

INFORME DE EGRESO DEL SISTEMA DE CUMPLIMIENTO DE COMPROMISOS

Programa/Institución: Programa Fondo de Promoción de Exportaciones - ProChile
Ministerio: MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES
Servicio: DIRECCION GENERAL DE RELACIONES ECONOMICAS INTERNACIONALES
Año: 2002
Calificación: Egresado
Fecha Egreso: 30-06-2006

Recomendación	Compromiso	Cumplimiento
<p>1.1 Generar categorías de registro que permitan identificar las externalidades (bienes públicos) generadas por las actividades financiadas por los proyectos.</p>	<p>1. Presentación de la nueva categorización de proyectos (generación de conocimiento, estrategias sectoriales, estrategias empresariales, gastos operacionales de Pro-Chile).</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Diciembre 2003</p>	<p>ProChile para el presupuesto exploratorio 2004 definió 6 líneas programáticas: 1) Descentralización de la Oferta Exportable Nacional, 2) Fortalecimiento de la Red Internacional, 3) Generación de Capacidades Competitivas en la Oferta Exportable, 4) Apoyo a Exportadores con Elementos de Marketing Directo, 5) Recursos Adicionales para Ferias internacionales, y 6) Programa de Internalización de la PYME.</p> <p>Por lo tanto, en virtud de la naturaleza de estas líneas se definieron 6 tipos de formatos de proyectos a utilizar, que son los siguientes:</p> <p>1) Gestión Empresarial, 2) Gestión Sectorial, 3) Operacional, 4) Participación en ferias, 5) Realización de misiones equipo país, y 6) Programas de internacionalización de la pequeña y mediana empresa.</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido (30-06-2004)</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Memo 1034. Formatos de proyectos: Proyecto Institucional Sectorial; Proyecto Institucional Empresarial; Proyecto Operacional; Proyecto de</p>

		Internacionalización de la PYME; Proyecto de Participación en Ferias Internacionales; Proyecto de Racionalización de Misiones Equipo País; y sus respectivos manuales.
1.1 Generar categorías de registro que permitan identificar las externalidades (bienes públicos) generadas por las actividades financiadas por los proyectos.	<p>2. Presentación formato de presentación de los proyectos incluyendo nueva categorización, definición de beneficiarios directos e indirectos, sectores productivos, forma de difusión de los resultados y manual de llenado, para categorías que se incorporan en el concurso</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Diciembre 2003</p>	<p>Los formatos de presentación de los proyectos incluyendo la nueva categorización, la definición de beneficiarios directos e indirectos, los sectores productivos, forma de difusión de los resultados y su respectivos manuales de llenado, fueron elaborados y se incorporarán en el próximo concurso del Fondo Tradicional.</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido (31-12-2003)</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Memo 1034. Formatos de proyectos: Proyecto Institucional Sectorial; Proyecto Institucional Empresarial; Proyecto Operacional; Proyecto de Internacionalización de la PYME; Proyecto de Participación en Ferias Internacionales; Proyecto de Racionalización de Misiones Equipo País.</p>
1.1 Generar categorías de registro que permitan identificar las externalidades (bienes públicos) generadas por las actividades financiadas por los proyectos.	<p>3. Presentación formato de presentación de los proyectos incluyendo nueva categorización, definición de beneficiarios directos e indirectos, sectores productivos, forma de difusión de los resultados y manual de llenado, para todas las categorías.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Junio 2004</p>	<p>Los formatos de presentación de proyectos fueron presentados a las áreas funcionales de la institución vía memorandum interno, el cual se adjunta en los medios enviados. Para esto se diseñaron y elaboraron 6 formatos de presentación de proyectos de acuerdo a la nueva categorización. Se envían como medio de verificación cada uno de estos formatos con sus respectivos manuales de llenado. Los formatos determinados de acuerdo a la naturaleza de los proyectos son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gestión Empresarial - Gestión Sectorial - Operacional - Participación en Ferias - Realización de Misiones Equipo- País - Internacionalización de la Pyme

		<p>Cada uno de estos formatos definidos incluye la descripción de los beneficiarios directos e indirectos, análisis del sector productivo o de los productos a apoyar a través del proyecto, y la forma mediante la cual se difundirán los resultados obtenidos en el proyecto.</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido (30-06-2004)</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Memo 1034. Formatos de proyectos: Proyecto Institucional Sectorial; Proyecto Institucional Empresarial; Proyecto Operacional; Proyecto de Internacionalización de la PYME; Proyecto de Participación en Ferias Internacionales; Proyecto de Racionalización de Misiones Equipo País.</p>
<p>1.1 Generar categorías de registro que permitan identificar las externalidades (bienes públicos) generadas por las actividades financiadas por los proyectos.</p>	<p>4. Aplicación de nuevo formato para categorías que se incorporan en el concurso (sectoriales y empresariales).</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Diciembre 2003</p>	<p>Para la asignación de recursos del Fondo de Promoción de Exportaciones Tradicionales 2004, se realizó un Concurso Interno.</p> <p>Para dicho concurso se presentaron en una primera instancia anteproyectos, los cuales tenían un formato más reducido y que sólo contenía la información más relevante para la evaluación del mismo. Pero una vez aprobados estos anteproyectos debían ser presentados a través de los formatos de gestión empresarial o de gestión sectorial, ambos entregados en diciembre del año 2003.</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido (31-12-2004)</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Documento enviado adjunto a oficio público Nº 2831-A del 30 de junio de 2004, página 2. Bases del próximo Concurso Nacional de Promoción de Exportaciones. Carta enviada el 14-03-04 a Sra. Marcela Guzmán</p>

<p>1.1 Generar categorías de registro que permitan identificar las externalidades (bienes públicos) generadas por las actividades financiadas por los proyectos.</p>	<p>5. Aplicación de los nuevos formatos para todas las categorías de proyectos.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Junio 2004</p>	<p>En el concurso interno 2004 se aplicaron los nuevos formatos para las 6 categorías de proyectos: Interpyme, Institucional - Empresarial, Proyecto Operacional, Institucional - Sectorial, Realización Misiones Equipo País y Participación en Ferias.</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido (31-12-2004)</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Carpeta que incluye fotocopias de la aplicación de los formatos para proyectos: Interpyme, Institucional - Empresarial, Proyecto Operacional, Institucional - Sectorial, Realización Misiones Equipo País y Participación en Ferias.</p>
<p>1.1 Generar categorías de registro que permitan identificar las externalidades (bienes públicos) generadas por las actividades financiadas por los proyectos.</p>	<p>6. Presentación de base de datos de proyectos financiados con el presupuesto 2004 considerando nueva categorización de proyectos. Esta base de datos deberá contener las variables relevantes consideradas en la nueva metodología de evaluación y seguimiento (compromiso 3.1).</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Junio 2004</p>	<p>La Base de Datos con todos los proyectos financiados con el presupuesto 2004, se elaboró considerando la nueva categorización de proyectos e incorporando los datos presupuestarios relevantes que serán de utilidad para la nueva metodología de evaluación y seguimiento.</p> <p>Las variables relevantes son:</p> <p>1) Tipo de proyecto: Gestión u Operación, esta variable indica si el proyecto es de carácter estratégico o netamente de administración. Los proyectos con estrategia de promoción de exportaciones son los que entregarán información a difundir al sector privado.</p> <p>2) Categoría: Empresarial, Sectorial, Operacional, Internacionalización de la Pyme.</p> <p>3) Porcentaje de cofinanciamiento privado: esta variable entrega el grado de compromiso de el o los empresarios con el proyecto, lo que además indica el tiempo de confidencialidad de los resultados obtenidos.</p> <p>Se adjunta nuevamente base de datos enviada, el la cual se identifican claramente los Proyectos de Internacionalización de la PYME.</p>

		<p><u>Calificación:</u> Cumplido (31-12-2004)</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Se envía Base de Datos que contiene la cuantificación de las variables relevantes consideradas en la metodología de evaluación y seguimiento.</p>
<p>1.1 Generar categorías de registro que permitan identificar las externalidades (bienes públicos) generadas por las actividades financiadas por los proyectos.</p>	<p>7. Incorporación de criterios de selección presentados en nuevo formato en la pauta de evaluación de proyectos sectoriales y empresariales.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Diciembre 2003</p>	<p>Para el cumplimiento de este compromiso la Gerencia de Planificación y Presupuesto elaboró tres sets de manuales de evaluación para los proyectos presentados a concurso nacional, en los cuales se incorporan claramente los criterios de evaluación y selección que se utilizarán para las categorías de proyectos.</p> <p>1) MANUALES DE EVALUACIÓN SECTORIAL, compuesto por manuales que corresponden a:</p> <p>1,1) MANUAL DE EVALUACIÓN SECTORIAL 1,2) MANUAL DE EVALUACIÓN DE MERCADO 1,3) MANUAL DE EVALUACIÓN REGIONAL 1,4) MANUAL DE EVALUACIÓN DE MARKETING</p> <p>2) MANUALES DE EVALUACIÓN EMPRESARIAL PARA PROSPECCIÓN DE MERCADOS, compuesto por manuales que corresponden a:</p> <p>2,1) MANUAL DE EVALUACIÓN SECTORIAL 2,2) MANUAL DE EVALUACIÓN DE MERCADO 2,3) MANUAL DE EVALUACIÓN REGIONAL</p> <p>3) MANUALES DE EVALUACIÓN EMPRESARIAL PARA PENETRACIÓN DE MERCADOS, compuesto por manuales que corresponden a:</p> <p>3,1) MANUAL DE EVALUACIÓN SECTORIAL 3,2) MANUAL DE EVALUACIÓN DE MERCADO 3,3) MANUAL DE EVALUACIÓN REGIONAL</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido (31-12-2003)</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> 1 MANUALES DE EVALUACIÓN SECTORIAL.2 MANUALES DE EVALUACIÓN EMPRESARIAL PARA PROSPECCIÓN DE MERCADOS.3 MANUALES DE</p>

