7
				NR	2.7
5.12	Devolución anticipada del IVA	Sí	10.5	Indispensable	15.1
		No	87.4	Muy Relevante	14.3
		NR	2.1	Relevante	60.8
				Poco Relevante	0.0
				Irrelevante	0.0
				NR	0.0
5.13	Arancel diferido Bienes de Capital (Ley 18.634)	Sí	21.5	Indispensable	26.5
		No	74.7	Muy Relevante	20.1
		NR	3.8	Relevante	47.9
				Poco Relevante	0.7
				Irrelevante	0.0
				NR	4.8
5.14	Caución solidaria CORFO	Sí	3.2	Indispensable	40.2
		No	94.8	Muy Relevante	0.0
		NR	2.0	Relevante	59.8
				Poco Relevante	0.0
				Irrelevante	0.0
				NR	0.0

5.15	FOGAPE Fondo de garantía a pequeños empresarios (o FOGAEX Fondo de garantía a exportaciones no tradicionales antes de 2001)	Sí	2.0	Indispensable	0.0
		No	96.6	Muy Relevante	0.0
		NR	1.3	Relevante	100.0
				Poco Relevante	0.0
				Irrelevante	0.0
NR					0.0
5.16	Otros	Sí	0.4	Indispensable	100.0
		No	99.6	Muy Relevante	0.0
		NR	0.0	Relevante	0.0
				Poco Relevante	0.0
				Irrelevante	0.0
NR					0.0

**6 A continuación le solicitamos algunos datos descriptivos de la empresa:**

**6.1 Principales productos o servicios que produjo/vendió la empresa entre Enero y Diciembre de 2001**

6.1.1

6.1.2

6.1.3

**6.2 Principales productos o servicios que exportó la empresa entre Enero y Diciembre de 2001**

6.2.1

6.2.2

6.2.3

		Año 1996	Año 2001	
6.3	¿Cuál era el valor de las ventas totales anuales para cada año? (en US dólares)	N	105	126
		Mínimo	20000	3000
		Máximo	5000000000	7000000000
		Media	136639448.2	153310565.1
		Desv. Estándar	615235962.3	797468801.5
6.4	¿Cuál era el valor de las exportaciones totales anuales para cada año? (en US dólares)	N	88	110
		Mínimo	0	333
		Máximo	1000000000	1000000000
		Media	12231877.29	14573969.59
		Desv. Estándar	99086971.9	95002735.73
6.5	¿Ha contratado/comprado licencias para uso de marcas comerciales?	Sí	8.4	7.3
		No	84.0	87.2
		NR	7.6	5.5
6.6	Sólo quienes responden 'Sí' en 6.5: ¿En cuánto estima el gasto en royalties de su empresa por el uso de marcas comerciales? (en US dólares)	N	13	11
		Mínimo	500	800
		Máximo	1000000	425000
		Media	293914.5	104365.24
		Desv. Estándar	401582.639	132815.285

6.7	¿Ha contratado/comprado licencias técnicas (excluya uso de marcas comerciales)?	Sí	3.8	2.8
		No	83.6	86.9
		NR	12.5	10.3
6.8	Sólo quienes responden 'Si' en 6.7: ¿En cuánto estima el gasto en licencias técnicas /royalties de su empresa? (en US dólares)	N	1	1
		Mínimo	80000	80000
		Máximo	80000	80000
		Media	80000	80000
		Desv. Estándar	-	-
6.9	Sólo quienes responden 'Si' en 6.7 De qué tipo de licencia se trataba	Patente de invención		
		Franquicia	38.8	0.0
		Diseño	0.0	0.0
		industrial	0.0	0.0
		Secreto industrial	61.2	100.0
		Otro	0.0	0.0
		NR		
6.10	Sólo quienes responden 'Si' en 6.7 ¿Qué porcentaje de estas licencias son de origen extranjero?	N	7	4
		Mínimo	95	95
		Máximo	100	100
		Media	99.54	99.24
		Desv. Estándar	1.552	2.038
6.11	Número de personas (promedio mensual) que trabajaba en la empresa	N	167	189
		Mínimo	2	1
		Máximo	1200	2600
		Media	142.9	135.43
		Desv. Estándar	220.717	269.873
6.11.1	Número de personas (promedio mensual) No calificadas (obreros)	N	125	143
		Mínimo	0	0
		Máximo	880	1040
		Media	61.17	58.32
		Desv. Estándar	98.327	119.304
6.11.2	Número de personas (promedio mensual) Técnicos (no universitarios)	N	135	150
		Mínimo	0	0
		Máximo	700	1040
		Media	49.22	51.88
		Desv. Estándar	113.598	141.444
6.11.3	Número de personas (promedio mensual) Universitarios	N	129	150
		Mínimo	0	0
		Máximo	600	520
		Media	33.55	30.4
		Desv. Estándar	98.415	88.064
6.12	¿Cuánto era el gasto de su empresa (promedio mensual) en remuneraciones, sueldos y salarios de los trabajadores? (en pesos de cada año)	N	79	91
		Mínimo	200000	300000
		Máximo	500000000	495000000
		Media	51669739.87	57723645.31
		Desv. Estándar	99942687.55	102442033.9

**10.2 Análisis de impacto incluyendo sólo a beneficiarios exportadores**

Tomando como criterio que las empresas tuvieran información de exportaciones sobre las variables utilizadas para el *matching propensity score* variables para el año 1995 y para el período 1996-2001, las empresas se redujeron desde 23.861 empresas a 4.219 empresas las que se dividen en 102 empresas beneficiarias y 4.117 empresas no beneficiarias. El Cuadro N° 61 presenta información descriptiva de las variables disponibles para el año 1995.

Tal como se observa del Cuadro N° 61 un 42,2% de empresas beneficiarias y un 37,5% de empresas no beneficiarias cuentan con 5 años de experiencia (antigüedad) exportadora al año 1995. Un 42,2% de las empresas beneficiarias recibieron beneficios en el período 1990-1995 mientras que un 9,4% de las empresas no beneficiarias recibieron algún beneficio en dicho período. De acuerdo al sector del producto principal al año 1995, tanto para el caso de las beneficiarias como para las no beneficiarias, el sector que domina es el de Industria con un 84,3% y 78,3% para beneficiarias y no beneficiarias respectivamente. Tal como se mencionara previamente la variable Volumen Exportado se encuentra expresada en miles US\$/año y alrededor del 45% del total de empresas (44,1% para beneficiarias y 45,4% para no beneficiarias) se encuentra en el rango de 100-10.000 miles de US\$. En relación con la ubicación, la Región Metropolitana domina con un 72,5% de las empresas beneficiarias y un 69,3% de las empresas no beneficiarias respectivamente. Finalmente, el número de productos exportados al año 1995 va desde cero hasta un máximo de 283 productos para el caso de las empresas beneficiarias, con un 33,3% de los casos concentrados entre 3 a 10 productos. En el caso de las empresas no beneficiarias, el 49,1% de ellas cuentan con 1 hasta 2 productos exportados en dicho año.

**Cuadro N° 61 ESTADÍSTICAS DESCRIPTIVAS BASES DE EMPRESAS**

Variable	Beneficiarios		No Beneficiario		Total	
	Casos	%	Casos	%	Casos	%
<b>Años de Beneficio 1996-2001</b>						
0	0	0.0%	4117	100.0%	4117	97.6%
1	29	28.4%	0	0.0%	29	0.7%
2	28	27.5%	0	0.0%	28	0.7%
3	19	18.6%	0	0.0%	19	0.5%
4	13	12.7%	0	0.0%	13	0.3%
5	13	12.7%	0	0.0%	13	0.3%
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100.0%</b>	<b>4117</b>	<b>100.0%</b>	<b>4219</b>	<b>100.0%</b>
<b>Antigüedad exportadora al 95</b>						
0	27	26.5%	74	1.8%	101	2.4%
1	6	5.9%	759	18.4%	765	18.1%
2	8	7.8%	676	16.4%	684	16.2%
3	8	7.8%	549	13.3%	557	13.2%
4	10	9.8%	517	12.6%	527	12.5%
5	43	42.2%	1542	37.5%	1585	37.6%
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100.0%</b>	<b>4117</b>	<b>100.0%</b>	<b>4219</b>	<b>100.0%</b>
<b>Años de Beneficio 1990-1995</b>						

0	59	57.8%	3730	90.6%	3789	89.8%
1	11	10.8%	148	3.6%	159	3.8%
2	8	7.8%	108	2.6%	116	2.7%
3	8	7.8%	49	1.2%	57	1.4%
4	5	4.9%	44	1.1%	49	1.2%
5	6	5.9%	22	0.5%	28	0.7%
6	5	4.9%	16	0.4%	21	0.5%
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100.0%</b>	<b>4117</b>	<b>100.0%</b>	<b>4219</b>	<b>100.0%</b>
<b>Sector productivo principal 1995</b>						
Sector Primario	9	8.8%	749	18.2%	758	18.0%
Sector Minero	1	1.0%	65	1.6%	66	1.6%
Sector Industria	86	84.3%	3223	78.3%	3309	78.4%
Sector Otros	6	5.9%	80	1.9%	86	2.0%
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100.0%</b>	<b>4117</b>	<b>100.0%</b>	<b>4219</b>	<b>100.0%</b>
<b>Exportaciones año 1995 (miles US\$)</b>						
0 - 10	28	27.5%	792	19.2%	820	19.4%
10 - 100	18	17.6%	1289	31.3%	1307	31.0%
100 - 10.000	45	44.1%	1869	45.4%	1914	45.4%
10.000 hasta > 100.000	11	10.8%	167	4.1%	178	4.2%
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100.0%</b>	<b>4117</b>	<b>100.0%</b>	<b>4219</b>	<b>100.0%</b>
<b>Región de residencia año 1995</b>						
Zona Norte (I, II, III, IV y V)	10	9.8%	591	14.4%	601	14.2%
Zona Sur (VI, VII, VIII, IX, X, XI y XII)	18	17.6%	671	16.3%	689	16.3%
Zona Centro (RM)	74	72.5%	2855	69.3%	2929	69.4%
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100.0%</b>	<b>4117</b>	<b>100.0%</b>	<b>4219</b>	<b>100.0%</b>
<b>Número productos exportados 1995</b>						
0	19	18.6%	74	1.8%	93	2.2%
1 hasta 2	29	28.4%	2020	49.1%	2049	48.6%
3 hasta 10	34	33.3%	1420	34.5%	1454	34.5%
11 hasta 283	20	19.6%	603	14.6%	623	14.8%
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100.0%</b>	<b>4117</b>	<b>100.0%</b>	<b>4219</b>	<b>100.0%</b>

El Cuadro N° 62 muestra variables promedio para el período 1996-2001 del volumen exportado y del número de productos exportados. El estrato más numeroso de beneficiarios corresponde a exportadores de USD 100 mil y un millón (27,5%), al igual que en las empresas comparaciones (23,9%).

Cuadro N° 62 VARIABLES DE EXPORTACIONES (PROMEDIO 1996-2001)

Variable	Beneficiarios		No Beneficiario		Total	
	Casos	%	Casos	%	Casos	%
<b>Promedio Volumen Exportado 1996-2001 (miles US\$)</b>						
0-10	18	17.6%	675	16.4%	693	16.4%
10-50	14	13.7%	968	23.5%	982	23.3%
50-100	9	8.8%	732	17.8%	741	17.6%
100-1.000	28	27.5%	983	23.9%	1011	24.0%

<sup>82</sup> El Sector Primario comprende los códigos CIU 1111-35; el Sector Minería los códigos 2110-20, 2201-02, 2310-21 y 2401; el Sector Industria los códigos 3111-40, 3211-43, 3311-20, 3411-29, 3511-60, 611-99, 3710-29, 3800-53 y 3911-99; y el Sector Otros los códigos 8548, 9411, 9490 y 9990.

1.000-10.000	18	17.6%	587	14.3%	605	14.3%
10.000-100.000	14	13.7%	154	3.7%	168	4.0%
100,000 y más	1	1.0%	18	0.4%	19	0.5%
Total	102	100.0%	4117	100.0%	4219	100.0%
<b>Promedio de Productos exportados 1996-2001</b>						
0	1	1.0%	28	0.7%	29	0.7%
1	25	24.5%	1167	28.3%	1192	28.3%
De 2 hasta 3	19	18.6%	1216	29.5%	1235	29.3%
De 4 hasta 10	34	33.3%	1134	27.5%	1168	27.7%
Mayor a 10	23	22.5%	572	13.9%	595	14.1%
Total	102	100.0%	4117	100.0%	4219	100.0%

### 10.2.1 Resultados De Estimacion No Parametricas

La estrategia de estimación comprendió en primer lugar la comparación entre beneficiarios y no beneficiarios sin considerar tratamientos múltiples y en segundo lugar, la comparación considerando el caso de tratamientos múltiples.

#### 10.2.1.1 Comparación Sin Tratamiento Múltiple

##### 10.2.1.1.1 Estimación de la participación en el programa

Dada la información contenida en las bases de datos se estima un modelo de participación en el FPE en el período 1996-2001 usando como variables explicativas: la antigüedad exportadora al año 1995; el número de años de beneficio en el período 1990-1995; el número de productos exportados en el año 1995; tres variables dummies para las categorías de tamaño de empresa (micro, pequeña y empresas de tamaño intermedio para el año 1995; la categoría excluida es tamaño grande);<sup>63</sup> tres variables dummies para los sectores productivos primario, minería e industria para el año 1995 (la categoría excluida es el sector otros); y dos dummies para las zonas geográficas norte y sur para el año 1995 (la categoría excluida es la zona centro). Se supone que estas variables reflejan adecuadamente la situación pre-programa (período 1996-2001) para los beneficiarios.

Los principales resultados econométricos para el Logit binario de participación se presentan en el Cuadro N° 63 . Como el objetivo de los Propensity Scores es predecir la probabilidad de participar en el programa, en la segunda etapa no se pone especial importancia a la significancia estadística de las variables. En cambio, se elige el modelo que presenta el mayor valor de la función de verosimilitud.

Cuadro N° 63 PROFENSITY SCORES \*

Variables	Coefficientes
Constante	-2,2235 (0.0008)
Antigüedad exportadora año 1995	-0.2420 (0.0013)
Años de beneficio período 1990-1995	0.5333 (0.0000)
Productos exportados año 1995	0.0075 (0.1539)
Dummy micro empresa	-0.7761 (0.1043)
Dummy empresa pequeña	-1.2675 (0.0059)
Dummy empresa intermedio	-0.7615 (0.0518)
Dummy sector primario	-0.7599 (0.2020)
Dummy sector minería	-0.6604 (0.5642)
Dummy sector industria	-0.1751 (0.7230)
Dummy zona norte	-0.1901 (0.5842)
Dummy zona sur	0.1088 (0.7096)
Observations	4.219
-2 Log Likelihood	664.295
R Cuadrado de Cox & Snell	0.023
R Cuadrado de Nagelkerke	0.113
R Cuadrado de McFadden	0.102

\* Nivel de Significancia en paréntesis.

