



DIRECCIÓN GENERAL DE RELACIONES
ECONÓMICAS INTERNACIONALES

SISTEMA DE GESTIÓN TERRITORIAL

**Informe Etapa 1:
Diagnóstico – cuadro sinóptico**

**Coordinadora: Grani Martic
Jefa Dpto. Desarrollo Regional
Teatinos 180. Piso 10.
Teléfono: 827 5335
Santiago**

28 de abril de 2010

FORMATOS DE LA ETAPA 1: DIAGNOSTICO GT Y SU ACTUALIZACIÓN

Desarrollar completamente el diagnóstico, desde la actividad I.1.1. hasta I.3.1.

OBJETIVO N°1. La institución elabora un diagnóstico de la provisión de los productos estratégicos (bienes y/o servicios) entregados a sus clientes/usuarios/beneficiarios para incorporar perspectiva territorial y lograr una mayor integración entre los servicios públicos y mayor equidad territorial en la provisión de sus productos, considerando al menos la revisión desde el diseño hasta la entrega de los productos estratégicos, el grado de integración de éstos con el resto de los servicios públicos del territorio y el grado de reconocimiento de la realidad del territorio.

Actividad I. 1.1 : Identificar productos estratégicos que aplican perspectiva territorial (PT)			
Productos/Subproductos Estratégicos (1)	Aplica/ No Aplica PT (2)	Causal de aplicación (3)	Fundamento (4) (solo en caso que el producto/subproducto No Aplica)
1.- Información Comercial 1.1 Información de mercados 1.2 Estudios a pedido 1.3 Difusión e información comercial 1.4 Asistencia al exportador 1.5 Cyberexport	Aplica	1 – 3	
2.-Capacidades Exportadoras Fortalecidas para Participar del Proceso de Comercialización Internacional 2.1 Asesora para el desarrollo de capacidades exportadoras 2.2 Asesoría a empresas en sus estrategias de exportación 2.3 Desarrollo de estrategias asociativas (sectoriales nacionales/regionales) 2.4 Seminarios, talleres de capacitación	Aplica	1-2-3	
3.-Asistencia para la Introducción, Penetración y Consolidación de Mercados 3.1 Participación en ferias internacionales 3.2 Misiones comerciales 3.3 Publicidad y promoción 3.4 Eventos sectoriales (sabores, catas de vino, semanas Chile etc.) 3.5Seminarios, conferencias de difusión de oferta exportable chilena 3.6Difusión de oportunidades de negocios 3.7Gestiones en mercados para facilitación de negocios 3.8Agenda de negocios (para exportadores e importadores extranjeros)	Aplica	1-2	

3.9 Acciones de promoción que contribuyan a la difusión internacional de Chile			
4.-Acuerdos Económicos Internacionales 4.1 Difusión de los Acuerdos Económicos Internacionales. 4.2 Evaluación de los Acuerdos Económicos Internacionales 4.3 Negociaciones en curso de Acuerdos Económicos Internacionales	4.1: No Aplica	En la actualidad la difusión global de los Acuerdos Comerciales Vigentes no constituye un foco central del trabajo institucional, como sí fue una prioridad en los años en que estos fueron suscritos, lo que se concentró desde el 2000 y hasta el 2007. En los últimos 2 ó 3 años la difusión ha sido focalizada en relación a las ventajas específicas que ofrecen para subsectores y productos en el marco de las acciones contempladas en los productos estratégicos 1, 2 y 3.	No aplica perspectiva territorial debido a que en la actualidad la difusión global de los Acuerdos Comerciales no constituye una acción central del trabajo de DIRECON/ProChile, sino más bien ha derivado en su implementación y en destacar los beneficios más específicos en actividades asociadas a los otros 3 productos estratégicos.
	4.2: No Aplica	La evaluación de los Acuerdos Económicos Internacionales se realiza en función de variables macroeconómicas, asociadas básicamente a criterios sectoriales y no territoriales	No aplica perspectiva territorial en el marco de la definición metodológica previamente acordada por el Servicio, la que circunscribe al tipo de información generada por el Ministerio de Economía, el Servicio de Aduanas y el Banco Central.
	4.3: No Aplica	El proceso de Negociación de Acuerdos Económicos Internacionales está supeditado a criterios técnico políticos, en los que el territorio no ha sido considerado como una variable a contemplar.	La Negociación de Acuerdos Económicos Internacionales, vela por un interés país. En este sentido, no se establecen tópicos que pudiesen beneficiar a algún territorio en desmedro de otro.