		EVALUACIÓN EMPRESARIAL PARA PENETRACIÓN DE MERCADO.
1.1 Generar categorías de registro que permitan identificar las externalidades (bienes públicos) generadas por las actividades financiadas por los proyectos.	<p>8. Presentación de metodología de difusión de los resultados finales de los proyectos (transmisión de experiencias exitosas), considerando la opinión de los actores relevantes.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Diciembre 2003</p>	<p>La gerencia de Planificación y Presupuesto desarrolló, durante el segundo semestre del año 2003, una metodología de seguimiento y difusión de resultados para los proyectos de promoción de exportaciones, esta metodología responde a dos de las tareas fundamentales de ProChile y ha sido validada por actores relevantes del sector privado para la institución.</p> <p>1) Seguimiento y control de los proyectos de promoción de exportaciones que se realicen, a modo de poder evaluar el impacto que conlleva su ejecución.</p> <p>2) La difusión de la información relevante para el sector exportador obtenida a través de la realización de los proyectos de promoción de exportaciones</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido (31-12-2003)</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Documento "SEGUIMIENTO Y DIFUSION DE RESULTADOS".</p>
1.1 Generar categorías de registro que permitan identificar las externalidades (bienes públicos) generadas por las actividades financiadas por los proyectos.	<p>9. Implementación de la metodología de difusión.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Junio 2004</p>	<p>Para la implementación de la metodología de difusión se desarrolló un sitio web, el cual soporta la metodología de seguimiento y difusión de los resultados de los proyectos presentada a DIPRES en diciembre de 2003.</p> <p>Para verificar que el sitio en cuestión está en operación, visitar URL http://gestion.prochile.cl/resultados</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido (30-06-2004)</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Memo 6798. "Informe sobre metodología de evaluación, seguimiento y difusión".</p>

<p>1.2 Incentivar un mayor aporte de los exportadores a los proyectos, aprovechando el interés que existe por parte de éstos para financiar iniciativas que generan beneficios privados.</p>	<p>1. Presentación de pauta de evaluación de proyectos sectoriales y empresariales, aumentando la ponderación del co-financiamiento.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Diciembre 2003</p>	<p>Durante el año 2004 se presenta una pauta de evaluación que considera tres criterios, calidad de la propuesta, énfasis institucional y participación privada (cofinanciamiento), respectivamente. Para el año 2005 se definió una pauta que incorpora el criterio de "cofinanciamiento decreciente", el cual a su vez considera los subcriterios tamaño de empresa y porcentaje de cofinanciamiento privado.</p> <p>Al respecto, en el año 2004 se solicitaba un mínimo de cofinanciamiento privado del 40% del costo total del proyecto, lo cual permitiría evaluar en muy bueno aquellos que presentaban cofinanciamiento de un 60% o más, bueno entre 50 y 60%, regular entre un 40 y 50%.</p> <p>Por su parte, para el año 2005 se definió un mínimo de cofinanciamiento privado del 50% del costo total del proyecto, 10 puntos porcentuales más que el año 2004. Tal como se menciona más adelante, el proyecto en este subcriterio será evaluado como muy bueno si el cofinanciamiento privado, es del 70% o más, bueno si es entre 60 y 70% y regular si es entre 50 y 60%.</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido (30-06-2005)</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Pauta y manual definido para el 2004 y 2005</p>
<p>1.2 Incentivar un mayor aporte de los exportadores a los proyectos, aprovechando el interés que existe por parte de éstos para financiar iniciativas que generan beneficios privados.</p>	<p>2. Definición de pauta (porcentajes) decreciente de co-financiamiento por sector y/o mercado (concurso 2005), que será aplicada en el financiamiento de los proyectos.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Junio 2004</p>	<p>La pauta evaluación definida por la institución para incentivar un mayor aporte de los exportadores para priorizar los recursos del fondo de promoción de exportaciones, define como uno de sus criterios el "cofinanciamiento decreciente", el que considera a su vez los criterios tipo de empresa y porcentaje de aporte privado. Cabe señalar, que éstos criterios se basan en la segmentación de clientes definida y la matriz de cofinanciamiento privado,</p>

		<p>respectivamente. Se entenderá "cofinanciamiento decreciente", como el aporte público institucional, según el tramo al que pertenezcan las empresas. En medio de verificación se detalla pauta de evaluación.</p> <p>Es importante tener presente, que en el marco de la planificación estratégica de Prochile, la gestión institucional se focalizará en sectores, por ende empresas, que contribuyan a generar impacto, especialmente en el corto y mediano plazo. Para ello Prochile ha definido una segmentación de clientes, considerando las ventas totales anuales (locales y externas), lo que permite categorizar el criterio tipo de empresas, según se detalla a continuación:</p> <p>Segmento I: Empresas con ventas anuales menores de USD \$ 50.000, con potencial exportador y sin experiencia exportadora.</p> <p>Segmento II: Empresas con ventas anuales entre USD \$ 50.000 y USD \$ 7.500.000 con potencial exportador y con exportaciones hasta USD \$ 1.500.000</p> <p>Segmento III: Empresas con ventas anuales entre USD \$ 50.000 y USD \$ 7.500.000 con exportaciones entre USD \$ 1.500.000 y USD \$ 7.500.000.</p> <p>Segmento IV: Empresas con ventas anuales mayores a USD \$ 7.500.000, con exportaciones hasta USD \$ 3.000.000.</p> <p>Segmento V: Empresas con ventas totales superiores a USD \$ 7.500.000, con exportaciones mayores a USD \$ 3.000.000.</p> <p>La segmentación anterior permite definir una matriz de cofinanciamiento según el tipo de empresas.</p>
--	--	--

		<p>MATRIZ COFINANCIAMIENTO PRIVADO PROYECTOS EMPRESARIALES Y SECTORIALES. FONDO PROMOCION DE EXPORTACIONES</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Segmento</th> <th colspan="2">Aporte Privado</th> </tr> <tr> <th>Empresariales</th> <th>Sectoriales</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>I</td> <td>30%</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>II</td> <td>40%</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>III</td> <td>50%</td> <td>40%</td> </tr> <tr> <td>IV</td> <td>60%</td> <td>50%</td> </tr> <tr> <td>V</td> <td>70%</td> <td>60%</td> </tr> </tbody> </table> <p>Por último, la segmentación de clientes institucional y la matriz de cofinanciamiento privado, permiten obtener en el modelo de evaluación, en base a la herramienta analítica, los pesos de las variables que definen el criterio "cofinanciamiento decreciente".</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido (30-06-2005)</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Documento que detalla la pauta de evaluación, específicamente el criterio "cofinanciamiento privado"</p>	Segmento	Aporte Privado		Empresariales	Sectoriales	I	30%	20%	II	40%	30%	III	50%	40%	IV	60%	50%	V	70%	60%
Segmento	Aporte Privado																					
	Empresariales	Sectoriales																				
I	30%	20%																				
II	40%	30%																				
III	50%	40%																				
IV	60%	50%																				
V	70%	60%																				
<p>1.2 Incentivar un mayor aporte de los exportadores a los proyectos, aprovechando el interés que existe por parte de éstos para financiar iniciativas que generan beneficios privados.</p>	<p>3. Aplicación de la pauta (porcentajes) decreciente al concurso con presupuesto 2005, presentando indicadores con resultados de cofinanciamiento, para todas las categorías de proyectos en cada uno de los sectores y mercados relevantes.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Diciembre 2004</p>	<p>La pauta de evaluación se aplicó a la totalidad de proyectos presentados en el proceso de asignación de recursos el año 2005. Esto permitió asignar los recursos en los sectores/Mercados priorizados por la institución, los cuales surgen de la implementación de la estrategia institucional. Cabe señalar, que la pauta se aplicó en el proceso del año 2005, para comparar con el año 2004, el análisis se hace a nivel de aumento de cofinanciamiento según el segmento al cual pertenecen las empresas involucradas en los proyectos aprobados en los años 2004 y 2005, respectivamente.</p> <p>Como resultado de la aplicación de la pauta a los 66 proyectos presentados, se obtuvo un Ranking de Proyectos, que detalla las notas obtenidas en cada</p>																				

		<p>uno de criterios a evaluar. En relación a los proyectos aprobados, se señala lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> · El cofinanciamiento privado total alcanza al 72%, 7 puntos porcentuales más que el año 2004. · Considerando la segmentación de clientes y lo señalado en el punto 1.2.2, en el segmento I (micro empresas) el cofinanciamiento privado alcanzó al 66%, siendo el año 2004 de un 73%. · En el segmento II (empresas pymex, con exportaciones hasta 1.5 millones de dólares) el cofinanciamiento privado fue de un 69%, 8 puntos porcentuales más que el año 2004. · En el segmento III (empresas pymex, con exportaciones sobre 1.5 millones de dólares) el cofinanciamiento privado alcanzó al 72%. · En el segmento IV (grandes empresas, con exportaciones hasta 3 millones de dólares) el cofinanciamiento privado fue de 76%, 6 puntos porcentuales más que el año 2004. · Por último, el segmento V (grandes empresas, con exportaciones sobre 3 millones de dólares) el cofinanciamiento privado fue de 78%, 16 puntos porcentuales más que el año 2004, siendo el alza más significativa. <p><u>Calificación:</u> Cumplido (30-06-2005)</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Documento con ranking de proyectos y cofinanciamiento diferenciado por segmento de empresas, resultantes de la aplicación de la pauta de evaluación.</p>
2.1 Desarrollar una metodología estándar de elaboración de metas	1. Presentación de Plan de Acción elaborado para cada uno de los	El marco del proceso de planificación estratégica, basado en el balanced scorecard, durante el año