En base a estos parámetros estimados se predice para cada empresa en la muestra su probabilidad de ser beneficiaria de FPE en el período 1996-2001. El Cuadro N° 64 presenta estadísticos descriptivos para la probabilidad predicha, para toda la muestra y para las empresas beneficiarias y no beneficiarias.<sup>84</sup>

<sup>83</sup> La categoría micro empresa incluye a aquellas que presentan un volumen exportado (en miles de US\$ año) entre 0-10; la categoría pequeña entre 10-100; la categoría Intermedia entre 100-10.000; y la categoría grande mayor a 10.000.

<sup>84</sup> Las probabilidades predichas se construyen a partir de la estimación reportada en el Cuadro, usando los coeficientes reportados y la información de cada empresa en la muestra.

**Cuadro N° 64 ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS PARA LA PROBABILIDAD PREDICHA**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Toda La muestra	4.219	0.00	0.51	0.0241	0.0354
Empresas Beneficiarias	102	0.01	0.42	0.0691	0.0935
Empresas no Beneficiarias	4.117	0.00	0.51	0.0230	0.0319

## 10.2.1.1.2 Estimación de impacto de los beneficios

Se trabaja con estimadores de Matching de diferencias en diferencias (DD) - el que compara el cambio en los resultados para los beneficiarios y para los controles entre la situación base y la situación post programa. Específicamente el estimador de Matching que se usa es el Estimador de Vecinos Cercanos. El parámetro que se estima es el impacto que ha tenido el FPE sobre las empresas beneficiarias (estimador conocido como "treatment on the treated") y la medida de resultado considerada es el cambio en el volumen exportado. El Cuadro N° 65 presenta información relativa al test de diferencias de medias (suponiendo varianzas conocidas).

**Cuadro N° 65 PROMEDIOS Y TEST DE MEDIAS PARA LA VARIABLE CAMBIO EN VOLUMEN EXPORTADO (EN MILES DE US\$)**

Tipo de firma	Cambio Volumen Exportado
Beneficiarios	2.980,83 (15.907,12)
Control	206,45 (7.491,31)
Diferencia	2.774,38
Estadígrafo	1,7566
Valor P	0,0401

Nota: La columna cambio reporta la diferencia entre el volumenexportado entre 1996-2001 (en promedio) y el año 1995.

Los principales resultados de estimación del impacto del FPE se presentan en el Cuadro N° 66 . En este Cuadro se presentan estimaciones para 5, 10, 20 y 30 vecinos, para la variable de resultado.

De este cuadro se puede observar un efecto positivo y estadísticamente significativo al 5% del FPE sobre el volumen exportado (en miles de US\$/año) cuando se usan 30 vecinos cercanos.

**Cuadro N° 66 ESTIMACIÓN DEL IMPACTO DEL FPE SOBRE EL VOLUMEN EXPORTADO (EN MILES DE US\$/AÑO)**

Número de Vecinos	Diferencia Volumen Exportado
5	US\$2.612,0 (1.566,3)
10	US\$2.641,3 (1.560,5)
20	US\$2.624,7 (1.573,0)
30	US\$2.846,7 (1.617,7)
Tamaño Muestra	4.219

\* En paréntesis desviaciones estándar calculadas con la técnica de Bootstrapping.

#### 10.2.1.2 Comparación con Tratamiento Múltiple

Debido al reducido número de empresas beneficiarias (102 empresas), se procedió del siguiente modo:

En primer lugar, se dividió el universo de empresas beneficiarias y no beneficiarias de acuerdo al número de años que han recibido FPE, independientemente de si los proyectos corresponden o no a la misma línea de acción. Para estos efectos se utilizan tres categorías para dividir al total de 4.219 empresas en la muestra:

- No Beneficiarias: 4.117 empresas.
- Beneficiarias en 1 o 2 años: 57 empresas<sup>85</sup>
- Beneficiarias en más de 2 años: 45 empresas<sup>86</sup>

En segundo lugar, se estimó un modelo de elección multinomial para obtener la probabilidad estimada de estar en cada una de las tres categorías definidas previamente. Esta estimación proveyó el vector de probabilidades predichas de que la empresa  $i$ -ésima pertenezca a cada una de las tres categorías mencionadas previamente:

$$[\hat{P}_i^1(X_i), \hat{P}_i^2(X_i), \hat{P}_i^3(X_i)]$$

<sup>85</sup> Comprende 29 empresas con sólo 1 año de beneficio y 28 empresas con 2 años de beneficios.

<sup>86</sup> Comprende 19 empresas con 3 años de beneficios, 13 empresas con 4 años de beneficios y 13 empresas con 5 años de beneficios.

Para aquellas empresas que caen en la categoría de presentar 1 o 2 años de beneficios del FPE se les compara con el universo de no beneficiarios (empresas con cero proyectos) de manera similar a lo explicado previamente. Para aquellas empresas que caen en la categoría de presentar tres o más años de beneficios FPE lo relevante es compararlas con empresas beneficiarias de 1 o 2 años de beneficios FPE con el objeto de obtener el impacto marginal de la categoría. Para estos efectos se procede como sigue:

Se elige una empresa beneficiaria de la categoría de tres o más años de beneficios FPE. Usando el método de vecinos cercanos se elige un número definido de beneficiarios de la sub muestra de beneficiarios de 1 o 2 años de beneficios FPE (por ejemplo, se eligen cinco vecinos cercanos). Para definir cuáles cinco vecinos considerar se tomarán aquellas empresas provenientes de la categoría de 1 o 2 años de beneficios FPE que tengan un vector de probabilidades multinomiales que, en términos de distancia vectorial, se encuentren más cercano al vector de probabilidades que presenta la empresa beneficiaria de tres o más años de beneficios. A continuación usando estos cinco vecinos cercanos se calcula el resultado de diferencias en diferencias para la variable de impacto considerada para esta empresa beneficiaria. Se elige la siguiente empresa beneficiaria de la categoría de 1 o 2 años de beneficios y se continúa el proceso anterior hasta que no queden empresas con 1 o 2 años de beneficios. El efecto marginal de estar en la categoría con tres o más años versus la categoría de 1 o 2 se obtiene de promediar los impactos obtenidos para cada empresa.

#### 10.2.1.2.1 Estimación de las Probabilidades Multinomiales

La estimación de la probabilidad multinomial es uno de los elementos principales para poder aplicar la metodología descrita previamente. Para estos efectos se estima un modelo multinomial Logit para las tres categorías descritas previamente y usando como variables explicativas las mismas utilizadas en la sección anterior.<sup>87</sup>

Los principales resultados econométricos para el Logit multinomial se presentan en el Cuadro N° 67 . Como el objetivo de esta estimación multinomial es predecir la probabilidad de cada una de las tres categorías, (que se utilizan posteriormente para elegir a las comparaciones), no se pone especial importancia a la significancia estadística de las variables. En vez, se elige el modelo que presenta el mayor valor de la función de verosimilitud.

---

<sup>87</sup> Se excluyeron las dummies para los sectores productivos primario, minería e industria para el año 1995 ya que al incluirlas el modelo encontraba singularidades en la matriz Hessiana. Esto se debe a que al introducirlas existía una cuasi completa separación en los datos, lo que hacía que algunos de los parámetros estimados tendieran a infinito.

Cuadro N° 67 PROPENSITY SCORES\*

<b>VARIABLES</b>	<b>Coeficientes</b>	<b>Coeficientes</b>
Constante	4,515 (0,000)	2,344 (0,721)
Antigüedad exportadora año 1995	0,106 (0,356)	-0,252 (0,089)
Años de beneficio período 1990-1995	-0,678 (0,000)	-0,294 (0,011)
Productos exportados año 1995	-0,004 (0,689)	0,008 (0,496)
Dummy micro empresa	-0,255 (0,741)	0,843 (0,367)
Dummy empresa pequeña	-0,581 (0,417)	1,218 (0,172)
Dummy empresa intermedio	0,108 (0,857)	1,595 (0,033)
Dummy zona norte	-0,069 (0,889)	0,329 (0,631)
Dummy zona sur	-0,620 (0,253)	-0,995 (0,116)
Observations	4.219	4.219
-2 Log Likelihood	723.75	723.75
R Cuadrado de Cox & Snell	0,027	0,027
R Cuadrado de Nagelkerke	0,119	0,119
R Cuadrado de McFadden	0,107	0,107

\* Nivel de Significancia en paréntesis. Los coeficientes que se reportan son los elementos de la probabilidad de no ser beneficiario (columna 2) y de haber recibido 1 o 2 años FPE. Los coeficientes de la alternativa haber recibido FPE por 3 o más años se suponen iguales a cero por razones de identificación del modelo.

En base a estos parámetros estimados se predice para cada empresa considerada, la probabilidad de caer en cada uno de las tres alternativas.

#### 10.2.1.2.2 Estimación de los beneficios

En primer lugar se presentan los resultados de comparar a los no beneficiarios en relación con los beneficiarios de 1 o 2 años de FPE. El Cuadro N° 68 presenta los promedios y test de medias para la variable cambio en volumen exportado cuando se comparan los no beneficiarios con los beneficiarios de 1 o 2 años de FPE.

**Cuadro N° 68 PROMEDIOS Y TEST DE MEDIAS PARA LA VARIABLE CAMBIO EN VOLUMEN EXPORTADO (EN MILES DE US\$, PROMEDIO POR EMPRESA)**

	<b>Cambio Volumen Exportado</b>
Beneficiarios	680,702 (15.605,16)
Control	206,456 (7.491,31)
Diferencia	474,246
Estadígrafo	0,306
Valor P	0,3594

*Nota:* La columna cambio reporta la diferencia entre el volumen exportado entre 1996-2001 (en promedio) y el año 1995. Se usan 4117 controles y 57 beneficiarios.

El Cuadro N° 69 presenta los resultados de estimación del impacto del FPE sobre el volumen exportado. En él se reportan los resultados sobre esta variable de resultado para 5, 10, 20 y 30 vecinos cercanos. De este cuadro se puede observar un efecto positivo del FPE sobre el volumen exportado pero que no es estadísticamente significativo al 5%. Por ejemplo, usando un número de 10 vecinos cercanos el impacto estimado es de US\$ 495.22 miles, pero con una desviación estándar de US\$ 2.219, por lo cual el impacto no es estadísticamente significativo al 5%. De aquí se concluye que no existe un impacto positivo entre los no beneficiarios y los beneficiarios de 1 o 2 años de FPE.

**Cuadro N° 69 ESTIMACION DEL IMPACTO DEL FPE SOBRE EL VOLUMEN EXPORTADO (EN MILES DE US\$/AÑO)**

<b>Número de Vecinos</b>	<b>Diferencia Volumen Exportado</b>
5	US\$474,67 (2.314,4)
10	US\$495,22 (2.218,5)
20	US\$438,25 (2.134,0)
30	US\$343,07 (2.134,7)
Tamaño Muestra	4.174

\* En paréntesis desviaciones estándar calculadas con la técnica de Bootstrapping.

A continuación se presentan los resultados de comparar a los beneficiarios de 3 y más años de FPE en relación con los beneficiarios de 1 o 2 años de FPE. El Cuadro N° 70 presenta los promedios y test de medias para la variable cambio en volumen exportado cuando se comparan a

estos dos tipos de beneficiarios.

**Cuadro N° 70 PROMEDIOS Y TEST DE MEDIAS PARA LA VARIABLE  
CAMBIO EN VOLUMEN EXPORTADO  
(EN MILES DE US\$, PROMEDIO POR EMPRESA)**

Tipo de beneficiario	Cambio Volumen Exportado
Beneficiarios de 3 o más años de FPE	5.894,33 (15.980,08)
Beneficiarios de 1 o 2 años de FPE	680,70 (15.605,16)
Diferencia	5.213,63
Estadígrafo	3,365
Valor P	0,000

*Nota:* La columna cambio reporta la diferencia entre el volumen exportado entre 1996-2001 (en promedio) y el año 1995. Se usan 45 beneficiarios de 3 y más años y 57 beneficiarios de 1 o 2 años de FPE.

El Cuadro N° 71 presenta los resultados de estimación sobre el volumen exportado para 5, 10, 20 y 30 vecinos cercanos. De este cuadro se puede observar un efecto positivo del FPE sobre el volumen exportado el cual es estadísticamente significativo al 5% para 5, 10 y 30 vecinos cercanos y es estadísticamente significativo al 8% para 20 vecinos cercanos.

**Cuadro N° 71 ESTIMACION DEL IMPACTO DEL FPE SOBRE EL  
VOLUMEN EXPORTADO (EN MILES DE US\$/AÑO)**

Número de Vecinos	Diferencia Volumen Exportado
5	US\$6.330,8 (3.515,20)
10	US\$5.457,0 (3.172,9)
20	US\$4.446,8 (3.079,0)
30	US\$4.658,1 (2.803,7)
Tamaño Muestra	102

▪ En paréntesis desviaciones estándar calculadas con la técnica de Bootstrapping.

### 10.2.1.3 Principales Conclusiones

Se obtuvo un efecto estadísticamente significativo y positivo del FPE sobre el volumen exportado al comparar beneficiarios bis a bis controles. Sin embargo, un análisis del efecto

marginal de cada año de beneficios del FPE indica que no hay diferencias al comparar no beneficiarios con beneficiarios de 1 o 2 años de FPE. La gran diferencia surge al introducir a los beneficiarios de 3 o más años de FPE en donde no tan sólo tienen un impacto positivo y estadísticamente significativo en relación con los de 1 o 2 años de FPE, sino que contribuyen a hacer que los beneficiarios muestren un efecto positivo y estadísticamente significativo sobre el volumen exportado.