- (1) Anotar listado de todos los productos y subproductos estratégicos vigentes en el año (utilizar form. A-1 vigente en el año en curso);
- (2) Anotar "Aplica" o "No Aplica" según corresponde aplicar o no la perspectiva territorial, según cuadro "causales para aplicar perspectiva territorial"
- (3) Se fundamenta lo anotado aportando argumentos o circunstancias en el caso de que el producto no aplique.
- (4) Se exige fundamentar la(s) razón(es) por la(s) que se considera que el producto/subproducto no aplica PT.

CAUSALES PARA APLICAR PERSPECTIVA TERRITORIAL
1. Por corresponder a las CARACTERISTICAS del producto, modos de acceso, y forma de proveerlo a usuarios en cada región (aunque hayan productos o subproductos uniformes, los modos y equidad de acceso o la forma de proveerlos presenta múltiples condicionamientos ligados a especificidades geográficas o territoriales)
2. Por COMPLEMENTARIEDAD de los productos con la de otros servicios afines para proveer una oferta más integrada de bienes y servicios públicos en cada región y responder a necesidades y demandas territoriales
3. Por necesidad de mejorar la equidad en la DISTRIBUCIÓN del producto en zonas extremas, de difícil acceso, deprimidas económicamente o de alta vulnerabilidad social.

Actividad I. 1.2 : Identificar mejoras asociadas al diseño y características del producto, y medidas necesarias para incorporarlas		
Aplicación Nivel Nacional: Los productos y subproductos estratégicos tienen la misma aplicación y desarrollo en todo el país		
Productos / Subproductos / Prod.específicos que aplican la PT por causal de diseño y caract. (1)	Mejoras necesarias de incorporar al diseño y/ o características del producto (2)	Medidas necesarias para incorporar la mejora (3)
1.- Información Comercial 1.1 Información de mercados 1.2 Estudios a pedido 1.3 Difusión e información comercial 1.4 Asistencia al exportador 1.5 Cyberexport	Ejecución de actividades asociadas a su plan de Difusión de los instrumentos institucionales.	Se recordará a las direcciones regionales (por mail u oficio) la importancia de dar cumplimiento a su plan de difusión de instrumentos institucionales.
2.-Capacidades Exportadoras Fortalecidas para Participar del Proceso de Comercialización Internacional 2.1 Asesoría para el desarrollo de capacidades exportadoras 2.2 Asesoría a empresas en sus estrategias de exportación 2.3 Desarrollo de estrategias asociativas (sectoriales nacionales/regionales) 2.4 Seminarios, talleres de capacitación		
3.-Asistencia para la Introducción, Penetración y Consolidación de Mercados 3.1 Participación en ferias internacionales 3.2 Misiones comerciales 3.3 Publicidad y promoción 3.4 Eventos sectoriales (sabores, catas de vino, semanas Chile etc.) 3.5Seminarios, conferencias de difusión de oferta exportable chilena 3.6Difusion de oportunidades de negocios 3.7Gestiones en mercados para facilitación de negocios 3.8Agenda de negocios (para exportadores e importadores extranjeros) 3.9Acciones de promoción que contribuyan a la difusión internacional de Chile		

La sede del nivel central y sedes regionales hacen el análisis y presentan el resultado de esta actividad.

- (1) Usar los productos o subproductos estratégicos que aplican la Perspectiva Territorial según la Actividad 1.1 a nivel institucional;
- (2) Identificar el tipo de mejoras que adapte las características del producto a la demanda regional/local o a sus condiciones e idiosincrasia;
- (3) Identificar medidas que la autoridad debe tomar para incorporar efectivamente las mejoras o modificaciones al diseño, por ejemplo, modificar reglamentos, cambiar procedimientos, dar nuevas instrucciones o emitir resoluciones.