<p>anuales. Se sugiere elaborar un registro anual de las políticas del FPE, indicando objetivos, tanto para proyectos, como para sectores productivos, u otro elemento (región, mercados, etc.) que se desee potenciar.</p>	<p>centros de responsabilidad (4 subdirecciones), considerando la fijación de metas.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Diciembre 2003</p>	<p>2004 Prochile modifica su organigrama, lo que implicó eliminar las 4 subdirecciones existentes a la fecha. Esto significó que se crea la Subdirección de Planificación y Control de Gestión y departamentos de mercado, sectoriales y regionales, además de información comercial (ver organigrama adjunto).</p> <p>En este sentido, son los Departamentos Sectoriales (servicios, industrias y alimentos, respectivamente) y Regiones (oficinas en cada región del país) quienes deben generar los planes de acción para apoyar la promoción de exportaciones desde la oferta chilena, es decir, trabajar directamente con las empresas exportadoras o con potencial exportador. Por ello, los planes de acción sectoriales surgen del trabajo coordinado entre las unidades sectoriales con las regiones involucradas, dependiendo la oferta a promocionar.</p> <p>Con respecto al Fondo de Promoción de Exportaciones, éste se relaciona directamente con los planes sectoriales de Industrias, Servicios y Productos del Mar (el resto del sector alimentos se apoya con el fondo agrícola). En cada plan sectorial se identifican los sectores y mercados prioritarios, que surgen del proceso de priorización institucional, el cual determinó las combinaciones producto/mercado con potencialidad exportadora y por ende, con impacto en corto y mediano plazo, así como también las actividades de promoción de exportaciones pertinentes de llevar a cabo durante el año 2005.</p> <p>A esto se une, que cada plan tiene metas anuales que apunta al aumento del número de clientes por sector y al aumento de las exportaciones de dichos clientes. Es así que:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Plan de acción del sector Servicios, compromete una meta de aumento de exportaciones de las empresas clientes del sector año 2005, de un 15% respecto de las exportaciones
---	---	---

		<p>realizadas el año 2004 y una variación del 25% de la cartera de clientes del sector.</p> <p>2. Plan de acción del sector Industrias, compromete una meta de aumento de exportaciones de las empresas clientes del sector año 2005, de un 15% respecto de las exportaciones realizadas el año 2004 y una variación del 25% de la cartera de clientes del sector.</p> <p>3. Plan de acción del sector Productos del mar, compromete una meta de aumento de exportaciones de las empresas clientes del sector año 2005, de un 15% respecto de las exportaciones realizadas el año 2004 y una variación del 30% de la cartera de clientes del sector.</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido (30-06-2005)</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Memorando de fecha 25 de abril de 2005 enviado a DIPRES. Se adjuntan planes de acción industrias, servicios y productos del mar.</p> <p>Organigrama de Prochile</p> <p>Organigrama de Prochile</p>
<p>2.1 Desarrollar una metodología estándar de elaboración de metas anuales. Se sugiere elaborar un registro anual de las políticas del FPE, indicando objetivos, tanto para proyectos, como para sectores productivos, u otro elemento (región, mercados, etc.) que se desee potenciar.</p>	<p>2. Presentación de estado de avance de la implementación del Plan de Acción, con presentación de resultados de indicadores definidos.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Junio 2004</p>	<p>Tal como se informó, para el año 2005 se implementaran planes de acción en los sectores de productos del mar, industrias y servicios, respectivamente. En dichos planes se consideran como indicadores de resultados: variación de clientes y variación de las exportaciones de los clientes en cada uno de estos sectores. Cabe señalar, que a la fecha (primer semestre año 2005) solo se puede considerar el análisis del indicador variación de clientes, ya que el otro indicador, variación de exportaciones, se mide anualmente, no tiene sentido realizar mediciones parciales. En documento señalado en medio de verificación se</p>

		<p>presenta detalle del estado de avance.</p> <p>A junio del año 2005, el Plan de acción de Productos del Mar tiene un estado de avance del 56%, se han ejecutado actividades de promoción de exportaciones definidas ya sea para el sector acuícola y/o pesca extractiva, consideradas en 5 proyectos de promoción de exportaciones, éstas se concentran principalmente en los mercados de Estados Unidos, México y Europa (España, Italia y Reino Unido). Cabe señalar, que hay actividades programadas a ejecutar durante el segundo semestre del año y otras que serán presentadas en proyectos de promoción de exportaciones en ese mismo período.</p> <p>Lo anterior, ha significado apoyar 23 empresas (en productos y mercados prioritarios, definidas en el plan), lo que implica un aumento con respecto al año 2004 de un 28% de las empresas clientes Prochile en éste sector, siendo además un 85% de regiones.</p> <p>Por su parte, el Plan de Industrias tiene un estado de avance del 45%, se han ejecutado un total de 15 actividades de promoción de exportaciones en los subsectores: artículos escolares y de oficina, envases y embalajes, insumos y equipos médicos, textil y confecciones, proveedores de equipos e insumos mineros y muebles. A la fecha, se han aprobado 23 proyectos, con un total de 33 actividades, las que se concentran principalmente en el mercado latinoamericano, aún quedan actividades para ejecutar durante el segundo semestre, a lo que se suman otras iniciativas que serán presentadas en dicho período.</p> <p>Esto implica que en el sector industrias se trabaja con 103 empresas, un 8% más de empresas clientes que el año 2004, siendo un 52% empresas regionales. Cabe señalar, que los subsectores con mayor crecimiento en empresas clientes son:</p>
--	--	---

		<p>envases y embalajes, maquinaria forestal y artículos escolares y de oficina, respectivamente.</p> <p>Por último, el Plan de acción de Servicios tiene un grado de avance del 62.5%, considerando los 19 proyectos de promoción de exportaciones aprobados, lo que implica un total de 32 actividades (20 ejecutadas), principalmente orientadas a los mercados de Latinoamérica y Europa. Los subsectores abordar son audiovisual, editorial, servicios de ingeniería, salud y TIC.</p> <p>Este avance implica una participación de 84 empresas, un 200% más de empresas clientes que el año 2004. Cabe señalar, que los subsectores con mayor crecimiento son: TIC, servicios de salud, audiovisuales y editoriales.</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido (30-06-2005)</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Documento estado de avance de cada plan de acción (industrias, servicios y productos del mar, respectivamente)</p>
<p>2.1 Desarrollar una metodología estándar de elaboración de metas anuales. Se sugiere elaborar un registro anual de las políticas del FPE, indicando objetivos, tanto para proyectos, como para sectores productivos, u otro elemento (región, mercados, etc.) que se desee potenciar.</p>	<p>3. Implementación del Plan de Acción completo.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Diciembre 2004</p>	<p>IMPLEMENTACION PLANES DE ACCIONES AÑO 2005</p> <p>A continuación se presenta informe relativo a la implementación de los planes de acción de los sectores Productos del Mar, Servicios e Industrias, respectivamente.</p> <p>1. PLAN DE ACCION SECTOR PRODUCTOS DEL MAR</p> <p>El Plan de Acción del sector Productos del Mar, apunta principalmente al posicionamiento de los productos del mar chilenos, en particular, de los productos que se enmarcan en la definición de pesca extractiva y acuicultura, en los mercados</p>

		<p>priorizados.</p> <p>La implementación de éste plan considera la ejecución de proyectos de promoción de exportaciones tendientes a la promoción los productos del mar, especialmente en mercados con reales oportunidades de negocios, especialmente aquellos con los cuales Chile tiene suscrito acuerdos comerciales. Al respecto, se destaca lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mediante el Fondo de Promoción Exportaciones se aprobaron 10 proyectos de promoción de exportaciones, que consideraban la ejecución de un total de 22 actividades de promoción de exportaciones, como misiones prospectivas, misiones comerciales, estudios de mercado, participación en ferias, entre otras. (ver detalle en cuadro adjunto). • Esto implicó apoyar a un total de 33 empresas, de las cuales el 71% son pymex (ventas totales anuales (nacionales y externas) entre 50.000 y 7.5 millones de dólares), 8% micro (ventas menores a 50.000 dólares) y un 21% grandes empresas. • Se realizaron 21 actividades, lo que implica un 95% de ejecución del plan de acción de productos del mar. Estas actividades se concentraron principalmente en los mercados de Nafta (50%, EE.UU y menor medida México), Europa (27%, Italia, España, Francia y Bélgica) y Asia (23%, Corea y China). • En términos de oferta exportable se realizaron actividades concretas para promocionar productos como ostiones, langostas vivas, filetes de anchoa, centollas y centellón, entre otros. En el caso de los ostiones, las actividades apuntaron a penetrar el mercado europeo, se realizaron misiones comerciales a Italia y España, con los filetes de anchoa, se prospectó el EE.UU, para
--	--	--