**10.3 Anexo análisis de madurez**

## Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.250	.062	.061	15570672.2634

a Predictors: (Constant), MADUREZ 1990-2001 (Último Beneficio), Sector Industria, Tamagno Grande, Region Sur, Dummy Beneficiaria FPE 1996-2001, Nro. de Beneficios FPE antes 1996

## ANOVA

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	93556585144235800	6	15592764190705960	64.314	.000
Residual	1408610299813899000	5810	242445834735610.8		
Total	1502166884958134000	5816			

a Predictors: (Constant), MADUREZ 1990-2001 (Último Beneficio), Sector Industria, Tamagno Grande, Region Sur, Dummy Beneficiaria FPE 1996-2001, Nro. de Beneficios FPE antes 1996

b Dependent Variable: IMPACT

## Coefficients

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	-556252.096	335181.577	Beta	-1.660	.097
Sector Industria	608692.837	428319.757	.019	1.421	.155
Region Sur	1719979.544	595225.068	.038	2.890	.004
Dummy Beneficiaria FPE 1996-2001	-1409849.972	693068.028	-.030	-2.034	.042
Nro. de Beneficios FPE antes 1996	469234.368	106771.709	.064	4.395	.000
Tamagno Grande	-22199128.858	1201368.155	-.242	-18.478	.000
MADUREZ 1990-2001 (Último Beneficio)	-85979.710	121711.936	-.010	-.706	.480

a Dependent Variable: IMPACT

INFORME FINAL

**ESTUDIO ETAPA  
CUALITATIVA**

**“EVALUACIÓN DE  
IMPACTO DEL  
FONDO DE PROMOCIÓN  
DE  
EXPORTACIONES”**

UNIVERSIDAD ALBERTO  
HURTADO

**Mayo 2002**

**INTRODUCCION**

CIDE, Centro de Investigación y Desarrollo de la Educación, entrega el presente informe dentro del marco de una investigación que esta llevando a cabo la Universidad Alberto Hurtado consistente en analizar algunos componentes específicos del Fondo de Promoción de Exportaciones impulsado por ProChile.

Mediante la utilización de la técnica cualitativa de entrevistas focalizadas, se llevó a cabo un estudio que consideró la realización de 10 entrevistas, que comprendió 5 beneficiarios del programa y 5 no beneficiarios cuya selección fue proporcionado por los investigadores principales del estudio.

**I. ANTECEDENTES GENERALES**

Se realizaron entrevistas focalizadas entre los meses de mayo y junio a diferentes empresas.

Las entrevistas fueron contactadas a partir de una base de datos proporcionada por los investigadores a cargo del proyecto. Una vez concertadas las entrevistas se acudió a los lugares de trabajo de cada empresario y se aplicó una pauta de entrevista con preguntas abiertas. Cada entrevista tuvo una duración de aproximadamente 1 hora.

A continuación se entrega la ficha de cada empresario entrevistado, en ella se identifica el nombre, empresa, cargo y si es beneficiario o no.

**FICHA DE ENTREVISTAS**

<b>BENEFICIARIOS</b>		
<b>NOMBRE</b>	<b>EMPRESA</b>	<b>CARGO</b>
Rodolfo Berger	COESAM	Encargado de Exportaciones
Alejandro Meza	ERMEZ	Gerente
Manuel Reyes	Fabrica de Escobillas Industriales	Encargado de Exportaciones
Mauricio Baeza	Geomar	Gerente General
Arturo Millard	GEO SIG	Gerente General

<b>NO BENEFICIARIOS</b>		
<b>NOMBRE</b>	<b>EMPRESA</b>	<b>CARGO</b>
Anibal Garfías	A.J. Ingenieros	Gerente
Jeanette Villanueva	Acuña Hnos.	Encargada de exportaciones
Paulina Brunner	Editorial Patris	Gerente General
Verónica Gatica	Adinca S.A.	Encargada de Contabilidad
Ricardo Schanon	MK Asfalto Moldeables Chile	Encargado de exportaciones

## **II. OBJETIVO DEL ESTUDIO**

Los objetivos y líneas de indagación a desarrollar en esta fase involucran la detección de contenidos, claves y aspectos relevantes de evaluación relacionados con las percepciones de beneficiarios y no beneficiarios, acerca de los resultados y funcionamiento del FPE, y sus distintos programas, con interés por sí mismo y que sirvan de insumo para la elaboración del instrumento a utilizar en la fase cuantitativa que le sigue.

### **III. Objetivos Específicos**

1. Establecer el nivel de conocimiento básico acerca de los programas de promoción de exportaciones en que participaron y en general
2. Determinar el nivel de satisfacción de usuarios de los diferentes programas en que han participado.
3. Determinar el nivel de satisfacción con la política de promoción de exportaciones de la empresa
4. Determinar los elementos espontáneos asociados a evaluación respecto de las diferentes etapas del proceso.
5. Determinar cuáles fueron los elementos más importantes para exportar mejor
6. Describir las percepciones acerca de pertinencia de los costos
7. Caracterizar el Posicionamiento de imagen de ProChile

## **IV. METODOLOGIA Y TECNICA DE INVESTIGACION**

El acercamiento y descripción de la evaluación de las diversas experiencias de exportación, se hizo a través del discurso, aquello que los sujetos dicen o manifiesta los deseos, creencias, experiencias y fines de los entrevistados.

Para recoger este discurso se utilizó la entrevista focalizada. La entrevista focalizada es una conversación cara a cara con el entrevistado donde se desarrollan diversos temas de interés en la que dos personas cooperan en mantener un único centro de atención generalmente por turno (Goffman)

La pauta utilizada es un guión temático que recoge los objetivos de la investigación y focaliza la interacción, donde la pauta esta organizada y estructurada secuencialmente. Se trata de que la persona entrevistada produzca información sobre todos los temas que nos interesan.

Las entrevistas fueron grabadas en una cinta de audio con la finalidad de rescatar la información a cabalidad. Posteriormente se transcribieron cada una de ellas.

## **V. ÁMBITOS TEMÁTICOS EN QUE SE CONSTRUYE EL DISCURSO DE LOS EMPRESARIOS BENEFICIARIOS DEL FPE**

### **1. Conocimiento general sobre el Fondo de Promoción de Exportaciones (FPE)**

A través de una pregunta inicial, dada por el entrevistador se indagó en el grado de conocimiento del FPE.

Primeramente se indagó acerca del nivel de conocimiento del fondo de promoción de exportaciones a nivel general y espontáneo. En un primer ámbito, se percibe el FPE como una ayuda y que siempre es útil al momento de pensar en las exportaciones. El conocimiento asociado al FPE se desarrolla principalmente en el ámbito que les compete de acuerdo a la propia experiencia, no existiendo mayoritariamente un conocimiento más acabado del tema.

"Ayuda con un financiamiento que nunca está demás."<sup>1</sup>

"Es una ayuda, digamos..."

"El fondo para nosotros ha sido un banco, en lugar de haber este fondo de ProChile a lo mejor deberían haber bancos privados que den esta misma función digamos. Porque lo que a nosotros lo único que nos interesa es que nos entreguen dinero para que nosotros podamos financiar a medias digamos, los costos que tienen todos estos viajes, visitas y cosas así"

"Básicamente hay varios fondos que ayudan a la parte exportaciones, es una ayuda"

"Fondo de promoción de exportaciones, no sé si habrá otro, pero el fondo de promoción de exportaciones cuando se abre una o dos veces al año y que se que se cierra con cada año digamos"

" El Fondo no lo ocupamos, no le puedo decir bien de que se trata, excepto hemos visto una sola aplicación"

"No esperamos de ellos otra cosa que nos cooperen en el financiamiento"

"... creo que es ProChile CORFO..."

Respecto del tipo de FPE en que participaron, los entrevistados han tenido diversas experiencias, tanto en la prospección, penetración y mantención.

### **2. Niveles de satisfacción general con el/los proyectos o programas en que han participado.**

En un primer nivel, se puede observar que los entrevistados manifiestan un alto grado de conformidad. En un segundo orden su satisfacción los lleva a considerar que su propia relación con ProChile se mantiene gracias a que se sienten acogidos por esta institución y dejan claramente expuesto sus intenciones de seguir trabajando con ProChile

"Bastante buenos, les pondría un 5.5 en una escala del 1 al 7. "

"Le pondría una nota digamos de seis, por que siempre se puede mejorar"

---

<sup>1</sup> Entre comillas, citas textuales de las entrevistas

“Nosotros hemos tenido siempre una excelente relación... por lo tanto, si no estuviésemos satisfechos con lo que está haciendo ProChile, realmente no estaríamos en tantas cosas marcadas con ellos.”

“La acogida ha sido excelente en verdad, muy buena”

En un segundo nivel, se puede observar que a pesar de manifestar su satisfacción con la experiencia de participar en el FPE, algunos entrevistados tienen reparos frente a ciertos aspectos del FPE. Un primer elemento es que quienes están más ligados a empresas de software o ingeniería, consideran que el FPE necesita modernizarse en aspectos relacionados con esas áreas de exportación. En éste sentido se observa que en varios casos el FPE no está lo suficientemente modernizado de acuerdo a ciertos rubros de la exportación que tiene una complejidad mayor, a modo de ejemplo la exportación de ingeniería en software.

“Creo que también está bastante bien, pero como le decía esta (ProChile) gente tiene que adecuarse a los tiempos de hoy.”

“Ellos, desde el punto de vista técnico, no pueden ayudarnos mucho porque es una materia muy desconocida para ellos”

“Es decir un país que quiere ser un país desarrollado, necesariamente tiene que ir construyendo las bases de profesionales, tecnológica y con Know How propio.”

Un tercer nivel es el grado de satisfacción con la asesoría que el FPE ha prestado a los empresarios en los proyectos que han desarrollado, esta puede ser calificada de positiva, especialmente con los ejecutivos asignados a cada uno de los empresarios y cómo estos se han compenetrado en las materias exportadoras.

“Primero que hemos tenido una muy buena llegada con el ejecutivo que nos ha tocado en ProChile”

“La acogida ha sido excelente en verdad, muy buena”

“Una persona extremadamente ejecutiva, muy llano a colaborar con nosotros, a hacernos fácil el trabajo administrativo, a orientarnos en términos estratégicos y creo que hay una buena disposición de parte de él. Yo la veo, la entidad a través de él. Ya en ese sentido son muy buenos”

## **2.1. CALIFICACIÓN DE LA INSTITUCIÓN PATROCINANTE / FINANCIANTE FPE**

Existe una calificación positiva tanto de FPE como de ProChile, la que se expresa en que esta institución es necesaria para promover las exportaciones de quienes no han tenido forma de hacerlo, y por otra parte, es una ayuda a quienes ya exportaban con anterioridad a poder planificar mejor. En éste sentido, una apreciación general es que la institución patrocinante ayuda a ordenar los recursos y da nuevas oportunidades de negocios a quienes no han tenido los recursos ni oportunidades de exportar.

“Bueno, creo que es una forma de ordenar los como se llama, los recursos”

“Esfuerzo que hace la gente de ProChile y que logran tener clientes como nosotros y que al final van a salir exportando algo”

"Hay que pensar que habían otras empresas que no lo habían hecho y no lo podían hacer con recursos propios, hoy día probablemente estén haciendo un esfuerzo grande, colocando un porcentaje determinado el programa y el resto lo coloca ProChile, yo creo que es una labor muy significativa el aporte"

"Yo lo califico de muy bueno (FPE), , que países pobres como nosotros puedan tener la opción de disponer de estos fondos para gente que los pueda aprovechar"

Quienes no están del todo satisfechos, plantean que el FPE tuviese la precisión de clasificar las diferentes áreas de servicios que hoy en día producto de la globalización se están desarrollando, esta opinión es compartida por varios empresarios. So observa que a juicio de los entrevistados, existe un bajo o casi nulo interés en la industria tecnológica, .

"nos gustaría que el fondo de promoción de exportaciones fuera mucho mas dirigido, mucho mas canalizado, que estuviera especialmente canalizado y que tuviera algunos niveles de importancia" (empresa de software)

"Ellos (FPE), desde el punto de vista técnico, no pueden ayudarnos mucho porque es una materia muy desconocida para ellos" (empresa de software)

"nosotros quisiéramos tener, quisiéramos que el fondo de promociones, creyera en la industria tecnológica"

## **2.2 Elementos espontáneos asociados a evaluación**

### **2.2.1. Proceso de postulación**

En un primer nivel de asociación relacionado con la postulación a los programas, se puede destacar que éste no ha sido del todo claro ni preciso al momento de postular. Este proceso, según el relato de los participantes se realiza mediante un software que entrega todos los elementos básicos y bases técnicas que deben cumplir los postulantes, sin embargo, este proceso se ha visto empañado debido a deficiencias técnicas, específicamente computacionales que hizo engorroso este proceso.

"El sistema computacional el año pasado fue bastante más desastroso en cuanto a la parte práctica de la postulación misma"

"Hubo gente que incluso que tuvo que llegar a ProChile mismo con el software y los diskettes o los CD cargados y prácticamente allá mismo mostrarle a las personas lo que tenían hecho para poder salvar la información y poder postular"

En un segundo nivel, ya no tan relacionado con la dinámica computacional, otras expresiones de malestar surgieron en los diferentes discursos, estos se dieron específicamente por que las bases no son lo suficientemente claras, es más, algunas personas manifestaron que ProChile tampoco tenía claridad en algunos aspectos relacionados con la postulación

"Obviamente es un proceso complicado por lo que pude captar de la gente que lo hizo. La gente que lo llenó llamaba a ProChile y ni ellos mismos sabían como proceder a ciertas respuestas, es bastante engorroso"

"Me tocó estar en una reunión en la cual se explicaba un poco el funcionamiento del paquete o el software"

"Se de fuentes externas otros empresarios que fue horroroso, incluso gente que creo no pudo presentar finalmente los proyectos."

Un tercer nivel de beneficiarios que participaron en el programa, manifestó que no hubo problemas en la postulación, que se encuentran satisfechos con el proceso, y que de alguna forma éste tipo de iniciativas los ayuda a ordenarse y clarificar el negocio

"creo que el concepto detrás de la postulación es muy positivo, o sea, creo que obliga a pensar primero que, cuánto me va acostar, y cuáles son los beneficios que voy a obtener".

"En realidad es bastante normal, la verdad es que no requiere un grado mayor de conocimiento, no es muy complejo poder acceder a este tipo de fondos"

### **2.2.2. DESARROLLO Y RESULTADOS DEL PROGRAMA**

Respecto de la experiencia de las empresas en la implementación del programa y su desarrollo, en general están satisfechas con el apoyo que el FPE ha brindado en sus respectivas áreas. Los niveles de satisfacción pasan en un primer nivel por que consideran que a pesar de las crisis económicas de los países a los cuáles exportan, el apoyo del Fondo es fundamental para su éxito. Otro elemento a destacar es el acompañamiento de ProChile a sus negocios es óptimo.

"Nosotros muy bien, vamos a tener un éxito creo más grande, a pesar de los tiempos extraordinariamente difíciles... creo yo que va a ser un programa exitoso"

"llevan un seguimiento, el ejecutivo que nos corresponde a nosotros, se nota que está muy encima del proyecto, lo está persiguiendo en forma muy oportuna"

"estamos bien contentos en el sentido de que el programa se ha podido desarrollar y los resultados han sido buenos para nosotros como empresa"

Un segundo nivel presenta cierta insatisfacción que más allá de la asesoría y apoyo que el fondo proporciona, se relaciona primeramente con el financiamiento ya que se considera que éste es insuficiente frente a lo que los empresarios aspiran. Respecto de éste punto, se puede mencionar que algunas empresas expresan que su desempeño individual, independientemente del fondo, han sido capaces de operar autónomamente.

"Yo creo que los proyectos han sido positivos, han sido buenos, pero han sido insuficientes"

"yo de ProChile tengo una representación bastante baja, la empresa nuestra ha sido ha sido básicamente autónoma, el esfuerzo nuestro ha sido muy importante producto que los socios de esta compañía"

"nosotros hacemos nuestra misión, después presentamos todos los fondos a ProChile, y al poco tiempo, recibimos el reembolso del aporte de ProChile."

En cuanto a la evaluación de resultados, es muy positiva en cuanto a que los empresarios se sienten apoyados y que existe un trabajo en conjunto con el desarrollo de los proyectos.

"Nosotros hemos logrado desarrollar nuevos elementos de promoción de exportaciones, todas son cosas que pertenecen al programa y que hemos ido trabajándolas muy bien"

"Yo creo que estamos bien contentos en el sentido de que el programa se ha podido desarrollar y los resultados han sido además han sido buenos para nosotros como empresa. Si han sido buenos los resultados"

Un segundo aspecto relacionado con la evaluación de resultados, es que algunos empresarios consideran que ProChile los ha apoyado principalmente en el aspecto de financiamiento. Este punto es de gran importancia en la medida que se relaciona con aspectos anteriormente mencionados, y es que el apoyo que sienten los empresarios pasa específicamente por el financiamiento y nada más

"Básicamente el apoyo que nos ha entregado ProChile a nosotros es el financiamiento de algunas actividades que nosotros hemos propuesto"

"Nuestro interés muy fuerte el que nosotros invirtamos también nuestros recursos, y en tal sentido yo creo que hemos tenido resultados bastante buenos".

### 2.2.3. DIFUSIÓN Y ACCESO AL PROGRAMA

Respecto de la difusión del programa, en general se observa que los empresarios tienen un bajo o nulo conocimiento de los programas o proyectos que impulsa ProChile. La forma de enterarse de los diferentes postulaciones pasa en primer lugar por una actitud proactiva de la empresa frente a las postulaciones, o sea, llamar a ProChile para enterarse de los procesos. En segundo lugar, la fuente de información se basa en contactos informales con otras empresas.

"No, yo no conozco de difusión del programa, no sé no sé quién haya difundido, no sé. Entiendo que tengo como un relacionamiento de nuestra empresa con ProChile y nadie más sabe de esto"

"Yo no sabía que había difusión de esto, uno tiene que estar llamando a ProChile y lo hace por interés propio, porque de repente uno sabe que hay una feria y entonces llama a ProChile. No hay mucha difusión de esto"

"En general es la información que uno recoge de otras empresas o porque está asociado a determinadas entidades como SOFOFA, ASEXMA, O lo conoce a través de CORFO ya, pero particularmente a través de personas de ProChile conocidas en forma indirecta digamos, supimos que estaban estos fondos".

"No se me ha invitado a otra cosa que sea paralela ni complementaria al tema que estoy tocando".

"ProChile a veces manda información de que hay alguna feria pero no siempre, hay que andar

averiguando, le falta un poquito difusión.”

En un segundo nivel, hay empresarios que consideran su actividad como muy específica y especializada, por lo tanto no esperan que ProChile les brinde mayor especificidad en cuanto a la difusión de ciertos programas, por lo tanto, ellos tienen una actitud muy proactiva en este sentido, ellos siempre están atentos a las oportunidades que puedan encontrar en los programas o proyectos que se impulsan.

“Somos una empresa altamente especializada, la difusión para nosotros es bastante transparente, porque nosotros siempre estamos detrás y estamos muy alertas para poder buscar una alternativa de cómo financiar nuestros proyectos”

“Nosotros vivimos de hacer propuestas, y por lo tanto, hacer un programa o contestar unas bases, es para nosotros, a pesar de todas las problemas que puedan tener las bases, nosotros vamos a lograr entender perfectamente lo que quiere el mandante”

El acceso a los programas del FPE en general no presenta mayor dificultad para los empresarios, éste es considerado primeramente como un trámite burocrático donde cualquiera puede acceder. Sin embargo, éste punto se relaciona con la difusión en cuanto a que ProChile no es pro activo en este sentido, además se menciona que hubo problemas computacionales en el proceso de postulación y acceso al FPE.

“Bueno, el acceso no tiene mayor problema, es bastante simple”

“Fácil, muy fácil. O sea, uno tiene que ir, pagar diez mil pesos, le entregan una carpeta”

“Yo creo que en ese sentido fue quizá un poco de coincidencia haberlo sabido, no porque tuviéramos una información directa de ProChile a nosotros

“En esta oportunidad yo lo encontré desastroso, más que desastroso, sí, ...”

#### **2.2.4. CALIDAD Y CLARIDAD DEL PROGRAMA**

En términos generales, las bases son claras e indican cada proceso que deben efectuar, elemento de gran importancia ya que se hace muy expedito el proceso de postulación. En éste punto hay que resaltar que los beneficiarios tienen experiencia previa en fondos concursables, por lo tanto, el postular a este fondo no implicó mayor dificultad. En segundo lugar, la experiencia de cada empresa y las competencias son dos factores que facilitan los procesos, especialmente si hay ingenieros dentro de los equipos que arman las propuestas.

Un tercer punto que puede ser asociado a lo anterior, es que si las bases están claras y definen los procesos, es que estas pueden ser interpretadas como bases de buena calidad, ya que de no ser así, los beneficiarios se hubiesen manifestado en forma negativa frente a este punto.

“Normalmente están claras digamos, a lo mejor se da una condición muy favorable para nuestra empresa, que de hecho siempre ha estado metida”

“Muy claras, no hay problemas. Lo que pasa es que es que... en el caso de esta empresa o de este tipo de empresa no ofrece ni un tipo de inconveniente, porque esta es una empresa de ingeniería”

"Las bases son bastante lógicas, están bien expresadas, creo que son absolutamente claras, está especificado claramente las responsabilidades, la forma en que debe operar todo el funcionamiento de este convenio, las actividades, los responsables, los tiempos, plazos, garantía".

"Porque esta es un empresa de ingeniería, entonces y todos los que habemos son ingenieros, en consecuencia, los ingenieros están acostumbrados a leer bases y contestar bases".

### **3. NUEVOS CONOCIMIENTOS A PARTIR DE LA PARTICIPACIÓN EN EL PROGRAMA**

Respecto de la adquisición de nuevos conocimientos a partir de la participación en el FPE, los beneficiarios manifiestan que no han adquirido nuevos conocimientos, específicamente por que antes de participar en el fondo, ya estaban exportando lo que implica que tienen bastante experiencia en esta materia.

"Desde que esta empresa se formó, o sea toda nuestra orientación es a exportación. Por lo tanto, el hecho que ahora estemos o no participando en estos fondos concursables de ProChile, en realidad no aporta mucho haber."

"No porque nosotros en el mercado de las exportaciones ya llevamos cuatro ó cinco años. Nosotros no hemos aprendido cosas nuevas".

"No, yo diría que como experiencia exportadora, quizá bueno, es algo como distinto, no en la gestión".

#### **3.1. Aprendizajes de nuevas técnicas empresariales a partir de la participación en el programa**

Un primer nivel de análisis esta centrado en que los empresarios en términos generales, el programa no les ha aportado nuevas técnicas empresariales, por un lado, esto se explica en el punto anterior, tienen experiencia exportadora y no han experimentado mayores cambios.

Nuestro gerente comercial es un excelente vendedor, ya tiene la experiencia de viajar, ir a un lugar donde no conoce prácticamente a nadie, empezar a tomar los contactos pero, sin conocer a nadie, tomar contacto con las empresas

No, yo creo que en el caso de las exportaciones no nos han aportado, en ese sentido el adquirir nuevas formas, nuevas estrategias, o nuevas técnicas que utilizar

Un segundo nivel, esta referido a que el fondo es concebido por algunos empresarios como un banco, del cual el principal producto que les ofrece es el aporte en dinero pero no nuevas técnicas de exportación. Por lo tanto, es altamente valorado el hecho de que ProChile otorgue apoyo monetario, sin embargo, se observa que manifiestan un claro interés porque ProChile les entregue mayores elementos y mejores herramientas en su quehacer

El fondo para nosotros ha sido un banco, en lugar de haber este fondo de ProChile a lo mejor deberían haber bancos privados que den esta misma función digamos. Porque lo que a nosotros lo único que nos interesa es que nos entreguen dinero para que nosotros podamos financiar a medias

El empuje inicial para nosotros fue fundamental, y por eso es que sin duda es que nosotros estamos muy agradecidos, con este empuje inicial, pero ahora necesitamos más que un empuje inicial

Un tercer nivel que se puede observar, está dado porque los empresarios valoran el hecho de poder exportar y conocer nuevas culturas, elementos que los llevan a planificar de mejor ya que cada cultura tiene su propio ritmo y hay que conocer las idiosincrasias antes de realizar cualquier acción comercial.

"No sé, creo que cada mercado es distinto primera cosa, o sea el que diga que todos los mercados son iguales, quiere decir que nunca ha exportado nada"

"(El empresario) , tiene que hacer un buen análisis de cada uno de los mercados donde pretende exportar... hay una idiosincrasia en cada uno de esos países absolutamente diferente a la nuestra"

### **3.2. NUEVOS CONTACTOS**

En un primer nivel los beneficiarios del programa reconocen haber generado nuevos contactos a partir de la gestión de los agregados comerciales y las embajadas de aquellos países donde realizaron actividades comerciales.

"Ahí muchas veces ProChile ayuda mucho, no con estos proyectos, sino con los agregados comerciales de ProChile, sobre todo los que son chilenos viviendo afuera"

"Sí, hemos tenido muy buena experiencia, tenemos una buena percepción de cómo la embajada, en aquellas cosas en las que participamos, nos ayudó, en misiones comerciales y tuvimos el apoyo de las embajadas importante, de los agregados comerciales"

"Ellos (ProChile) nos han ayudado sin duda, en muchos casos a realizar los contactos comerciales de aquellas compañías en la cual estaban dentro de nuestro portafolio de posibles clientes"

En un segundo nivel, las empresas consideran que los contactos que puede generar ProChile, es de gran importancia porque se sienten representados y avalados por Chile, lo que les genera seguridad y se sienten respaldados.

"El agregado comercial tiene peso, el agregado comercial representa a nuestro país, por lo tanto tiene el apoyo de la embajada".

"Cuando un agente de ProChile en el exterior llama a las autoridades de los países con que tratamos se solucionan muchos tramites que aparecen cuando no tenemos esta ayuda"

"El hecho que uno vaya con un patrocinio oficial digamos, no es cierto, a los distribuidores les da bastante más seriedad"

### 3.3. CAMBIOS EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL

En términos generales, las empresas no reconocen cambios en la gestión empresarial por el hecho de participar en el fondo. Este aspecto es relevante en la medida que reconocen que ya tienen una experiencia adquirida y que el cómo hacer las cosas es un elemento muy particular y propio que responde a cada ámbito comercial.

"No yo diría que no, esta empresa partió con vocación exportadora y ha quedado con vocación exportadora."

"No, ya veníamos con esta mentalidad de la globalización y la necesidad de lo estratégico que es para una empresa como esta., el hecho de salir al mercado externo es una cosa que está asumida"

"La gestión empresarial nuestra ha sido siempre propiedad nuestra, es decir, nuestro esquema de negocio, nuestro sistema de trabajo, de cómo hacemos el know how en nuestro negocio, siempre ha sido nuestra".

### 4. Percepción sobre la pertinencia para la empresa de los programas de promoción de exportaciones

En un primer nivel, los empresarios están satisfechos con la división de costos que les otorga el FPE, consideran que son razonables los presupuestos otorgados, ya que si tienen experiencia en exportar, y el negocio se ha desarrollado independientemente de los fondos, los montos asignados son concebidos casi en términos de ganancia.

"Casi todos los productos que nos han aprobado, ha tenido un co-financiamiento 50 y 50. Por lo tanto si yo estoy satisfecho y sigo participando en los proyecto, quiere decir que para mí, ese 50% es rentable"

"Yo creo que es el aporte que se requiere y nos brindan, es el que nosotros pedimos, que es razonable, creo que nosotros estamos en capacidad de financiarlo bien, a ver bueno en términos de costo yo creo que ha sido algo razonable"

En un segundo nivel, hay empresarios que se encuentran disconformes con los fondos asignados, especialmente las empresas ligadas a la tecnología. Por una parte, consideran que el fondo no valora aspectos relacionados recursos humanos y recursos materiales (masa crítica). Además consideran que no se tiene la suficiente confianza en ellos, por parte de ProChile, especialmente en las empresas que exportan tecnología.

"Si vamos a ir a hacer un negocio de exportaciones no estén todas las partidas que van a estar involucradas en ese negocio de exportación. Ahí hay tiempo, hay profesionales, hay consultores, hay bienes materiales, hay uso de equipo, hay un montón de cosas. Todas esas cosas no se valoran no están metidas dentro de del financiamiento"

"el financiamiento es absolutamente insuficiente, no da para financiar, ni si quiera una parte de todas las actividades que produce esta compañía. Nosotros realizamos actividades, tenemos masa, y no es flexible."  
"

"(Los fondos) son muy pobres del punto vista de los recursos, lo que disponen, es decir, nosotros

quisiéramos tener, quisiéramos que el fondo de promociones, creyera en la industria tecnológica”

Un tercer nivel esta relacionado con la disconformidad de la distribución de costos, ya que en muchos casos, ProChile rebajó ítems de presupuesto que perjudicaron a los empresarios

“Nosotros estamos invirtiendo mucho más en partidas que no están en el contrato”

“Fuimos rebajados, en varios ítems. Justamente ahora tenemos que hacerle una revisión de cuentas a ProChile y nos vimos bien recortados”

“Sí, yo diría que para este proyecto sí, lo hemos acotado de esa manera. Y creo que incluso en el futuro, creo que aumentemos los valores”

Un cuarto nivel esta relacionado con las diferencias significativas de los costos estimados y los empresarios puntualizan que el fondo condiciona demasiado los costos a financiar y frente a quedarse sin financiamiento, se resignan a los que se les puede proporcionar

“Porque hay restricciones, , pero el fondo financia esto, pero no financia esto, uno si uno quiere acceder al fondo, mejor quedarse con algo de financiamiento en las partidas que se pueda, que quedarse sin nada, inclusive.”