		<p>promocionar las langostas vivas se realizaron misiones de prospección a los mercados de Francia y Bélgica, para ver las posibilidades de exportación de centolla y centellón se prospectaron los mercados de EE.UU y Corea.</p> <ul style="list-style-type: none"> • De la ejecución del plan, se pueden destacar los siguientes avances: se logró abrir el mercado español para los ostiones con coral, se realizaron una de las primeras acciones de posicionamiento en el mercado chino, como fue participar en la feria China Fisheries & Seafood Expo 2005, se realizaron contactos comerciales concretos para exportar langostas vivas al mercado de Bélgica y Francia. • Por último, en relación a los indicadores de gestión definidos, "variación de empresas clientes" y "variación de exportaciones empresas clientes 2005/2004", se puede mencionar: <ul style="list-style-type: none"> o Tal como se señaló, a través de la ejecución del plan de acción de productos del mar se apoyaron 33 empresas, lo que significó un crecimiento del 83% con respecto a las apoyadas en el año 2004. o Del total de empresas apoyadas en el año 2005, el 80% registró exportaciones no tradicionales en dicho año, alcanzando éstas a 703 millones de dólares, un 24% más que el año 2004. <p>2. PLAN DE ACCION SECTOR SERVICIOS</p> <p>Este Plan de Acción está orientado a posicionar y visualizar al sector servicios como un sector con enormes potencialidades de exportación.</p> <p>En este contexto, su implementación considera la ejecución de proyectos de promoción de exportaciones tendientes a la promoción servicios</p>
--	--	--

		<p>tales como: audiovisuales, de ingeniería, TIC's, de salud, editoriales, educacionales y ambientales, especialmente, en mercados con reales oportunidades de negocios, especialmente aquellos con los cuales Chile tiene suscrito acuerdos comerciales. Al respecto, se puede señalar lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • A través del Fondo de Promoción de Exportaciones se aprobaron 20 proyectos de promoción de exportaciones, el 25% fue para servicios audiovisuales, otro 25% para servicios de ingeniería, 20% TIC's, 10% editoriales y el resto servicios educacionales, ambientales y educacionales. • El total de proyectos contemplaba la ejecución de un total de 56 actividades de promoción de exportaciones, como misiones prospectivas, misiones comerciales, estudios de mercado, participación en ferias, invitación potenciales clientes, realización de talleres, entre otras. (ver detalle en cuadro adjunto). • Mediante estos proyectos se apoyó un total de 107 empresas, de las cuales el 82% son pymex (ventas totales anuales (nacionales y externas) entre 50.000 y 7.5 millones de dólares), 5% micro (ventas menores a 50.000 dólares) y un 13% grandes empresas. • Se realizaron 49 actividades, lo que implica un 88% de ejecución del plan de acción de servicios. Estas actividades se orientaron a mercados de América del Sur (50%, Perú, Argentina, Colombia y Ecuador), Europa (29%, Italia, España y Francia), Nafta (18%, EE.UU y México) y Asia (3%, China). • En audiovisual se realizaron actividades principalmente para apoyar lanzamientos de películas y cortometrajes, con ruedas de negocios
--	--	---

		<p>en países como Italia, Francia, España y en menor medida EE.UU y Canadá. En servicios de ingeniería, se ejecutaron actividades en México y Perú, a objeto de promocionar servicios para obras de infraestructura, minería, entre otros, además se prospectó el mercado chino para ver posibilidades en las mismas áreas.</p> <p>Con empresas editoriales se realizaron misiones comerciales a Colombia y Argentina, y se participó en ferias internacionales en México, España y Argentina. En servicios de salud, se ejecutaron misiones y traída de compradores, especialmente de Argentina y Ecuador. En TIC's se trabajó en el posicionamiento en mercado de América del Sur y en la búsqueda de socios estratégicos en el mercado Europeo. También se realizaron misiones comerciales a Brasil con servicios acuícolas. Por último, se pone en marcha el portal de servicios, www.chileexportaservicios.cl, actividad realizada en conjunto con la Cámara de Comercio de Santiago.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entre los avances a destacar se pueden mencionar los siguientes: se inicia importante trabajo con empresas pertenecientes a los servicios de salud y TIC's, en éste se logró concretar alianza con empresa TIC's alemana orientada al mercado de habla español, venta de películas chilenas al mercado argentino y español (canales de TV privados), primeras exportaciones de servicios acuícolas a Brasil, primeros acercamientos con el mercado chino para dar a conocer innovadora tecnología para pavimentación (servicios), orientado al gobierno chino, mayores exportaciones de los servicios de ingeniería a México y concreción de nuevas alianzas de negocios. • Por otro lado, con respecto a los indicadores de gestión definidos, "variación de empresas clientes" y "variación de exportaciones empresas clientes 2005/2004", se presenta sus resultados:
--	--	--

		<p>o A través de la implementación del plan de acción del sector servicios se apoyaron 107 empresas, lo que significó un crecimiento del 282% con respecto al año 2004. El subsector servicios de ingeniería presentó el mayor crecimiento a esto se unió la incorporación de nuevos subsectores como son servicios de salud, educacionales y TIC's.</p> <p>o Del total de empresas apoyadas, el 32% registró exportaciones en el año 2005, alcanzando éstas a 38 millones de dólares, un 17% más que el año 2004. El subsector de mayor crecimiento fue el audiovisual. Cabe señalar, que éstas cifras se obtuvieron directamente de las empresas en cuestión, lo anterior responde a la imposibilidad de obtener cifras del Servicio Nacional de Aduanas (existe una sola partida arancelaria para el sector servicios, lo que no permite diferenciar a nivel de sector ni menos subsector).</p> <p>3. PLAN DE ACCION SECTOR INDUSTRIAS</p> <p>Este Plan de Acción está orientado a contribuir al posicionamiento de Chile como proveedor industrial, con una amplia oferta exportable de productos manufacturados, además de proveedor de soluciones integrales, desarrolladas a partir de los requerimientos propios de las distintas industrias, con desarrollo tecnológico que permite sustituir importaciones.</p> <p>En este sentido, su implementación considera la ejecución de proyectos de promoción de exportaciones tendientes a la promoción productos asociados a los subsectores proveedores para la minería, textil y confecciones, artículos escolares, equipos e insumos médicos, bienes de capital agrícola, maquinaria forestal y equipos madereros, muebles, entre otros. Al respecto, se puede señalar lo siguiente:</p>
--	--	---

		<ul style="list-style-type: none"> • Mediante el Fondo de Promoción de Exportaciones se aprobaron 33 proyectos de promoción de exportaciones, el 24% fue para proveedores para la minería, 15% textil y confecciones, 6% artículos escolares, y otros como maquinaria y equipo forestal maderero, envases y embalajes y bienes de capital agrícola. • El total de proyectos contemplaba la ejecución de un total de 62 actividades de promoción de exportaciones, como misiones prospectivas, misiones comerciales, participación en ferias internacionales, invitación potenciales clientes, visita a ferias internacionales, realización de show room, entre otras. (ver detalle en cuadro adjunto). • A través de estos proyectos se apoyaron 128 empresas, de las cuales el 68% son pymex (ventas totales anuales (nacionales y externas) entre 50.000 y 7.5 millones de dólares), 9% micro (ventas menores a 50.000 dólares) y un 23% grandes empresas. • Se realizaron 52 actividades, lo que implica un 84% de ejecución del plan de acción de industrias. Estas actividades se orientaron a mercados de América Latina, excluido México (50%, Perú, Brasil, Argentina y Colombia), Europa (15%, Italia, España y Francia), Nafta (27%, principalmente México) y Asia (8%, China). • En proveedores para la minería se participó en ferias internacionales y se realizaron misiones comerciales a Brasil, México y Colombia, a lo que unieron misiones prospectivas a EE.UU y Canadá. Con maquinaria y equipos forestales madereros, se participó en feria internacional en Argentina y misiones prospectivas al mercado centroamericano. En el caso de los bienes de capital agrícola y agroindustriales, las acciones se centraron en Perú (realización de seminario y traída de potenciales
--	--	--

		<p>compradores).</p> <p>Con artículos escolares se participó en ferias internacionales en Brasil y México, de éste último además se invitaron potenciales compradores. Con envases y embalajes se participó en ferias internacionales en Argentina y traída de potenciales compradores de Colombia.</p> <p>En el caso textil y confecciones, las actividades se orientaron a México y Canadá, misiones comerciales y showroom, y misiones prospectivas a EE.UU. En artesanías, especialmente de microempresarias se realizaron misiones y showroom en Italia.</p> <p>A esto se une, el trabajo con insumos y equipos médicos, especialmente en el mercado de Brasil.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entre los avances a destacar se pueden mencionar los siguientes: se inicia el trabajo con empresas de los subsectores artículos escolares, envases y embalajes, bienes de capital agrícola, artesanías y construcción. Con empresas de confecciones se realizaron showroom en Canadá y México, reflejándose en el aumento de las exportaciones a Canadá. Se lograron las primeras exportaciones de microempresarias de artesanía a Italia. <p>En proveedores de la minería se fortalecieron las acciones hacia los mercados México y Brasil, en éste se participa por primera vez en una las ferias más importantes del rubro en dicho país. En muebles se apoya el posicionamiento de Chile como proveedor de muebles en mercado de EE.UU, se participa en una de las ferias más importantes del mundo, lo que incide positivamente en sus exportaciones (100% empresas regionales).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Con respecto a los indicadores de gestión definidos, "variación de empresas clientes" y "variación de exportaciones empresas clientes
--	--	--