“Sí, en el programa nuestro hubo diferencias significativas, la rebaja de presupuesto.”

#### **4.1. FLEXIBILIDAD DEL PROGRAMA PARA AJUSTAR COSTOS**

En términos generales, se considera que el FPE es poco flexible, específicamente en el ítem de costos, ya que existen muchas actividades asociadas a relaciones comerciales que no son consideradas por el fondo, como por ejemplo el lobby. En este contexto, se propone que el fondo tenga una mentalidad más relacionada con el ámbito privado, que su funcionamiento este mayormente asociado a las prácticas empresariales que a las prácticas proveniente del Estado.

“Yo pienso que podría haber una flexibilización con ProChile de aumentar unos ítems y bajar otros, hay que conversarlos”

“Es un poco rígido, a veces uno gasta tiene que gastar más, es una cosa que normalmente cubre poco ProChile, y que gran parte de las actividades, sobre todo de prospección, las relaciones sociales.”

“Si es poco flexible, si a mí me tocara diseñar un fondo, yo lo haría distinto. Yo le daría una connotación privada mucho más marcada, de incentivos para los todos los que vamos a estar en un armado de un negocio”

“Tal vez si se designara una cantidad global de platas, pudiera ser administrativamente, más fácil de controlar para ProChile, y para uno, tal vez, más fácil de administrar”

“ProChile tiene que sufrir una un cambio importante, se tiene que acercar a los privados, y los privados tienen que ser los analistas que trabajan también en ProChile”

## **5. POSICIONAMIENTO DE IMAGEN**

En un primer nivel, los empresarios reconocen que el haber participado en el proyecto, benefició a la empresa en primer lugar por ir avalado por ProChile, consideran que esta institución da respaldo a empresas con proyecciones comerciales y que son reconocidas por el estado chileno

“A mí me está avalando ProChile, se supone que ProChile no avala a cualquier empresa”

“El hecho que uno vaya con un patrocinio oficial digamos, no es cierto, a los distribuidores les da bastante más seriedad”

“Ahora, en muchos casos, por lo menos, como política nuestra, hacemos participar a los agregados comerciales digamos de ProChile en alguna de las reuniones.”

Chile es un país poco conocido, sin embargo ProChile a logrado dar la imagen de un país estable y eso ayuda mucho.

Un segundo nivel es que los empresarios reconocen que Chile cuenta con una muy buena imagen y posicionamiento en el ámbito comercial, eso ha colaborado y facilitado las relaciones comerciales que han emprendido en mercados externos. Además, y debido a este posicionamiento, los profesionales chilenos cuentan con credibilidad.

“Chile tiene hoy en día un posicionamiento como país muy importante, muy aventajado, comparativamente hablando en cualquier actividad de negocio”

Un tercer nivel esta relacionado con la idea de que las empresas chilenas gozan de un prestigio asociado a la responsabilidad en los compromisos que adquiere, este elemento, de acuerdo a los empresarios, es altamente valorado al momento de hacer negocios.

“cuando se sientan a la mesa con nosotros, a trabajar con la empresa chilena, ellos ciertamente entienden de que están con una con gente seria”

“porque al momento de hacer negocios afuera la seriedad, la forma de hacer negocios, un país que cumple, que está acostumbrado a cumplir con sus obligaciones. Eso es importante, yo creo que eso nos ha ayudado a la imagen de Chile como país”

Un cuarto nivel esta relacionado con el impacto en la imagen del país en el exterior de las actividades que realizan los empresarios. En éste punto, las misiones empresariales son la punta de lanza de los empresarios, en esas ocasiones tienen la oportunidad de mostrar sus productos y de representar a Chile con ellos. Ellos se sienten representantes de Chile a través de lo que exportan y eso lo consideran altamente positivo para la imagen país en el exterior.

“Pero el hecho que la primera dama regale nuestros productos en Japón, es un poquito ayuda a la imagen-país exportador de Chile”

“nosotros somos chilenos, y donde aparecemos se nos identifica como los chilenos, nosotros somos responsables del desarrollo de todos los sistemas inteligentes de la empresa forestal, y somos una

empresa chilena que le ganó un concurso a empresas canadienses, norteamericanas, europeas, etc”.

“No es el Estado el que está mandando los productos, dando la buena atención, somos las empresas y en eso hoy día somos nosotros los obligados a mantener a nuestro país como un buen socio”.

## Conclusiones

- En términos de conocimiento del FPE, no se conoce el fondo, no hay conocimiento en cuanto a operación, bases, estructura del mismo.
- En cuanto a su nivel de satisfacción, éste es alto tanto con ProChile y el FPE, especialmente porque confía en los empresarios y sus propuestas de negocio. Las empresas que se desarrollan en el ámbito tecnológico, son las más disconformes con el FPE debido a que éste no está involucrado con la alta tecnología, por lo tanto, desearían que ProChile se modernizara en éste aspecto, especialmente que adoptara prácticas empresariales (sector privado) más que prácticas provenientes del Estado.
- Respecto de la calificación del FPE, esta es buena por parte de los empresarios que recién están empezando a exportar, ya que cuentan con apoyo financiero, y ayuda en la planificación de la empresa, ya sea para prospección, ingreso y/o permanencia en mercados.
- En cuanto al proceso de postulación al programa, en general, los procesos son engorrosos, especialmente por deficiencias en el sistema computacional, ya que éste no operó como se esperaba. Otro elemento de disconformidad, esta en que las bases son consideradas poco claras.
- Respecto de la difusión del programa, ésta es calificada como insuficiente, los canales de difusión no funcionan, y los mecanismos para encontrar información acerca del programa están dados por terceros. Las empresas relacionadas con tecnología o con productos considerados de punta, son más proactivas en la búsqueda de financiamiento para sus proyectos.
- El acceso a los programas no es problema para los empresarios, ya que es parte de su práctica habitual el participar en fondos concursables. Lo mismo sucede con la claridad y la calidad de las bases, estas no son de gran complejidad, y por éste mismo hecho, pueden ser consideradas de calidad respecto de lo que están ofertando.
- En cuanto a las prácticas empresariales éstas no cambiaron debido a la participación de las empresas en el FPE. Los beneficiarios ya tienen experiencia en exportación y no adquirieron mayores destrezas. En este contexto, el fondo funciona solamente como un banco que otorga créditos y nada más.
- En el ámbito de las inversiones compartidas con ProChile, existe conformidad en términos generales, sin embargo, como ya tienen experiencia exportadora y capitales invertidos, los fondos que les pueden asignar son considerados como ganancias. Las principales disconformidades están dadas por la poca flexibilidad en los ítems de asignación de recursos.
- En cuanto al posicionamiento e imagen, Chile cuenta con una imagen de país privilegiada, elemento que genera gran confianza y apoyo al momento de generar negocios. Respecto de ProChile, la gestión de éste organismo es muy bien evaluada, lo que implica que es un agente facilitador al momento de generar relaciones comerciales.



## ÁMBITOS TEMÁTICOS EN QUE SE CONSTRUYE EL DISCURSO DE LOS EMPRESARIOS NO BENEFICIARIOS DEL FPE

### 1. Conocimiento general sobre el Fondo de Promoción de Exportaciones (FPE)

Los ejecutivos encargados de las exportaciones de sus empresas que no han sido beneficiados por el Fondo de promoción de Exportaciones manifiestan, en términos generales, lo que es para ellos este fondo público.

Los testimonios de los empresarios no beneficiarios evidencian un nivel bastante incompleto o nulo de conocimiento del Fondo de Promoción de Exportaciones. En los tres primeros casos, se advierte una noción vaga de lo que es ProChile y manifiestan durante la entrevista un escaso interés por recibir mayor información. En cuanto a los dos últimos, reconocen que carecen de toda información sobre el (FPE), no obstante se muestran interesados por recibir la información concerniente a dicho fondo.

"He sabido y escuchado por gente externa al Fondo que ha participado en concursos y que, según ganan o no ganan, cuentan con auspicio de ProChile que les financia la mitad de las cosas que ellos están proponiendo..."

"ProChile yo sé que está como enfocado a todo lo que es el apoyo al exportador, pero realmente nosotros no los ocupamos (...) yo pienso que ellos te entregan antecedentes de las ferias internacionales, que tú en el extranjero puedas obtener apoyo donde tú viajas, eso yo creo que es..."

"ProChile lo veo por lo que me llega en los mails, que hay un seminario de tanto, que va a haber una reunión, que vienen los empresarios argentinos, para mí eso es ProChile".

"No [tenemos conocimiento], pero nos interesa fijese conocerlos (...) tenemos por lo menos intenciones de abrirnos a las exportaciones, nos interesa conocer cualquier mecanismo que nos ayude, nos facilite el camino".

"Yo sé que ProChile, al parecer, fomenta las exportaciones, pero la verdad es que no sé exactamente. No he trabajado nunca con ProChile (...) que manden información sobre ProChile para ver cuales son los programas".

El siguiente testimonio posee la ventaja de resumir los principales medios por los cuales llega la información sobre ProChile a los empresarios entrevistados no beneficiarios, a saber, por correo electrónico o por la página web de ProChile, por la comunicación de colegas, por otras instituciones o por amigos que han tenido alguna relación con dicha institución. Asimismo, esta opinión expone una posición valorativa frente a lo que en particular es ProChile y en general las fuentes de financiamiento provenientes de fondos públicos, lo que en definitiva disipa el interés por participar y hace de este organismo una institución poco confiable con "... la imagen de que todo es medio truculento... ". Sumado a esto el siguiente testimonio nos enseña que se considera que los productos y actividades de esta empresa son demasiado distintos para tener cabida dentro de un plan de fomento que considera en apariencia a las exportaciones más tradicionales. Apreciación que como veremos más adelante resulta bastante común en este grupo de empresarios.

"... no hemos concursado, pero yo creo que no por falta de información sino que porque no hemos averiguado bien, porque a nosotros nos llega la información a través de la Cámara del Libro y esta nos informa lo que está haciendo ProChile. También me llegan a mí e-mails de ProChile directamente a participar en, por ejemplo, un viaje de negocios a Bolivia (...) pero, yo la verdad es que veo tan lejano y veo tan difícil acceder a algunas de las cosas del Gobierno, como la imagen de que todo es medio truculento que no entro mucho. Además como las giras son de negocios y nuestros productos son libros,

libros que apuntan más bien al desarrollo personal de la persona, entonces no sé si cabe dentro de una gira comercial donde van a hablar de zapatos, de pescados... ”

La dicotomización espontánea que realiza la mayoría de los empresarios entrevistados no beneficiarios entre exportaciones tradicionales y no tradicionales, así como la subsiguiente correlación a priori establecida entre exportaciones tradicionales apoyadas por ProChile y exportaciones no tradicionales no aptas para cumplir con los requisitos necesarios para ser apoyadas, constituye un factor relevante para automarginarse y de esta forma no acceder a la información apropiada referente al FPE.

“Es que este es un caso muy especial... ”

“Lo que pasa es que el mercado nuestro es distinto, o sea yo vendo torres y para poder venderlas tengo que instalarlas, no como una empresa que quiera vender un producto, salmón por ejemplo, usted coloca el salmón allá afuera y hay distribuidores que los colocan en los supermercados, el caso nuestro es especial”.

## **2. SATISFACCIÓN CON LA POLÍTICA DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES DE LA EMPRESA**

Al grupo de empresarios entrevistados se les interrogó sobre el grado de satisfacción general con las políticas de promoción de exportaciones que sus propias empresas han llevado adelante en forma individual. Al iniciar el diálogo sobre este tema aparecieron significativas confusiones semánticas con el término “política” empleado por el entrevistador para referirse a las gestiones exportadoras tomadas por la empresa. De manera que, en el caso de realizarse un cuestionario, se recomienda sustituir este término por otro para indagar la satisfacción con la gestión exportadora de la empresa.

“¿Las políticas o los procedimientos? (...) yo creo que todo es mejorable”.

“Claro, se supone que la empresa tiene normas a seguir y obviamente son las que se imponen y por ende tenemos que estar satisfechos con lo que se hace. No sé la verdad, es que no entiendo bien”.

Como se aprecia en la última cita la confusión conduce a una respuesta tautológica, que finalmente se aclara cuando se pregunta concretamente sobre lo que los entrevistados consideran que son algunas de las carencias de sus políticas o gestiones empresariales de promoción de exportaciones, he aquí algunas de sus respuestas.

“De todas maneras se necesita mostrarnos un poco más afuera, eso es un hecho”.

“Yo feliz de tener una mayor promoción pero tampoco me atrevo a estar mandando libros a libreros ajenos a nuestro círculo porque yo he sabido de otras editoriales que no tienen representación afuera y que se han quedado clavadas, que no les han pagado nunca. Si yo me aseguraré que tengo alguien del consulado o de la embajada allá para poder ayudarme en esa parte (...) si tuviésemos la posibilidad de alguien que estuviese viajando de vez en cuando reportando por varias librerías (...) yo estaría feliz, pero si no entonces no me atrevo”.

Se reconoce la falta de promoción de la gestión exportadora de la empresa, no obstante esto se justifica con la mayor inseguridad que implican los negocios en el extranjero, de ahí que se solicite especialmente

la asistencia de personal capacitado en los lugares de destino de las exportaciones que garantice la seguridad del comercio exterior. Carencia que a significado la restricción de las exportaciones para un parte de los empresarios entrevistados. .

"Lo que pasa es que Juan Carlos [el propietario de la empresa] no tiene mucho interés en seguir exportando, ese es el problema, porque tuvimos muchos problemas también con los clientes en el extranjero, en Estados Unidos nos quedaron debiendo plata, los españoles también que son muy frescos... "

Por otra parte, es preciso considerar que cuando se habló sobre la política de promoción de exportaciones de las empresas el concepto promoción se interpretó por algunos entrevistados en un sentido más próximo al de publicidad.

"No me atrevería hacer una gran publicidad en el extranjero si no tengo la forma de estar mandando las cosas".

"En cuanto a la publicidad de la empresa, si hay que contestar si estamos satisfechos, entonces no... "

En cuanto a la percepción de las insuficiencias de la política de promoción de exportaciones de las empresas, las opiniones fluctúan desde aquellas que reconocen que la mayor insuficiencia radica en la administración interna de la propia empresa hasta quienes atribuyen la principal limitante a la ausencia de apoyo gubernamental para el fomento de sus exportaciones. Es de destacar que los casos que admiten claramente que el principal factor limitante del desarrollo exportador de la empresa es interno ya han tenido alguna experiencia en tratar con ProChile, en cambio los casos que señalan como principal obstáculo la falta de apoyo gubernamental y de financiamiento constituyen empresas que poco o nada saben de ProChile.