		<p>2005/2004", se presenta sus resultados:</p> <p>o Tal como se mencionó, se apoyaron 128 empresas, lo que significó un crecimiento del 35% con respecto al año 2004. El subsector con mayor crecimiento fue proveedores para la minería, además se nuevos subsectores como son artículos escolares, envases y embalajes, bienes de capital agrícola, artesanías y construcción.</p> <p>o Del total de empresas apoyadas durante el año 2005, el 70% registró exportaciones dicho año, alcanzando éstas a 362 millones de dólares, un 33% más que el año 2004. Los subsectores con mayor crecimiento, en orden de importancia, fueron proveedores para la minería, artículos escolares y muebles.</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido (31-12-2005)</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> IMPLEMENTACION PLAN DE ACCION PRODUCTOS DEL MAR 2005</p> <p>Informe de avance (documento entregado para compromiso 2.1.2)</p> <p>IMPLEMENTACION PLAN DE ACCION SERVICIOS 2005</p> <p>IMPLEMENTACION PLAN DE ACCION INDUSTRIAS 2005</p>
<p>2.2 Revisar los procesos de presentación y evaluación de proyectos al concurso del FPE. Lo anterior, en la óptica de eliminar rigiezes innecesarias y de adaptar los procedimientos al sector exportador</p>	<p>1. Presentación de resultados de la revisión del funcionamiento operativo y administrativo del concurso 2003, incluidas conclusiones y posibles cambios.</p>	<p>El proceso de asignación de recursos año 2004, consideró la presentación de proyectos de promoción de exportaciones por parte de las unidades de Prochile que trabajan directamente con la oferta exportable (departamentos sectoriales y direcciones regionales) y la demanda externa</p>

de servicios.	<u>Fecha de Vencimiento:</u> Diciembre 2003	<p>(oficinas comerciales en el exterior). Este proceso aplica a todos los sectores que son ámbito de acción de Prochile, por lo tanto involucra el trabajo en el sector servicios.</p> <p>La revisión del funcionamiento operativo y administrativo de éste proceso consideró, principalmente, el análisis de los canales de comunicación para informar de las distintas etapas, de las responsabilidades asociadas, de los plazos y de la información relevante para una óptima presentación de proyectos.</p> <p>Como resultado de esta revisión, se pudo concluir lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Es necesario mejorar y formalizar los canales de comunicación internos, esto con el objetivo de traspasar responsabilidades y autonomía en las tareas a desarrollar por las unidades involucradas. · Es fundamental facilitar el acceso a información, especialmente de los manuales y formatos de presentación de los proyectos. <p>En este sentido, las mejoras a implementar consideran los siguientes aspectos, que aplica también al sector servicios:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Formalizar el proceso de asignación de recursos mediante comunicaciones escritas del Director de Prochile en las cuales se detalle claramente, entre otros aspectos, las etapas del proceso de asignación de recursos, modalidad de presentación de proyectos, responsabilidades de las distintas unidades y los principales criterios a tener presente en dicha presentación. 2. Facilitar el acceso a información, se desarrolla módulo en la intranet institucional en la cual se publican los manuales, formatos e
---------------	--	--

		<p>información relevante para la presentación de proyectos al FPE.</p> <p>3. Realizar reuniones de coordinación con las unidades ya señaladas tanto para informar aspectos operativos y administrativos relevantes del proceso como para reforzar lo importante de la coordinación entre dichas unidades, con el propósito de alinear sus acciones con las estrategias institucionales y resultados esperados de corto y mediano plazo.</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido (30-06-2005)</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Documento que detalla resultados del proceso de revisión año 2004</p>
<p>2.2 Revisar los procesos de presentación y evaluación de proyectos al concurso del FPE. Lo anterior, en la óptica de eliminar rigieles innecesarias y de adaptar los procedimientos al sector exportador de servicios.</p>	<p>2. Evaluación de la pertinencia de los procesos aplicados en el concurso con presupuesto 2004.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Junio 2004</p>	<p>Considerando los resultados de la evaluación del proceso del año 2004, para el año 2005 se implementaran las siguientes mejoras, que son válidas tanto a nivel general como al sector servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Mediante memorandum del Director de Prochile, se formalizó el proceso de asignación de recursos año 2005, en dicho memorandum se informa a todas las unidades involucradas (departamentos sectoriales, departamentos internacionales y direcciones regionales) de las etapas del proceso, enfatizando los criterios de evaluación de la información y formatos a considerar en la presentación de los proyectos. A objeto de facilitar el acceso a ésta información, los manuales y formatos se publicaron en la intranet institucional, en el módulo definido para estos efectos. · Además se formalizó un Comité Evaluador, quien tiene como responsabilidad velar por la asignación eficiente y eficaz de los recursos, en

		<p>función de los lineamientos estratégicos institucionales y de disponibilidad presupuestaria institucional. Este comité está conformado por el Subdirector de Planificación y Control de Gestión, quien preside, por un representante de las Gerencia de Control de Gestión, Planificación y Presupuesto, respectivamente. A estos se unen representantes de los departamentos internacionales (mercados), sectoriales o regionales, según sea el alcance de los proyectos presentados.</p> <ul style="list-style-type: none"> · Cada proponente del proyecto presenta los proyectos ante el comité evaluador, quien considera los criterios definidos en la pauta de evaluación y puntualiza aspectos complementarios, tales como: claridad de objetivos y resultados esperados, tipo de empresa (segmento Prochile), pertinencia y representatividad de la oferta, cofinanciamiento privado, apoyo histórico institucional, etc. · Por otro lado, como input a la etapa de presentación de proyectos se realizaron talleres sectoriales de coordinación, en los cuales participaron los departamentos sectoriales, de mercado y regiones involucradas en los planes de acción sectoriales (industrias, servicios y productos del mar). Estos tuvieron como objetivo, apoyar la coordinación de Sectores-Regiones y Mercados en la definición y análisis de los planes de promoción de Exportaciones para pares Producto / Mercado definidos como prioritarios, para la asignación de recursos 2005 y la definición de metas institucionales <p><u>Calificación:</u> Cumplido (30-06-2005)</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Documento que detalla mejoras implementadas para proceso año 2005</p>
--	--	---

		<p>Memorandum del Director Prochile formalizando proceso de asignación de recursos año 2005 (presentación proyectos de promoción de exportaciones)</p>
<p>2.2 Revisar los procesos de presentación y evaluación de proyectos al concurso del FPE. Lo anterior, en la óptica de eliminar rigieles innecesarias y de adaptar los procedimientos al sector exportador de servicios.</p>	<p>3. Aplicación de cambios en el concurso 2005 que surjan de la revisión de los concursos 2003 y 2004.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Diciembre 2004</p>	<p>En el proceso de asignación de recursos del año 2005, se consideraron las mejoras señalados en el punto 2.2.2, principalmente en aspectos relacionados con la formalización del proceso de asignación de recursos, la facilitación al acceso a información, realización de reuniones de coordinación y la evaluación de los proyectos presentados.</p> <p>Estas mejoras involucran a todos sectores que son objeto de trabajo de Prochile, en los cuales está el sector servicios. Al respecto, se destaca lo siguiente:</p> <p>Formalización de un Comité Evaluador y aplicación de una pauta de evaluación que involucra criterios estratégicos para la institución, como son: calidad de la propuesta (justificación, resultados y viabilidad estratégica), énfasis institucional y cofinanciamiento privado, respectivamente.</p> <p>Por otro lado, se unen las mejoras en los canales de comunicación institucionales, facilitación al acceso de información del proceso, para lo cual se habilitó un módulo de información en la intranet institucional. Además de la realización de talleres de coordinación sectoriales (servicios, industrias y productos del mar).</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido (30-06-2005)</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Memorandum Director de Prochile formalizando proceso asignación recursos 2005</p> <p>Documento detallando otras mejoras aplicadas al</p>

		proceso 2005
<p>2.2 Revisar los procesos de presentación y evaluación de proyectos al concurso del FPE. Lo anterior, en la óptica de eliminar rigieles innecesarias y de adaptar los procedimientos al sector exportador de servicios.</p>	<p>4. Presentación del diagnóstico de las necesidades de los beneficiarios de empresas de servicios.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Junio 2004</p>	<p>En los medios de verificación enviados se adjunta el Diagnóstico de las necesidades de los beneficiarios de empresas de servicios, documento que fue presentado a la Subdirección de Planificación y Control de Gestión de ProChile por el Departamento de Servicios.</p> <p>Descripción de las necesidades del sector servicios:</p> <p>1.- A nivel Macro:</p> <p>a) Contar con entornos políticos, sociales y económicos estables que estimulen la generación y desarrollo de proyectos de inversión (asociados a los cuales se generan oportunidades para la prestación de servicios).</p> <p>b) Contar con sistemas financieros maduros y que además complementen eficientemente la prestación de servicios de empresas de ingeniería, construcción, etc.</p> <p>c) Conjuntamente con lo anterior, factores tales como la seguridad, estabilidad política, económica y jurídica, el desarrollo tecnológico, facilidades para emprender, acceso a la diversión y la cultura, disponibilidad de profesionales calificados y actitud hacia el libre comercio, entre otros, se constituyen en factores de entorno considerados al momento de seleccionar una ciudad para localizar empresas de servicios orientadas al mercado global. La promoción de estos aspectos por algunas ciudades de la región está generando interesantes desplazamientos de sedes de conglomerados internacionales, repercutiendo positivamente en la actividad económica de dichas ciudades.</p> <p>d) Favorecer la liberalización del comercio de servicios y la suscripción de acuerdos de doble tributación. En este sentido Chile lleva un camino adelantado. La importancia creciente del sector servicios en la economía mundial ha llevado a que sea abordado en forma independiente en las negociaciones internacionales, tanto a nivel bilateral</p>