"Esta empresa pertenece a una persona que es gerente de otra empresa la cual le quita mucho tiempo (...) no hemos tenido el tiempo ni el personal como para que se haga cargo de dar a conocer y vender afuera".

"Aquí no hay nadie capacitada para trabajar en la parte exportaciones (...) yo nunca me capacité (...) falta como una persona que esté abocada a ese tema (...) se pierden hartas cosas porque a Juan Carlos no le gusta complicarse la vida pero es un problema del dueño... "

"Le falta capital. Pasa mucho por tener el capital para hacer una buena campaña de exportaciones y yo no lo tengo".

"... nos ha faltado por ejemplo claridad o a lo mejor haber ofrecido un apoyo adicional de financiamiento (...) instalarse allá tiene una serie de implicancias, son inversiones adicionales y todo lo demás (...) si hubiera claridad respecto a organismos gubernamentales chilenos que apoyen ese asunto, con rebajas de impuestos y cosas de ese tipo, uno se atrevería a usar esos recursos que están disponibles para eso... "

### **3. Elementos asociados a los programas de promoción de exportaciones organizados por ProChile**

En un primer momento a los empresarios no beneficiarios se les interrogó sobre la etapa de difusión de los programas de ProChile. Un poco más de la mitad de los entrevistados han recibido información directamente de ProChile a través mayoritariamente del correo electrónico y en general evalúan esta etapa de manera favorable. Admiten que su falta de participación en los programas se debe primordialmente a su desinterés que –como veremos más adelante– es posible atribuirlo en parte a la

desconfianza que les inspiran en general las instituciones gubernamentales. En dos casos de los cinco empresarios entrevistados no habían recibido ninguna información, sin embargo demostraron una disposición favorable para enterarse sobre los programas organizados por ProChile.

“La etapa de ProChile es buena, porque la información a la empresa llega. Ahora que nosotros no la tomemos (es otra cosa), pero ProChile siempre está enviando información, por lo menos a mi correo están llegando todo el tiempo seminarios, cursos y cosas. Así que en cuanto a ProChile es bueno”.

“Bien [la evaluó], siempre por correo electrónico me llega toda la información pero yo como te digo la elimino. Me llegan, veo de qué se trata, siempre son misiones...”

“Yo por recibir información no me he quedado, me la mandan por e-mail y la Cámara me la envía por fax (...) yo miro y leo los e-mails pero no me inscribo...”

“No hemos probado ninguno (...) y somos una de las personas que estamos interesados (...) ¿cual es la propuesta del fondo de promoción... ?”

“No conozco los programas. Yo sabía que ProChile cuando uno quería ir abrir un mercado afuera se contactaba con ProChile (...) pero la verdad es que no estoy muy al tanto”.

A medida que la indagación se profundiza sobre el conocimiento de los programas de promoción de exportaciones que poseen los empresarios no beneficiarios, el desconocimiento efectivo de estos se hace más evidente. Los ejecutivos encargados de las exportaciones que admitieron en un inicio poseer cierto grado de conocimiento del Fondo de Promoción de Exportaciones (FPE) frente a preguntas concretas sobre el acceso y las bases de postulación de los programas, reflejaron que sus conocimientos llegaban a una imagen vaga de lo que es ProChile. De ahí que cuando los entrevistados opinaron sobre los programas del FPE transitaron con relativa soltura a hablar de los más diversos fondos de financiamiento públicos. Todavía un entrevistado llegó a confundir lo que era el FPE con lo que es Fondart.

“No nunca hemos investigado por algún programa, si me ha llegado el aviso, pero para participar, para concursar en algún programa no tengo ningún recuerdo que nos haya llegado. (...) He sabido por gente externa al fondo que participa en concursos así, que sé yo, Fondart, Profo que, según ganan o no gana cuenta con auspicio de ProChile (...) No, no tengo idea de ningún programa (...). Si me llegan avisos de ProChile de que van hacer una gira a una parte para que yo me inscriba pero concursos no, no he sabido nada de concursos y menos de las bases. (...) no sabría siquiera como concursar y menos de las bases”.

“No lo puedo evaluar porque yo no me he metido a los programas, no he participado de ellos, entonces no los puedo evaluar”.

“Nunca he postulado, ni por curiosidad las he mirado, pero la información llega. Aquí llega, pero yo no analizo la información, ni la reviso para saber si es clara, no, porque no la vamos a tomar...”

“Si tenemos acceso pero como te digo no los tomamos en cuenta”

“No hemos recibido información de eso (...) yo no he visto los formularios de postulación, a mí lo que me llegan son las misiones...”

#### 4. ELEMENTOS CONSIDERADOS MÁS IMPORTANTES PARA UNA EXPORTACIÓN EFICIENTE

Las entrevistas giraron en torno a las estrategias y técnicas empleadas para realizar las exportaciones, se indagaron las formas para acceder a estos conocimientos y los problemas enfrentados en esta actividad. La totalidad de los empresarios refirieron que la manera en que aprendieron a lidiar con los problemas implicados por la actividad exportadora fue esencialmente empírica y en forma prácticamente autodidacta. Ninguno recibió asesoría técnica externa en el momento de iniciarse las exportaciones, ni tampoco solicitaron asistencia profesional de organismos públicos o privados. Sin embargo, en algunos casos los empresarios recurrieron a revistas especializadas sobre el estado del mercado donde deseaban dirigir sus exportaciones. Asimismo, varios refieren que han utilizado la página web de ProChile para extraer información relativa a los aranceles relacionados con su actividad exportadora y para solicitar información básica sobre la demanda de sus productos en los mercados externos. Para la mayoría la gestión exportadora significó una decisión exclusiva de la empresa, la cual asumió enteramente los riesgos que ello implica, en contraste solo un caso bastante particular inició sus exportaciones aprovechando una red de relaciones que estaba previamente establecida por una organización patrocinante de la cual depende. Constituye una constante significativa entre los empresarios entrevistados el hecho de que ninguno consideró como elemento relevante para su labor exportadora la asistencia de agentes comerciales del gobierno chileno en el exterior. Al respecto, las opiniones se dividieron entre los que ignoraban por completo la posibilidad que tenían de solicitar asistencia técnica, y quienes alguna vez intentaron recurrir en el extranjero al apoyo del personal de gobierno chileno obteniendo resultados deficientes.

"Nosotros trabajamos asistiendo principalmente a las empresas telefónicas, entonces de pronto uno ve por revistas del ramo los países que están más atrasados en lo que es instalación de sistemas celulares (...) entonces nosotros entramos ahí (...) trabajamos en el rubro entonces vemos cuales países del habla hispana están haciendo más o menos lo mismo que en Chile entonces ahí vamos nosotros (...) [esto lo hemos aprendido] por la pura experiencia nuestra y, como te digo, nosotros formamos empresas allá, mandamos chilenos a trabajar allá, cada empresa tiene un gerente y este empieza a ocupar gente local y forma una empresa igual que esta".

Para esta empresa la prospección minuciosa del mercado resulta un factor determinante para la toma de decisiones relativa a sus exportaciones, ya que sus oportunidades de obtener ganancias dependen del grado de desarrollo de la infraestructura local de telecomunicaciones, no obstante se desconoce la posibilidad de solicitar asistencia técnica de ProChile para esta fase del proceso exportador, desconocimiento que también es manifiesto en otros casos.

"Entonces buscamos esencialmente en el rubro de contratistas, gente que estuviera en el ramo, hay muchos países y gente en el registro de directores y otros (...) pusimos aviso en los diarios, tratando de averiguar por eventuales interesados..."

"Alguna ayuda para obtener un cliente del gobierno jamás (...) hemos aprendido [las técnicas de comercialización] viajando. Solo por nuestra iniciativa, nunca hemos recibido como asesoría respecto de este tema, absolutamente nada, todo por los viajes (...) voy a exportar pero voy a ir a tal país a conseguirme el cliente y después lo voy a vender, o voy con la mercadería y le vendo al cliente allá (...) veía la guía, de esa forma lo hacía..."

Por lo general las técnicas y estrategias de comercialización entre los empresarios no beneficiarios son en gran parte intuitivas, se generan como respuestas ante los problemas inmediatos que van surgiendo a

medida que se desarrollan las acciones exportadoras. Las herramientas utilizadas para establecer los contactos comerciales en el exterior son de fácil acceso, directorio telefónico y avisos en el periódico, sin embargo el resultado ha sido regular pues, según se refiere, los contactos no se han consolidado en el tiempo.

En cuanto a la incorporación de técnicas y estrategias externas, los entrevistados reaccionaron cuestionando el desconocimiento de las instituciones públicas de las particularidades de cada empresa, frente a las cuales hacen hincapié, en sus términos, de que no es posible dictar una política de fomento homogénea a la pluralidad de empresas existentes. Así también opinan sobre la importación precipitada de técnicas que han funcionado en empresas de otros países.

"... cada país tiene algunas características que hacen que algunas cosas se ajusten, en materia de precios, en materia de sistema (...) en materia de una serie de prácticas que suceden también..."

Al inicio de este apartado referimos que en un caso las exportaciones se iniciaron aprovechando una red de relaciones que estaba previamente establecida, de dicha situación particular se derivaron originales estrategias de comercialización.

"Lo que pasa es que nosotros somos la única editorial que tiene el movimiento de Schönstat así tan establecido. Entonces, donde tenemos establecido las librerías es porque han ido sacerdotes chilenos a instalarse allá, que conocen el material y que les interesa que la gente lo conozca (...) existe una red ya hecha y nosotros usufruamos de esa red que ya está". (...) ha sido todo de lo más autodidacta que hay, ninguna técnica específica, nada, (...) como toda es gente de la familia es como otro trato, no es un trato tan comercial y frío de gente externa, no, es toda gente muy vinculada".

Un ejemplo palmario de los singulares mecanismos de comercialización de esta empresa en el exterior lo refiere el siguiente testimonio.

"El caso de España, yo no conozco la gente de España pero me la presentó un sacerdote que está viviendo en España que me dijo esta es mamá de un postulante de nosotros que se quiere instalar con una librería aquí a los pies de la casa de nosotros (...) Así yo sin conocerla doy fe y le mando los libros y ella me paga, porque en el fondo tiene ese currículum detrás".

En su conjunto el desarrollo de las exportaciones de las empresas no beneficiadas por el FPE es bien incipiente, en varios casos las experiencias han sido negativas, lo que los ha llevado a restringir considerablemente el monto y la diversidad de sus exportaciones. En este nivel los empresarios manifiestan haber conocido muy pocos agentes relevantes en la prospección, ingreso y permanencia de sus exportaciones. Ninguno reconoce la asistencia de autoridades o de gestores comerciales en los lugares de destino de las exportaciones, sólo se señala la intervención de agentes privados, a saber, intermediarios y representantes. Debido a que los entrevistados señalan que la confianza constituye un factor determinante del éxito de sus exportaciones no se arriesgan a establecer relaciones de trabajo y de colaboración con agentes no conocidos, de ahí que sea preferible llevar gente chilena conocida que contratar personal del país de destino de las exportaciones. En el caso de que esto no sea posible, los entrevistados expresan que es preferible conservar sólo el personal, clientes e intermediarios extranjeros que han demostrado ser confiables, con el resto es mejor no arriesgarse.

"... en Argentina por ejemplo había representantes que ganaban comisión por tratar de meter nuestros productos allá (...) [pero] al nivel de consulado y cosas así, no. Solo por contacto había un vendedor allá y se ganaba una comisión..."

"Nosotros intentamos dos veces introducirnos en nuevos mercados con gente local pero no nos resultó, porque cuando nosotros conformamos una empresa allá necesitamos una administración, necesitamos

cuenta corriente, etc. Entonces por confianza finalmente enviamos a chilenos”.

“Tenemos una autora que es la Gabriela Cass (...) ella como persona ha sido solicitada en Perú, ella va a dar charlas allá y ahí nosotros hemos tenido un buen embajador de sus propios libros. Hemos enviado catálogos y listados de precios de otros libros pero eso no nos ha permitido abrir los mercados a libros nuevos. No hemos tenido otro tipo de apoyo así como más a nivel cupular”.

En relación con la gestión empresarial de sus propias empresas los entrevistados en su conjunto no tuvieron una opinión común, por el contrario sus apreciaciones fueron tan diversas como diversos son los productos que comercializan. Así, por ejemplo, fluctuaron desde aquellos que consideraron que la gestión era la adecuada y que, por tanto, no se requería hacer mucho más, hasta los que estimaron que esta era insuficiente. Entre las deficiencias que detectaron los ejecutivos destacan la falta de personal y tiempo para dedicarse más adecuadamente a las labores de gestión. Igualmente, es de subrayar el reconocimiento de la falta de capital y de una política más arriesgada, así como de personal confiable y mejor capacitado.

“ ...pienso yo que habría que dedicarle un poco más de tiempo, para poder remontar y seguir exportando, yo creo que es eso”.

“Tiene muchos elementos negativos. Se pierde mucho dinero, aparte de que ya no hay un equipo de ventas (...) todos hacemos de todo, somos como todos multifacéticos (...) no tenemos como tiempo para hacer cosas nuevas o para buscar (...) tuvimos muchos problemas de robo y ese tipo de cosas entonces por eso se redujo el personal (...) la gestión empresarial aquí es súper poca, casi nada. Tratamos de funcionar como empresa, de hacer las cosas bien (...) se trata de hacer cosas pero sin personal capacitado no puedes mucho hacer... ”

“ ...uno hace todo lo que puede y me gustaría hacer mucho mas, pero los recursos son bastante escasos. Nosotros vamos ahora a participar en una feria del libro y el mantel lo hacemos nosotros, ni siquiera mandamos hacer nada, lo hacemos todo en forma artesanal. Somos súper pocos, somos 5 los que trabajamos acá y todos hacemos de todo... ”

“Yo diría que estamos haciendo lo adecuado de acuerdo a las condiciones que en este momento reinan, lo que nos ha permitido (...) subir un poquito las ventas (...) no creo que se pueda hacer mucho mas de momento”.

La información que los empresarios no beneficiarios poseen sobre la utilidad de los programas de promoción de exportaciones financiados por fondos públicos o es nula o es ambivalente. En algunos momentos de las entrevistas reconocen conocer la experiencia de otros empresarios que se han beneficiado de ProChile y elogian su labor de promoción y organización de ferias comerciales internacionales, la asistencia para el establecimiento de favorables contactos comerciales y la abundante y adecuada información que maneja esta institución. Sin embargo, en otros contextos de las entrevistas los empresarios apuntan más allá de lo que son, en términos ideales, los programas de exportaciones financiados con recursos públicos para cuestionar su aplicación efectiva. En particular, sus observaciones se dirigen a las aparentes irregularidades que poseerían los procesos de selección de los concursos públicos, y a la impericia y falta de profesionalismo de algunos de sus funcionarios.

“Yo creo que deben ser buenos, la verdad es que no los hemos ocupado, no sé cuales son los alcances tampoco, no sé qué porcentaje de los costos financian, no sé qué tramites hay que hacer para obtener un fondo como ese, no sé cuales son los requisitos que se requieren tampoco”

“Yo creo que en general son buenos (...) si uno no tiene un buen pituto dentro difícilmente gana algo. Entonces por eso es que también no me he metido mucho, me da lata porque hemos participado por

ejemplo en licitaciones con muy buenos libros y las hemos perdido sin ninguna explicación (...) a nosotros nos han dicho que de repente como somos muy religiosos no tenemos ninguna posibilidad en un gobierno que es más bien de tendencia socialista. No sé si va por ahí la cosa pero creo que también hay mucho pituto”.

“Yo creo que todo programa que sea para ayudar es bueno, el problema es que yo no he estado nunca en ninguno, no los puedo evaluar (...) yo nunca he ido, y no tengo conocimiento de otras empresas que han trabajado con esos fondos”.

“ ...dos experiencias con ProChile y Sercotec y las dos malas (...) yo sé que el primer proyecto de ProChile que fue un catálogo que se llamó “Rayingroup”, que lo dirigía una persona que se llamaba Pablo Peralta (...) no resultó porque fue un problema de la persona, él hizo una estafa (...) [otro problema] fue cuando vinieron las empresas asesoras, estuvieron más de un mes, te daban un libro así de guatón...”

“ ...el hecho de que haya una institución donde eso lo tengan mas o menos masticado y lo pueda al tipo encontrar o prepararle todo un orden de cosas bastante gráfica eso yo creo que no hay ninguna duda de que es muy útil...”

“ ...en la medida que eso se burocratizó [ProChile], y paso a funcionar por cada oficina, funciona como una oficina consular (...) mientras no se mantenga en esa filosofía no va conducir a nada (...) la pérdida de dinamismo eso, yo lo veo un poco eso (...) porque si el tipo tiene mentalidad de diplomático, todo el accionar va a ser pausado, lleno de presentación, de contestación (...) usted necesita soluciones rápidas.

## **5. Percepción sobre la pertinencia para la empresa de los programas de promoción de exportaciones**

En este ámbito temático los empresarios entrevistados se pusieron en el lugar de los empresarios que participan en el Fondo de Promoción de Exportaciones y a partir de esta posición exteriorizaron su impresión sobre cómo serían, en este caso, los costos tanto para la empresa como para el sector público. Asimismo, reflexionaron sobre el tipo de promoción de exportaciones que más requieren sus empresas y finalmente estimaron cuánto del costo total de los proyectos de promoción de exportaciones que les gustaría llevar adelante con sus empresas deberían ser financiados por el Estado.

En relación con la percepción de los costos privados y públicos que tendrían los proyectos de promoción de exportaciones, más de la mitad de los empresarios entrevistados eludieron referirse directamente al tema. Actitud que estimamos no se debió tanto al desinterés como al desconocimiento de los beneficios que podría llevar a la empresa un proyecto apoyado por el FPE.

“Lo que pasa es que yo no tengo idea qué programa nos podría beneficiar a nosotros, qué concurso...”

Ahora bien, los empresarios que imaginaron la posibilidad efectiva de participar en algún proyecto de promoción de exportaciones organizado por ProChile, consideraron que los costos del sector privado serían altos en comparación con los del sector público debido fundamentalmente a dos factores:

1. La precariedad de los recursos de inversión con que cuentan las empresas no beneficiarias del FPE, las que –se argumenta– son más pequeñas y, por tanto, dispondrían de menos capital que las empresas beneficiadas
2. Se percibe que los resultados de estos proyectos serían muy inciertos.

“Haber, si tomamos en cuenta que la empresa en estos momentos está complicada por el hecho de no

estar exportando, es muy difícil invertir en este tipo de programas, porque los ingresos están malos (...) ahora, no sé, si hablamos de cantidad, yo creo que la empresa igual tendría que poner la mínima parte (...) si los ingresos de la empresa están malos esta no va a invertir en ese tipo de cosas, yo creo que va a tratar de vender llamando por teléfono, enviando mails, todo lo que sea costos bajos, no viajando, esto lo veo difícil... ”

“Alto, porque se supone que no es un viaje que sea necesario, es un viaje que lo vas a hacer por si acaso, si es que funciona algún negocio (...) el Estado debería financiar más, (...) es como bien arriesgado para un empresario estar invirtiendo un montón de plata en viajar y todo el cuento si después no pasa nada (...) hay mucha gente –me imagino– que ha viajado y no ha conseguido nada...”

Concentrada la atención de los entrevistados en el desarrollo de la gestión exportadora, las consideraciones se dirigieron a los tipos específicos de promoción de las exportaciones que demandan sus empresas. A pesar de las importantes diferencias de las empresas entrevistadas, en general coincidieron en que se requería un estudio de los mercados externos que fuesen más convenientes para introducir sus productos. También se mencionó la necesidad de asistencia para que las empresas y sus productos fuesen conocidos en mercados que ellos desconocen. Especialmente, se solicitó apoyo en la detección de posibles clientes en el extranjero y una garantía mínima de la solvencia económica de los contactos establecidos, trabajo que consideran podría realizarlo personal del consulado chileno. Igualmente, solicitan de ProChile mayor seguimiento de las empresas, acciones de promoción de las exportaciones más específicas y coherentes con la realidad que viven las empresas. Finalmente, se cuestiona la efectividad de las misiones comerciales a gran escala que incluyen a empresarios de rubros muy diversos, dicha política de ProChile es juzgada como un reflejo del desconocimiento de algunos de sus funcionarios de las necesidades del mundo empresarial privado, en este caso se sugiere que las misiones comerciales se organicen en función a un eje temático relativo a un rubro específico de exportaciones.

“ ...nosotros necesitaríamos mucha propaganda. Todo lo que es conocer más donde hay librerías religiosas. Yo tengo un listado de direcciones y todo, pero como no las conozco no sé que hay detrás, no sé físicamente que es lo que es. Quizás yo estoy hablando con alguien que tiene un sucucho perdido en el peor barrio de Brasil y yo juro que va ser mi mejor contacto. Eso en realidad, poder ir y conocer y ver que librería sería interesante porque tiene una infraestructura, algo que la sustente”.

“Información de mercado”.

“Yo creo que esta empresa lo que necesita es quizás que ProChile nos presente que tales y tales empresas de tales y tales países necesitan nuestro producto, quizás dar a conocer eso. Yo sé que esa información está, pero yo creo que para esta empresa eso es lo que le hace falta, conocer más mercados”.

“ ...se supone que ProChile está para trabajar para la gente de Chile, entonces ellos como tienen estadística de toda la gente que exporta que ellos mismos estén buscando nuevos mercados y ellos mismos nos digan tenemos tantas cosas y me las manden a mí (...) no que uno tenga que estar detrás de ProChile diciendo ‘por favor búscame clientes, dame una feria, hazme esto’, porque no funcionan, yo de repente llamo y media hora esperando en línea y no. (...) si a mí me llega un mail que dice ‘lista de importadores de lapislázuli en Europa’ tú crees que yo no les voy a enviar un mail a toda esa gente, obvio que se los voy a mandar... ”

“Pero, esas cuestiones de las misiones que hacen, yo no les encuentro mucho sentido (...) debería estar más focalizado, o sea que digan ‘misión de joyeros a tal país’, pero no que ‘misión de empresarios a Uruguay’ porque puede ir alguien que venda zapatos, otro que haga ruedas de auto, entonces no...”

Los empresarios que consideraron que podría ser conveniente llevar adelante con la ayuda del FPE algún tipo de proyecto de promoción de exportaciones estimaron que la proporción ideal de financiamiento que el Estado debería efectuar sería de un 50%; esto principalmente para las empresas medianas y pequeñas que realmente necesiten el apoyo, pues se juzga que no tiene sentido el cofinanciamiento para las grandes empresas que disponen de suficientes recursos.

"Esta empresa yo creo que sí necesita la ayuda, esta es una empresa chica, una empresa que está ahí, que existe y que no existe, que puede vender y que no vende, y si vienen aquí y nos dicen te propongo que yo te hago un estudio de mercado y paguemos la mitad cada uno y veamos que pasa (...) es justo y sería ideal".

"Con un 50% yo ya estaría feliz".

"Si el Estado está apoyando en este cuento y a nosotros es muy necesario esa información y dice "yo les ayudo y ustedes ponen una parte", por las condiciones de la empresa un 50% uno y un 50% el Estado ya es una forma de ayudar, porque yo voy a tener la información clara de por qué no me compraron más o cuál es mi competencia, cómo puedo competir para poder ingresar de nuevo..."

"...poniéndome fuera de la empresa yo creo que depende del tipo de empresa, si es una empresa grande y con medios considero que el Estado no tendría por qué estar gastando la plata en la empresa (...) si es una empresa chica que está ahí como que existe y no existe, yo creo que sí necesita la ayuda del Estado..."

"...si está ofreciendo la posibilidad [el Estado] y uno tendría que jugársela con un 50%, nosotros quizás podríamos hacer el esfuerzo para conseguir el otro 50% si es que es una muy buena alternativa..."

## **6. Posicionamiento de la imagen del país y de sectores exportadores específicos en el extranjero**

En este campo temático los comentarios versaron sobre la utilidad que ha tenido para las exportaciones particulares de las empresas entrevistadas la imagen de Chile en los mercados de destino. Igualmente, se indagó la percepción sobre la efectividad de las actividades de fortalecimiento de la imagen país y de sectores exportadores específicos en el exterior auspiciadas por ProChile. En relación directa con la sección anterior los empresarios evaluaron la posibilidad de haber sido beneficiados del efecto eventual imagen país que ProChile intenta proyectar. Finalmente, los entrevistados consideraron la posibilidad de haberse beneficiado de la imagen que proyectan otras empresas chilenas en el exterior.

No es posible detectar una constante de opinión con respecto a la ventaja que tendría para los exportadores la imagen de Chile en el extranjero. Aunque existen algunos que estiman que en efecto la imagen les beneficia, porque con esto es posible que eventualmente lleguen inversionistas extranjeros, consideran que no les afecta mucho. En cambio, más allá de la imagen de Chile lo que se valora es la estabilidad política y económica interna que vive el país, lo que les permite producir y administrar de forma segura sus recursos, impresión que se fortalece al contemplar la situación en que se encuentran los empresarios argentinos. Cabe subrayar que un grupo de empresarios consideran que no se beneficiaron de la imagen de Chile en el extranjero, pero no porque esta se haya menoscabado, sino porque estiman que la imagen no constituye un factor importante en el éxito o fracaso del comercio exterior de las empresas.

"Sí, nos ha servido."

"No, yo creo que no tiene nada que ver (...) te compran no porque sea Chile, te compran porque el

producto es bueno y porque el producto está bien terminado y ese cuento, pero porque sea Chile el país, no, para nada...”

“Yo creo que siempre sirve, este es un país que está bien económicamente, seguro, sirve. Un caso fijo es como está Argentina, de partida nosotros dejamos de vender a un posible cliente, no seguimos las conversaciones y no las seguimos por miedo. Si un cliente ve que aquí en Chile las cosas no están muy bien quizás no se va a complicar en comprarnos porque el cliente no va a tener la seguridad si yo le voy a mandar en su tiempo o no...”

“No sé, nosotros tenemos nuestro propio currículum, al ser una editorial ligada a los padres de Schönstat y con 25 años de trayectoria la gente sabe que es buen material (...) ahora que Chile esté mejor... en el caso de Argentina por ejemplo sí, a ellos les conviene mucho comprarnos a nosotros, porque la impresión acá nos salía más barata que a ellos y todo. Pero así como la “imagen” de Chile, no, pasa mucho por las personas”.

“...al nivel latinoamericano, tienen una clara conciencia especialmente los empresarios y la gente de negocios de allá, de que Chile esta en un muy buen pie económico, todos están interesados en hacer negocios con gente de acá o en venir hacer cosas (...) tienen claro también de que hay una relativa estabilidad política, social de momento...”

La mayoría de los empresarios entrevistados aunque poseen un conocimiento bastante vago de lo que realiza ProChile, estiman que la idea de una institución pública que contribuya a fomentar las exportaciones de las empresas privadas siempre es positiva. Cuando las preguntas se dirigen a indagar la percepción del impacto que posee ProChile en fortalecer la imagen del país en el extranjero, se tiende a evaluar más positivamente las tareas específicas que desempeña ProChile en beneficiar la imagen de empresas particulares y no tanto la imagen de Chile en su conjunto. Es posible que el fortalecimiento de la imagen de Chile gracias a las acciones de ProChile sea un asunto difícil de evaluar para los empresarios debido a la amplitud del tema.

“...he visto por ejemplo que ha hecho ProChile en relación por ejemplo al salmón, y otras cosas y lo han hecho muy bien, a los vinos (...) ahora yo creo que una, es la imagen corporativa llamémoslo así como país, y la otra es de cuestiones puntuales, yo creo que ambas son buenas...”

“De todas maneras sí tienen importancia. Supongo que ProChile da a conocer empresas, actividades, seminarios. Se me imagina que llevan delegaciones a otros países para dar a conocer las empresas, yo creo que es genial y creo que hace falta”.

“...ProChile maneja un nivel de información y una de contactos que me consta por gente que yo he conocido que ha trabajado en ProChile que es buenísimo, lo que pueden llegar a hacer ellos es espectacular...”

“...debe tener un efecto [las acciones de ProChile] pero mínimo, no creo que sea mucho (...) son muy pocas personas que me han dicho que han hecho algo con ProChile, entonces no sé...”

Solo la mitad de los empresarios entrevistados perciben que efectivamente se han beneficiado indirectamente de la imagen que ProChile proyecta del país en el extranjero. En particular, la percepción de dichos beneficios no hace referencia tanto a un desarrollo inmediato y directo de las exportaciones sino que, más bien, los beneficios consisten primordialmente en el mayor interés de los capitales extranjeros para invertir en las empresas nacionales, lo cual indirectamente podría implicar un mayor desarrollo de las exportaciones. En cuanto a quienes estiman que no se han beneficiado, las opiniones fluctúan desde aquellos que atribuyen esto a un problema interno de la empresa, hasta quienes cuestionan la utilidad de la imagen del país como un factor destacado para el éxito exportador de la

empresa.

“Nosotros como empresa creo que no nos hemos beneficiado pero no por un problema de ProChile o del Estado, es un problema interno de la empresa, el que no se le esté dedicando el tiempo, el que no esté el personal adecuado para hacer el trabajo y eso no creo que sea un problema del país...”