		<p>como multilateral. Este hecho reconoce explícitamente la singularidad y especificidad de este sector y abre enormes oportunidades para desarrollar un mayor y mejor comercio de servicios. Los tratados de libre comercio, junto con liberalizar el comercio de servicios y consolidar la legislación, proporcionan reglas de estabilidad, certidumbre y transparencia, entre otros aspectos que favorecen directamente las oportunidades para incrementar las exportaciones de servicios.</p> <p>e) Fortalecer la inversión en formación de recursos humanos especializados, bilingües, y que puedan abordar funciones crecientemente complejas con multiplicidad de habilidades involucradas</p> <p>2.- A nivel de la promoción de exportaciones:</p> <p>a) Poca visibilidad del sector. No hay un registro adecuado del su contribución a la economía del país.</p> <p>b) Como consecuencia de lo anterior no ha tenido prioridad en el diseño de políticas públicas</p> <p>c) No hay instrumentos de promoción de exportaciones adecuados a las necesidades del sector y los de bienes se adaptan mal.</p> <p>d) Existen importantes barreras internas a la exportación de servicios.</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido (30-06-2004)</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Memo 6814. Informe Respuesta Dipres 2004-Departamento de Servicios.</p>
<p>2.2 Revisar los procesos de presentación y evaluación de proyectos al concurso del FPE. Lo anterior, en la óptica de eliminar rigiezes innecesarias y de adaptar los procedimientos al sector exportador de servicios.</p>	<p>5. Presentación del diseño de nuevos instrumentos para el sector servicios, de acuerdo a resultados del diagnóstico.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Diciembre 2004</p>	<p>Para el cumplimiento de estos compromisos se adjunta documento denominado " Informe cumplimiento de Compromisos DIPRES Sector Servicios 2005"</p> <p>En este documento, se presenta el diseño de un portal de servicios cuyos contenidos implican innovación respecto a los instrumentos de información comercial tradicionales de ProChile y se presenta un test de potencialidad exportadora. El</p>

		<p>objetivo de dicho instrumento es identificar con mayor precisión a las empresas que ya forman parte de la cartera de clientes del departamento y también nuevas empresas que permitan ampliar dicha cartera. Inicialmente, se diseñó un test para el sector TIC's y actualmente se está en proceso de revisión para su adaptación a los demás sectores de servicios.</p> <p>La aplicación de resultados de la aplicación de los cambios propuestos para el sector servicios se materializará cuando se realice concurso nacional de promoción de exportaciones.</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido (31-12-2004)</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> El medio de verificación es un Memorandum Nº 14.441 de fecha 23 de diciembre del 2004 enviado por el Jefe del Departamento de Servicios de ProChile al Subdirector de Planificación y Control de Gestión de ProChile, en el cual se adjunta Informe</p>
<p>2.2 Revisar los procesos de presentación y evaluación de proyectos al concurso del FPE. Lo anterior, en la óptica de eliminar rigieles innecesarias y de adaptar los procedimientos al sector exportador de servicios.</p>	<p>6. Presentación de resultados de la aplicación de los cambios propuestos para el sector servicios.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Diciembre 2004</p>	<p>ProChile entendiendo la importancia del sector Servicios crea el departamento de "Servicios" que tiene por tarea promover las exportaciones de servicios a travez del apoyo de proyectos relacionados, en esta materia se determinaron como servicios prioritarios a mercados prioritarios los siguientes pares producto/mercado</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Servicios de Ingeniería y Construcción al mercado Centroamericano y Sudamericano. 2.- Servicios Audiovisuales a EEUU y Europa. 3.- Servicios Editoriales a Europa. <p>En este sentido se apoyaron 9 proyectos con montos de financiamiento de ProChile que ascienden a US\$ 152.772 con un cofinanciamiento privado de 64%, con lo que el monto total destinado a promoción de exportaciones de los sectores de Servicios asciende a US\$427.008. Para la asignación de estos recursos en concurso</p>

		<p>interno se aplicó la ficha de evaluación de anteproyectos de promoción de exportaciones 2004, presentada en el documento "Pertinencia de los procesos aplicados en la asignación de recursos del fondo de promoción de exportaciones tradicional 2004" que da cumplimiento al compromiso 2.2.2 en su ANEXO II.</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido (31-12-2004)</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Memorandum enviado con fecha 25 de abril de 2005 a DIPRES</p>
2.3 Incorporar indicadores de desempeño del programa al Sistema de Información para la Gestión del PMG.	<p>1. Presentación diseño de indicadores de desempeño de los proyectos financiados por el FPE e incorporación en el Sistema de Información para la Gestión (SIG) del PMG.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Diciembre 2003</p>	<p>En Formulario H de la Formulación Presupuestaria 2005 se incorporan 10 indicadores de desempeño de los cuales 8 corresponden a Resultado (Final e Intermedio), los que serán incorporados al SIG institucional.</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido (30-06-2004)</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Planilla de indicadores SIG de DIRECON y Bases para la elaboración y diseño del PMG.</p>
2.3 Incorporar indicadores de desempeño del programa al Sistema de Información para la Gestión del PMG.	<p>2. Presentación de indicadores del FPE definidos en el SIG cuantificados.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Junio 2004</p>	<p>En Formulario H de la Formulación Presupuestaria 2005 se incorporan 10 indicadores de desempeño de los cuales 8 corresponden a Resultado (Final e Intermedio), los que serán incorporados al SIG institucional. Todos estos indicadores se presentan cuantificados.</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido (30-06-2004)</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Memo 6844. Indicadores de desempeño de proyectos financiados por el FPE y FPEA en el SIG.</p>
3.1 Elaborar una metodología y una base de información que permita evaluar el impacto del FPE, por tipo de	1. Presentación de una metodología de evaluación y seguimiento de resultados (experiencias exitosas)	La metodología de evaluación y seguimiento se presentó al consejo en el mes de abril para recibir de éstos las sugerencias respectivas en el mes de

<p>empresa y/o sector económico.</p>	<p>para optimizar la intervención por tipo de empresa y categoría de proyecto.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Junio 2004</p>	<p>mayo, esta metodología se aprobó. Para ello se trabajó en la validación y descripción de las actividades estratégicas, en la validación de sus contenidos y en la elaboración de los informes técnicos por actividad estratégica.</p> <p>Descripción de la metodología de seguimiento y difusión:</p> <p>La metodología de seguimiento y difusión de los proyectos del F.P.E.A. que se propone implementar en ProChile, está orientada a dos tareas fundamentales:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Disponer de información periódica de los proyectos de promoción de exportaciones que se están ejecutando, de forma tal de controlar el cumplimiento de las actividades presentadas a través del proyecto y el impacto que conlleva la realización del proyecto para el sector exportador nacional. 2. Permitir al sector exportador nacional el acceso a información y conocimientos de alta calidad, sobre las características y condiciones de los mercados, los clientes y los consumidores internacionales, generados a partir del desarrollo de los proyectos de promoción de exportaciones. <p>Para el cumplimiento de ambas tareas, se ha definido que es necesario obtener de los proyectos de promoción de exportaciones dos tipos de información, información privada e información pública.</p> <p>La información privada se refiere a información de carácter estratégico, relacionada con el negocio de la empresa o grupo de empresas que cofinancian o participan en el proyecto. Esta información, si bien no es pertinente de comunicar al público en general, es de gran utilidad para la Subsecretaría de Agricultura y ProChile, ya que indicará el nivel de ejecución de las actividades presupuestadas en los</p>
--------------------------------------	---	---

		<p>proyectos y el impacto que estos proyectos tienen para el sector exportador.</p> <p>La información pública es aquella que puede ser asimilable a un bien público y que constituye la generación de conocimiento para el sector exportador. La metodología de seguimiento y difusión permitirá contar con información clave y actualizada sobre productos o mercados que son de interés para las empresas exportadoras nacionales.</p> <p>La información privada es confidencial y sólo tendrán acceso a ella la Subsecretaría de Agricultura y los profesionales de ProChile, en cambio la información pública tendrá un periodo de exclusividad en virtud del porcentaje de cofinanciamiento público comprometido en el proyecto, posterior a este período, la información será publicada y difundida a todo el sector exportador nacional.</p> <p>Para la obtención de la información pública y privada de un proyecto de promoción de exportaciones agropecuaria, se propone hacer un seguimiento a través del diseño de Informes Técnicos que rescaten de cada Proyecto un contenido mínimo de información que garantice una generación básica de conocimientos.</p> <p>A través de los 11 Informes Técnicos confeccionados adjuntos según las Actividades Estratégicas definidas por ProChile, es posible identificar las variables a las cuales se le hará seguimiento, como por ejemplo el monto de negocios concretados.</p> <p>Estos 11 informes técnicos se adjuntan para mayor información.</p> <p>Las principales variables de la metodología de seguimiento y difusión son las siguientes:</p> <p>A.- PARA INVITACION A POTENCIALES CLIENTES: 1.- Contactos Concretados.</p>
--	--	---

		<p>2.- Negocios o alianzas concretadas. 3.- Edad de los consumidores finales. 4.- Nivel socioeconómico y/o cultural 5.- Interés por la cultura latinoamericana. B.- MISIONES DE PENETRACION 1.- Contactos realizados. 2.- Negocios o alianzas realizadas. 3.- Compradores. 3.- Monto y volumen transado. 4.- Nichos de mercado. 5.- Características de los productos (presentación, envase, etiquetado, embalaje) 6.- Exigencias de los mercados (normas de calidad, exigencias sanitarias, medioambientales) 7.- Principales proveedores, lugar de origen, precio de venta, monto y volumen transado. C.- VISITA A FERIAS. 1.- Contactos realizados. 2.- Negocios o alianzas realizadas. 3.- Nichos de mercado. 4.- Características de los productos (presentación, envase, etiquetado, embalaje) 5.- Ventajas de contra estación respecto a la competencia. 6.- Comportamiento de la competencia. 7.- Productos similares</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido (31-12-2004)</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Carpeta adjunta al OFICIO PUB. (DIRECONPROEX) N°2831-A/ del 30 de junio. De el Subdirector de Planificación y Control de Gestión. A Departamento de evaluación de DIPRES. (AT Heidi Berner) 11 Infomes técnicos adjuntos a carta enviada el 14-03-05 en respuesta a carta de Sra. Marcela Guzmán n°291 del 28-10-04</p>
3.1 Elaborar una metodología y una base de información que permita	2. Aplicación de la metodología de evaluación a los proyectos del	En relación a la elaboración de una metodología y base de información que permita evaluar el impacto

<p>evaluar el impacto del FPE, por tipo de empresa y/o sector económico.</p>	<p>concurso con presupuesto 2004, que finalizan con fecha posterior a Junio 2004.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Diciembre 2004</p>	<p>del FPE, cuya propuesta fue cumplida en compromiso 3.1.1. se establecieron dos grandes áreas a trabajar, la generación de información, resultados intermedios, de los proyectos apoyados mediante el FPE, en base a informes técnicos según actividades estratégicas y la difusión de éstos a través de la web institucional. Los datos recogidos complementan la información existente de variación de exportaciones para cada empresa apoyada por el FPE, para evaluar el impacto del programa.</p> <p>Estos informes técnicos presentan resultados intermedios que apuntan principalmente a la generación de información y/o acciones que contribuyen a la promoción de exportaciones, como por ejemplo: conocimiento de la competencia en los mercados externos, conocimiento en terreno de las variables que influyen en la comercialización de los productos o servicios en cuestión, contacto con importadores tanto en mercados de destino como en Chile, etc., lo que permite verificar e interpretar los resultados finales, variación de exportaciones de las empresas participantes de los proyectos en cuestión. (exante/expost).</p> <p>En este sentido, los proyectos apoyados durante el año 2004 y cuyas actividades fueron ejecutadas durante ese mismo año cuentan con informes técnicos y están publicados en la intranet institucional. Los proyectos apoyados en el año 2005 y cuyas actividades estratégicas se han ejecutado durante el primer semestre del año también cuentan con los respectivos informes técnicos. (idem anterior).</p> <p>Por otro lado, en la intranet institucional se encuentran publicados los formatos de informes técnicos y los informes técnicos según actividades estratégicas de los proyectos señalados. En particular, se encuentran en Módulo de Información Control de Gestión, en formatos e informes técnicos, respectivamente. Lo anterior, se aprecia</p>
--	--	---

		<p>en los medios de verificación enviados a Dipres.</p> <p>Cabe señalar, que esto permite que todos los profesionales, especialmente los relacionados con las áreas del negocio (departamentos sectoriales y de mercado, oficinas comerciales y direcciones regionales) puedan acceder a dicha información, y así contribuir a la difusión a las empresas relacionadas con los temas en cuestión, velando por una entrega focalizada del "bien público".</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido (30-06-2005)</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Documento, presentación informes técnicos de actividades estratégicas proyectos 2004 y 2005, respectivamente.</p> <p>Base de datos empresas apoyadas por FPE año 2004. Exportaciones 2003/2004.</p> <p>Documento Informe Técnico "Estudios de Mercado"</p> <p>Documento Informe Técnico "Invitación de potenciales clientes y otros de interés"</p> <p>Documento Informe Técnico "Misión comercial de penetración"</p> <p>Documento Informe Técnico "Misión comercial de prospección"</p> <p>Documento Informe Técnico "Participación en seminarios, conferencias, congresos y otros"</p> <p>Documento Informe Técnico "Publicidad y Promoción"</p> <p>Documento Informe Técnico "Realización de showrooms o degustaciones de productos"</p>
--	--	---

		Documento Intranet módulo intranet institucional
<p>3.1 Elaborar una metodología y una base de información que permita evaluar el impacto del FPE, por tipo de empresa y/o sector económico.</p>	<p>3. Presentación de resultados de los proyectos en que se aplicó nueva metodología, señalando cambios al FPE.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Diciembre 2004</p>	<p>En el año 2004 a través del Fondo de Promoción de Exportaciones se apoyaron 141 empresas, siendo el 66% pymex (ventas totales anuales (nacionales y externas) entre 50.000 y 7.5 millones de dólares), 18% micro (ventas menores a 50.000 dólares) y un 16% grandes empresas. A su vez, el 52% son empresas regionales.</p> <p>Entre los sectores apoyados están productos del mar, industrias (principalmente: insumos, medicamentos e equipos médicos, proveedores de insumos y equipos mineros, textil y confecciones) y servicios (editoriales, audiovisuales y servicios de ingeniería).</p> <p>En este sentido, se aprobaron 40 proyectos de promoción de exportaciones (PPE), que consideraban la ejecución de cerca de 100 actividades estratégicas, las cuales contribuyen directamente a la promoción de exportaciones de los productos o servicios en cuestión. De éstos, el 65% son del sector industrias, 25% del sector servicios y 10% de productos del mar, por cada proyecto, en función de las actividades estratégicas, se generaron informes técnicos, los cuales tal como se señaló en punto 3.1.2, se encuentran publicados en la intranet institucional.</p> <p>En relación a los resultados, es necesario tener presente lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El análisis considera las empresas apoyadas durante el año 2004, los resultados en exportaciones no necesariamente se reflejan en dicho año. Por ello, se presenta el comportamiento de las exportaciones de la industria comparable de los sectores apoyados, en particular industrias y productos del mar. En el caso del sector servicios, no existe información acerca del comportamiento de la industria comparable.

		<p>- Los resultados se presentan en función de los principales indicadores institucionales, variación de empresas clientes y variación de exportaciones empresas clientes 2004/2003.</p> <p>Resultados:</p> <p>1. En el año 2004 se apoyaron 141 empresas, un 88% más que el año 2003. Sus exportaciones totales no tradicionales alcanzaron a 196 millones de dólares, lo que implica un crecimiento del 6% con respecto al año 2003.</p> <p>2. En el sector Industrias se apoyó a 95 empresas (72% empresas pymex), un 58% más que el año 2003, las cuales alcanzaron exportaciones totales no tradicionales por 54 millones de dólares, un incremento del 45% con respecto al año 2003. Por su parte, la variación de exportaciones de la industria (considerando todos los subsectores apoyados por ProChile) fue de 28% con respecto al año 2003. Los clientes ProChile tuvieron un comportamiento positivo de 17 puntos porcentuales por sobre la industria (comparable).</p> <p>A nivel de subsector en el sector industria, se destacan los siguientes resultados:</p> <p>a. Insumos, medicamentos e equipos médicos, se apoyaron a 18 empresas (72% pymex) las que tuvieron en el año 2004 exportaciones no tradicionales por 15 millones de dólares, 34% más que el año 2003. Los principales mercados fueron de América del sur, principalmente Perú, Colombia y Venezuela. La variación de las exportaciones de la industria comparable fue de un 21%, 13 puntos porcentuales por debajo del comportamiento de los</p>
--	--	--

		<p>clientes de Prochile.</p> <p>b. Proveedores de insumos y equipos mineros, se apoyaron 15 empresas (65% pymex) la que alcanzaron exportaciones no tradicionales por 12 millones de dólares, 113% más que el año 2003. Los principales mercados fueron Perú, Argentina y EE.UU. Por su parte, la industria tuvo una variación del 42%, es decir, los clientes Prochile tuvieron un crecimiento en sus exportaciones de 71 puntos porcentuales más que la industria comparable.</p> <p>c. Textil y confecciones: se apoyaron a 21 empresas (72% pymex), las cuales presentaron exportaciones no tradicionales por un total de 18 millones de dólares, un 41% superior al año 2003. Los principales mercados fueron México, Brasil y Perú. Por otro lado, la exportaciones de la industria bajaron sus exportaciones en un 2%, muy inferior al comportamiento de los clientes Prochile.</p> <p>3. En el sector Productos del Mar se apoyaron 18 empresas (83% es pymex), 125% más que el año 2003, las cuales presentaron exportaciones totales no tradicionales por 135 millones de dólares, un - 6% con respecto al año 2003 y los principales mercados fueron Europa y Asia (mercados apoyados mediante los PPE). Por su parte, las exportaciones de la industria disminuyeron en un 13%. Considerando la oferta exportable, no tiene sentido desagregar análisis a nivel de subsector.</p> <p>4. Por último, en el sector Servicios se apoyaron 28 empresas (60% pymex), un 300% más que el año 2003. De dichas empresas el 71% son del subsector servicios de ingeniería, 18% del audiovisual y el resto de editorial. Las exportaciones del total de empresas exportadoras apoyadas en el año 2004, alcanzaron a 6 millones de dólares, lo significa un 32% de incremento con respecto del año 2003. Cabe señalar, que éstas cifras se obtuvieron directamente de las empresas</p>
--	--	---