“...en cotizaciones que hemos pedido y en contactos que hemos pedido, con gente trasladada por ejemplo, los tipos tenían clarísimo lo del vino, clarísimo lo de los paisajes, y tenían unas ganas locas de venir para acá hacer negocios con nosotros, por venir a ver todo eso, que se produce...”

“...el país es grande y toda la gente es distinta, todas las empresas son distintas, creo que va más por el lado de la empresa y no tanto del país...”

“Es que no nos a llegado, pero en el fondo si empezara [ProChile] a decir que además hay que leer además de comprar frutas y pescados, sería bueno...”

Por último, solo algunos de los empresarios entrevistados consideraron que sus empresas se beneficiaron de la imagen que proyectan otras empresas exportadoras chilenas en el exterior, este grupo admite que el proceso exportador de las empresas chilenas puede ser visto como una “cadena” en la cual los beneficios que obtenga una empresa influyen directa e indirectamente en otras empresas nacionales. Pero, también para otro grupo de empresarios esta supuesta imbricación de los beneficios del conjunto de las empresas exportadoras chilenas no es efectivo en la práctica, para algunos de estos las condiciones que les han permitido convertirse en empresas exportadoras son muy particulares e independientes de las condiciones que afectan al general de las empresas, otros consideran llanamente que la imagen proyectada por otras empresas del rubro en el extranjero los a perjudicado.

“Yo creo que en la medida en que las cosas estén haciéndose bien, en que el conjunto de las empresas estemos enviando un buen producto, nos beneficiamos todos. Un poco como la manzana podrida, si alguien empieza a vender cosas malas, quizás vamos a hacer esa la imagen...”

“Para nada, porque aparte siempre cuando estamos trabajando con un cliente nuevo y, sobre todo en el exterior, te dice ‘yo antes trabajaba con esta persona y tuve puros problemas’, bueno porque siempre es lo mismo...”

“Yo creo que esto es una cadena, toda imagen que esta proyectando el país y la imagen que proyectan los buenos empresarios, al final ayudan a los empresarios nuevos”.

“...pero, así de que a otras empresas les haya ido bien gracias a la gestión de ProChile y que a nosotros nos haya beneficiado, no. Como esta empresa es bastante particular nos hace más propaganda el Cardenal en el fondo que ProChile (...) lo nuestro va más bien por las personas no tanto por las instituciones”.

## Conclusiones

- El grupo de empresas seleccionadas posee en común el hecho de no ser beneficiarias del FPE, no obstante salvo esta característica integradora el grupo demostró ser bastante heterogéneo. Dicha pluralidad no tan sólo se refiere a la dimensión concreta de sus productos comerciales, pues por sobre todo este estudio mostró la notable variedad de apreciaciones que los empresarios manifestaron con respecto a los temas propuestos. La diversidad de las características de estas empresas provee de una plataforma particular a cada uno de los empresarios para observar e interpretar bajo un ángulo singular un mismo fenómeno.

- Se constató que existe un alto grado de desconocimiento de los propósitos, de las tareas y de los alcances efectivos del Fondo de Promoción de Exportaciones. Dato significativo en cuanto que los ejecutivos entrevistados eran precisamente los responsables de las exportaciones de sus empresas. De ahí que, ninguno de los empresarios que no habían sido beneficiados por el FPE lo haya sido por no haber satisfecho los requisitos impuestos por esta institución, en consecuencia se desconocen los procedimientos y etapas de postulación a los beneficios del FPE.

- En vista de que la totalidad de los empresarios no beneficiarios nunca postularon con un proyecto para obtener financiamiento del FPE, se necesitó examinar las razones de dicho fenómeno. Fueron los discursos desarrollados por los propios empresarios los que suministraron las claves para esta indagación. Sustancialmente fue posible detectar tres espacios discursivos en torno a los cuales se construyeron los argumentos emitidos por los empresarios para automarginarse de los beneficios del FPE:

1. Desconfianza que inspiran las instituciones gubernamentales
2. El supuesto de que las exportaciones no tradicionales se encuentran fuera de los programas del FPE
3. Problemas de organización internos de la empresa

- El desarrollo de las exportaciones de las empresas no beneficiadas por el FPE es incipiente y la gestión exportadora de estos empresarios es considerada como regular. Al respecto, existe la percepción generalizada del riesgo mayor que implica el comercio exterior, debido a que intervienen factores adicionales escasamente conocidos. Aunque se admite que son muchas las oportunidades que podría ofrecer el comercio exterior para estas empresas, también se reconoce que dicha apreciación no garantiza el éxito, más cuanto que la experiencia exportadora de las empresas estudiadas que no son beneficiarias es relativamente escasa, la capacitación del personal encargado de las exportaciones es insuficiente, la asesoría externa no existe y, por tanto, la posibilidad de correr riesgos se reduce al estrecho número de clientes considerados como confiables gracias a la larga experiencia que se posee de negocios compartidos.

- Los contenidos de los discursos de los empresarios dan cuenta de que, por sobre todo, requieren de estudios prospectivos profesionales de los mercados que les suministren conocimientos ciertos tanto de los factores que intervienen en este ámbito nuevo de la comercialización de sus productos, como de las ventajas y desventajas que ofrecen los mercados o nichos de mercado estudiados.

- En términos generales, las técnicas y estrategias de comercialización empleadas por los empresarios no beneficiarios fueron en gran parte intuitivas, se generaron como respuestas ante los problemas inmediatos que fueron surgiendo a medida que se desarrollaba el proceso exportador. Asimismo, a partir de los discursos que al respecto generaron los empresarios entrevistados, emergió una característica significativa que les era común, se trató del hecho de que ninguno consideró como elemento relevante para su labor exportadora la asistencia de agentes comerciales del gobierno chileno en el exterior. En efecto, unos manifestaron desconocer totalmente la asistencia profesional que al

respecto podía brindar el Estado; otros expresaron que no obtuvieron ningún apoyo cuando necesitaron de la participación de algún funcionario del gobierno chileno en el exterior. En este marco, los empresarios experimentaron una mayor relevancia para la prospección, ingreso y permanencia de sus exportaciones de agentes privados, a saber, intermediarios y representantes.

- Las observaciones relativas a las instituciones públicas que procuran fomentar las exportaciones de las empresas privadas se concentraron en el desconocimiento y falta de voluntad de estas instituciones por considerar los contextos particulares en que se desarrollan los procesos productivos y de comercialización de las empresas. En este sentido, se enfatiza el cuestionamiento sobre la ineficacia de lo que perciben como un plan de fomento de las exportaciones demasiado homogéneo frente a la pluralidad de empresas existentes.
- Las deficiencias que principalmente detectaron los ejecutivos en la administración de sus empresas son la falta de tiempo para dedicarse adecuadamente a la gestión empresarial así como la falta de capital y de una política más arriesgada. Sumado a dichas insuficiencias se reconoce la carencia de personal confiable y mejor capacitado.
- Por otro lado, resultó significativa la percepción por parte de este grupo de empresarios de los costos que implicaría la participación en algún proyecto de promoción de exportaciones organizado por ProChile. Pues, en síntesis consideraron que los costos del sector privado serían altos en comparación con los del sector público. Dicha apreciación se fundó en la incertidumbre de los resultados de estos proyectos y en los escasos recursos de inversión con que cuentan las empresas no beneficiarias del FPE que, por lo general son más pequeñas que las empresas beneficiarias. Sin embargo, los empresarios que consideraron factible desarrollar un proyecto con el apoyo del FPE, estimaron que la proporción ideal del financiamiento que el Estado debería efectuar sería de un 50%.
- Cuando el tema se las entrevistas se dirigió a la posible ventaja que tendría para los exportadores la imagen de Chile en el extranjero, el contenido de estos discursos evidenció la creencia de que la imagen no constituye un factor determinante en el éxito o fracaso del comercio exterior de las empresas. Particularmente, los beneficios de la imagen proyectada por ProChile en el extranjero fueron percibidos de forma más bien marginal e indirecta, pues se estimó que una buena imagen país no engendraba un desarrollo inmediato y directo de las exportaciones, ya que estos beneficios consisten primordialmente en el eventual interés de los capitales extranjeros para invertir en las empresas nacionales, lo cual secundariamente influiría en un desarrollo mayor de las exportaciones. No obstante, los empresarios entrevistados consideraron de forma espontánea que más que las acciones conducentes a construir una imagen positiva de Chile en el extranjero lo que realmente importa es la estabilidad política y económica del país, lo que en definitiva les permite producir y administrar de forma segura sus recursos.

## PAUTAS DE ENTREVISTAS

### LÍNEAS DE INDAGACIÓN CUALITATIVO BENEFICIARIOS

Establecer el nivel de conocimiento básico acerca de los programas de promoción de exportaciones en que participaron y en general.

- Qué es el programa Fondo de promoción de Exportaciones
- En qué tipo de fondos participaron.

#### A nivel de producto

Satisfacción de usuarios de los diferentes programas en que han participado.

- Cómo calificarían los niveles de satisfacción general con el/los proyectos o programas en que han participado,
- Cómo calificarían la institución patrocinante / financiante (FONDO DE PROMOCION DE EXPORTACIONES más allá de (ProChile).
- Elementos espontáneos asociados a evaluación respecto de:
  - Cómo evalúan la etapa de postulación a los beneficios
  - Cómo evalúan la etapa de desarrollo del proyecto en conjunto con ProChile
  - Cómo evalúan y perciben los resultados obtenidos.

Cómo evalúan los elementos específicos

- áreas de difusión del programa,
- acceso a los programas,
- calidad y claridad de las bases de los programas, dependiendo de los proyectos en que han participado,
- apoyo de la institución en el desarrollo e implementación del proyecto.

#### A nivel Intermedio

Cuáles fueron los elementos más importantes para exportar mejor

- Hubo nuevos conocimientos y aptitudes de gestión exportadora y empresarial.
- ¿Qué necesitó para conocer -ingresar-permanecer- al mercado relacionado al proyecto, que desconocía antes de participar?
- Podrían identificar el proceso de aprendizaje y/o aplicación de nuevas técnicas/estrategias de comercialización (conocimiento del o los mercados, penetración y permanencia de productos y mercados) a partir de la participación en los programas. Identificar.
- Conocieron o hicieron nuevos contactos relevantes en el conocimiento , prospección y

permanencia en mercados (individuos, autoridades, gestores, intermediarios, etc) o nichos de mercado a partir de la participación en los programas. Identificar.

- Hubo cambios significativos en nuevas aptitudes de gestión empresarial (diferente de la exportadora). Identificar.

#### **A nivel de costos financieros**

- Percepciones acerca de pertinencia de los costos privados-públicos del proyecto en que participó. O sea, consideran Uds. que tuvieron que invertir mucho o poco capital frente a lo que el Fondo de promoción de exportaciones les brindó?
- Como sintieron Uds la pertinencia del financiamiento que tanto la empresa como ProChile debió aportar. ¿Fue adecuada la división de costos entre ProChile y empresa? Cree que la empresa podría haber aportado más recursos de los que aportó? Cree que correspondía a ProChile aportar más recursos de los que aportó?
- Uds. consideran que hubo diferencias significativas entre costos estimados y costos efectivos del programa.
- Percepción de la capacidad y flexibilidad del programa de ajustar costos estimados a los efectivos/requeridos.
- Percepciones acerca del rol de la empresa y de ProChile en alinear/suavizar los costos estimados con los costos efectivos. Quién tuvo un rol más importante.

#### **Externalidades costo/ beneficio social**

Posicionamiento de imagen

- Sirvió la participación en el proyecto en posicionar la imagen de la empresa-producto en Chile y-o en los mercados de destino. O sea, de qué forma consideran Uds. que vuestra empresa se benefició de la imagen país que ya tiene Chile a nivel de exportaciones.
- Cree que estas actividades tienen algún impacto en la imagen del país en el exterior
- Cree que Ud. que se benefició del efecto eventual imagen país que ProChile intenta proyectar a través de su accionar

#### **LÍNEAS DE INDAGACIÓN FOCUS NO BENEFICIARIOS**

Establecer el nivel de conocimiento básico acerca de los programas de promoción de exportaciones en que participaron y en general.

- Qué es el programa Fondo de promoción de Exportaciones

### **A nivel de producto**

Satisfacción con la política de promoción de exportaciones de la empresa

- Niveles de satisfacción general con el/los proyectos que ha llevado adelante en forma individual.
- ¿Está satisfecho con la política de promoción de exportaciones de su empresa?  
¿Qué cree que le falta a su política empresarial de promoción de exportaciones?
- Elementos espontáneos asociados a los programas de promoción de exportaciones organizados por ProChile
- ¿Cómo evalúan la etapa de difusión a los programas?
- ¿Cómo evalúan el acceso a los programas?
- ¿Cómo evalúan la claridad y calidad de las bases de postulación?

### **A nivel Intermedio**

Cuáles fueron los elementos más importantes para exportar mejor

- ¿Cómo y de donde ha obtenido Ud. la información necesaria para prospectar, ingresar y permanecer en los mercados de sus exportaciones?
- ¿Cómo y de donde ha obtenido Ud. la información y aprendizaje de las técnicas y estrategias de comercialización utilizados en la prospección -ingreso - permanencia de sus exportaciones?
- De qué forma conoció agentes relevantes en la prospección – ingreso -permanencia de sus exportaciones (individuos, autoridades, gestores, intermediarios, etc.) o nichos de mercado?
- Cómo evaluaría Ud. su gestión empresarial (diferente a la exportadora)
- ¿Cuál es su percepción acerca de la utilidad de los programas de promoción de exportaciones financiados por fondos públicos?

### **A nivel de costos financieros**

- Cómo cree Ud. que serían los costos privados – públicos de los proyectos de promoción de exportaciones si participara en estos (altos, bajos, costeables por su empresa)
- Cuál cree Ud. que es el tipo de promoción de exportaciones que requiere su empresa, prospección, penetración, permanencia.
- ¿Cuánto del costo total de los proyectos de promoción de exportaciones que a Ud. le gustaría llevar adelante con su empresa cree debieran ser financiados por el Estado?

**Externalidades costo/beneficio social**

- ¿Le ha servido a Ud. para sus exportaciones particulares la imagen de Chile en los mercados de destino?
- Cree Ud. que tienen algún efecto las actividades de promoción de exportaciones auspiciadas por ProChile en el exterior en fortalecer la imagen país, o de sectores exportadores específicos?
- ¿Cree Ud. que se benefició del efecto eventual imagen país que ProChile intenta proyectar a través de su accionar?
- ¿Cree Ud. que se ha beneficiado de la imagen que proyectan otras empresas exportadoras chilenas en el exterior, o en los mercados donde sus exportaciones se destinan?

- O -