		<p>en cuestión, lo anterior responde a la imposibilidad de obtener cifras del Servicio Nacional de Aduanas (existe una sola partida arancelaria para el sector servicios, lo que no permite diferenciar a nivel de sector ni menos subsector).</p> <p>A nivel de subsector en el sector Servicios, se destacan los siguientes resultados:</p> <p>a. En Audiovisual, se apoyaron a 5 empresas, de las cuales 3 lograron exportar, siendo las exportaciones totales de 0.37 millones de dólares, un 10% más que el año 2003. Su principal mercado es América Latina, principalmente México (mercado apoyado mediante los PPE), donde lograron distribuir películas en canales de TV pagados.</p> <p>b. En Servicios de ingeniería y construcción, se beneficiaron 20 empresas, de las cuales el 50% lograron exportaciones por un monto total de 6 millones de dólares, un 34% más que el año 2003, siendo el principal sector apoyado en el sector servicios. El mercado natural es América Latina, especialmente los países de Ecuador, Venezuela, Colombia, Perú y menor escala en Bolivia y Argentina. Su negocio exportador está orientado a participar en proyectos productivos o de servicios tanto privados como gubernamentales. Durante el año 2004 se adjudicaron una serie de proyectos en los mercados ya mencionados.</p> <p>c. En Editorial, se apoyó a 2 empresas, si bien sus exportaciones son incipientes, 5.042 dólares, se lograron convenios en México y Argentina.</p> <p>d. En Medio Ambiente, se apoya en promover</p>
--	--	---

		<p>la oferta de servicios de la asociación que agrupa a las empresas y profesionales vinculadas al medio ambiente. En esta línea, se trabaja en etapa prospectiva, a objeto de investigar mercados de América del Sur.</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido (31-12-2005)</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Documento con presentación de resultados proyectos año 2004.</p> <p>cuadro exportaciones servicios</p>
<p>4.1 Completar hacia atrás (antes del 2000) la base de datos de beneficiarios utilizando los criterios de la actual base de datos del programa.</p>	<p>1. Definición de antecedentes más relevantes de cada programa que deberían contar con información histórica, con el fin de tener información sobre variables de resultado final que permitirán una futura evaluación de impacto del programa.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Diciembre 2003</p>	<p>La Gerencia de Planificación y Presupuesto desarrolló durante el 2003 una metodología de seguimiento y difusión de resultados para los proyectos de promoción de exportaciones.</p> <p>A través de esta metodología se definió, de manera específica para cada tipo de actividad de promoción, los antecedentes más relevantes para poder evaluar el impacto de cada programa. Por tanto la eventual reconstitución de archivos históricos deberá contemplar la elaboración de los informes técnicos definidos según la mencionada metodología.</p> <p>Es necesario destacar que en respuesta al compromiso "Implementación de la metodología de difusión" se incorporó:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Validación y descripción de las actividades estratégicas • Validación de contenido de las actividades estratégicas • Elaboración de los informes técnicos de los informes técnicos por actividad estratégica (aún se deben validar), el que permite capturar la información privada y pública de los proyectos. • Elaboración de formato de seguimiento y

		<p>difusión</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseño y estructura del sitio web para la difusión los resultados. <p>Finalmente y como señalamos en respuesta al compromiso "Presentación de análisis de factibilidad de reconstrucción de archivos históricos" podemos concluir que dado el gran numero de programas (1365 programas entre los años 1996-1999) ejecutados y donde para la elaboración de los informes técnicos necesarios para su evaluación (ex post) sería necesario solicitar gran parte de la información a las empresas beneficiarias de dichos programas, lo cual implica costos asociados muy altos, por lo que se estima que no existe una real factibilidad de reconstituir dichos archivos.</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido (30-06-2004)</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Documento enviado adjunto a oficio público N° 2831-A del 30 de junio de 2004, página 9.</p>
<p>4.1 Completar hacia atrás (antes del 2000) la base de datos de beneficiarios utilizando los criterios de la actual base de datos del programa.</p>	<p>2. Presentación de análisis de factibilidad de reconstrucción de archivos históricos.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Junio 2004</p>	<p>Para el cumplimiento de este objetivo se realizaron gestiones con el Departamento Administrativo de DIRECON, recopilando información desde 19 bases de datos, y consolidándola en una sola. Para el periodo de cuatro años, 1996 a 1999, ambos años incluidos, se registra que se ejecutaron 1.365 programas, distribuidos por año como es indicado a continuación:</p> <p>1996: 315 programas 1997: 256 programas 1998: 369 programas 1999: 425 programas</p> <p>Sobre los cuales no existe una real factibilidad de reconstitución de archivos históricos producto del elevado costo de oportunidad que esto implicaría, al destinar un funcionario a la recopilación de éstos en el archivo general, y por el hecho de que sólo se</p>

		<p>guardan los documentos públicos por cinco años, según la norma que rige esta materia; por lo que archivos anteriores al año 1999 no necesariamente están en el archivo.</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido (30-06-2004)</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> memo 6495. Detalle de proyectos analizados.</p>
<p>4.1 Completar hacia atrás (antes del 2000) la base de datos de beneficiarios utilizando los criterios de la actual base de datos del programa.</p>	<p>3. Presentación de archivo histórico con variables relevantes, considerando su utilidad futura, si los resultados del análisis indican que es factible de realizar.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Diciembre 2004</p>	<p>Tal como se informó anteriormente, mediante Oficio N° 2831-A, no es factible reconstruir archivos históricos de la base de datos de beneficiarios de los proyectos de períodos anteriores al año 2000. Esto responde al elevado costo de oportunidad que esto implicaría para la institución.</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido (31-12-2004)</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> El medio de verificación es un Memorandum N° 14.781 de fecha 31 de diciembre del 2004 enviado por el Gerente de Planificación y Presupuesto de ProChile al Subdirector de Planificación y Control de Gestión de ProChile, en el cual se adjunta Informe.</p>
<p>4.2 Estimar los gastos administrativos del programa y los de Pro-Chile atribuibles al programa.</p>	<p>1. Presentación de metodología de estimación de gastos administrativos del programa.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Diciembre 2003</p>	<p>En la estimación de gastos de administración asociados al Fondo de Promoción de Exportaciones evaluado por Dipres, se aplicara la metodología que se describe a continuación.</p> <p>Los gastos estimados, están asociados al programa de Promoción de Exportaciones evaluado por Dipres en el año 2002 y es solo a uno de los Fondos administrados por Direcon. Los restantes Fondos, Agropecuario e Imagen país, se excluyen de este análisis.</p> <p>Metodología:</p>

		<p>Se estima los montos de gastos de administración, asociados a la participación de cada uno de los centros de costos, definidos en la Institución: Sede Central; Red Externa; Red Interna; Departamento Administrativo/Jurídico. Para ello se considera:</p> <p>1) La proporción que representan, dentro del costo total de cada centro, los gastos de administración de actividades financiadas por los fondos de promoción de exportaciones, y las demás gastos asociados a actividades propias del servicio no atribuible a este ámbito.</p> <p>2) Estimar, por cada centro de costo, la proporción que representa el gasto de administración del "Fondo ProChile" dentro de los gastos de administración de actividades financiadas por los fondos de promoción de exportaciones (estimado en el paso 1). Esta estimación se debe realizar de acuerdo a criterios de funcionalidad, números de actividades o montos de recursos administrados en cada uno de ellos.</p> <p>3) Los gastos directos, que es la sumatoria de gastos asignables a la implementación y difusión de los procesos de asignación de recursos, en caso de ser concursos públicos.</p> <p>Los supuestos utilizados para estimar los gastos de administración, se basan en dos criterios:</p> <p>1) Horas hombre atribuibles a las actividades que se desprenden de las acciones de promoción que se derivan de los distintos fondos.</p> <p>2) Porcentaje de estas acciones de promoción que son atribuibles al fondo tradicional, estos criterios se aplicaron para los distintos centros dependiendo de la naturaleza de ellos. El detalle se encuentra en el medio de verificación adjunto.</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido (30-06-2004)</p>
--	--	--

		<p><u>Medios de Verificación:</u> Estimación Gastos Administrativos Programa Fondo de Promoción de Exportaciones (Metodología, supuestos y resultados).</p>
4.2 Estimar los gastos administrativos del programa y los de Pro-Chile atribuibles al programa.	<p>2. Aplicación de estimación de gastos administrativos del programa para el presupuesto 2004.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Junio 2004</p>	<p>Para el cumplimiento de este objetivo se aplicó la metodología diseñada para cumplir con el compromiso 4.2.1.</p> <p>El resultado de la aplicación de la metodología fue la estimación del gasto administrativo del fondo.</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido (30-06-2004)</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Estimación Gastos Administrativos Programa Fondo de Promoción de Exportaciones (Metodología, supuestos y resultados).</p>
4.2 Estimar los gastos administrativos del programa y los de Pro-Chile atribuibles al programa.	<p>3. Presentación de estimación de gastos administrativos del programa para el año 2004.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Diciembre 2004</p>	<p>La estimación de gastos relacionados con la administración del programa para el año 2005, fue de \$1.064.200.280 este monto es un 21,61 % del presupuesto Total del Programa de Promoción de Exportaciones "Fondo ProChile".</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido (30-06-2005)</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Estimación Gastos Administrativos Programa Fondo de Promoción de Exportaciones (Metodología, supuestos y resultados).</p>