Actividad I. 1.3: Identificar mejoras de complementariedad territorial entre los servicios en la región			
Aplicación Nivel Nacional: Los productos y subproductos estratégicos tienen la misma aplicación y desarrollo en todo el país			
Instancia Regional de mayor complementariedad (1): Agencias Regionales de Desarrollo Productivo			
Productos/subproductos propios involucrados (2)	Otras instituciones participantes(3)	Logros a la fecha en gestión(4)	Medidas para mejor funcionamiento(5)
<p>1.- Información Comercial</p> <p>1.1 Información de mercados</p> <p>1.2 Estudios a pedido</p> <p>1.3 Difusión de información comercial</p> <p>1.4 Asistencia al exportad</p> <p>1.5 Cyberexport</p>	<p>CORFO, SERCOTEC, SAG, INDAP, SENCE, CONADI, FOSIS</p>	<p>Durante el 2009, algunos subproductos como información de mercados y difusión de información comercial (Informes y newsletter) tuvieron importantes avances y consolidación a nivel de las empresas regionales y también de la Agencia Regional de Desarrollo Productivo (ARDP) y otros organismos relacionados con el fomento productivo.</p> <p>Paralelamente se consideró a otros organismos públicos en los contenidos de los newsletter, institucionales cuando las iniciativas o logros de éstos podían favorecer el desarrollo económico en la región, lo cual permitió canalizar otros tipo de información de interés para nuestras empresas institucionales. Ej: Inversiones en infraestructura y su impacto en las exportaciones, entre otros.</p>	<p>Mantener la elaboración y distribución de newsletter, previa actualización de base de datos correspondiente a clientes públicos, en el marco de los cambios que se generan producto de la asunción al gobierno de una nueva Administración.</p>
<p>2.-Capacidades Exportadoras Fortalecidas para Participar del Proceso de Comercialización Internacional</p> <p>2.1 Asesoría para el desarrollo de capacidades exportadoras</p> <p>2.2 Asesoría a empresas en sus estrategias de exportación</p> <p>2.3 Desarrollo de estrategias asociativas (sectoriales nacionales/regionales)</p> <p>2.4 Seminarios, talleres de capacitación</p>	<p>CORFO, SERCOTEC, SAG, INDAP, SENCE, CONADI, FOSIS</p>	<p>A partir del segundo semestre del 2009, el Desarrollo de Capacidades Exportadoras, se comienza a tratar dentro de la institución como una línea de trabajo estratégico integrado. En este sentido se persigue la concatenación de instrumentos y líneas de intervención.</p> <p>Lo anterior facilitó entre otros logros, del desarrollo de talleres y seminarios en conjunto con otros actores públicos, así como también ampliar la base de potenciales clientes institucionales. En este sentido, algunas actividades se han desarrollado en el marco de los compromisos contemplados en los Convenios Vinculantes suscritos los últimos años, así como también iniciativas financiadas con recursos del FNDR gestadas en concordancia con las prioridades definidas con la ARDP y el GORE.</p>	<p>Dado que parte importante de los subproductos asociados a este producto estratégico están contenidos como compromisos complementarios en los Convenios Vinculantes (porque se financian con recursos de subtítulos diferentes al que define para este fin la Ley de Presupuesto), se recordará a las regiones la importancia y conveniencia de ejecutarlos de igual forma y en conjunto con otros organismos relacionados.</p> <p>Dado que los compromisos complementarios (extra glosa) existen en 11 convenios de los 15 suscritos, la medida se aplicará con esas 11 regiones.</p>
<p>3.-Asistencia para la Introducción, Penetración y Consolidación de Mercados</p> <p>3.1 Participación en ferias internacionales</p> <p>3.2 Misiones comerciales</p> <p>3.3 Publicidad y promoción</p> <p>3.4 Eventos sectoriales (sabores, catas de vino, semanas Chile etc.)</p> <p>3.5Seminarios, conferencias de difusión de oferta exportable chilena</p> <p>3.6Difusión de oportunidades de negocios</p> <p>3.7Gestiones en mercados para facilitación de negocios</p> <p>3.8Agenda de negocios (para exportadores e importadores extranjeros) 3.9Acciones de promoción que contribuyan a la difusión</p>	<p>CORFO, SERCOTEC, SAG, INDAP, SENCE, CONADI, FOSIS</p>	<p>A partir del 2008, este producto estratégico y sus subproductos se integran a los Convenios Vinculantes. Esto ha significado reuniones de trabajo bilaterales con la ARDP y también en específico con otros servicios públicos (Corfo, Semapesaca, etc), de forma tal de aportar a la carta de navegación regional.</p> <p>Complementariamente se han gestado proyectos FNDR, los que han permitido potenciar los compromisos con la ARDP y financiar otras actividades enmarcadas en este producto estratégico, tales como misiones comerciales, participación en ferias, traída de expertos o compradores, publicidad y promoción, etc...</p>	<p>Dado que parte importante de los subproductos asociados a este producto estratégico son compromisos insertos en los Convenios Vinculantes, que se financian con los fondos que exige específicamente la Ley de Presupuesto, se recordará a las regiones (oficio, mail) la importancia de tomar los resguardos necesarios que aseguren la ejecución de estas actividades.</p>

internacional de Chile contribuyan a la difusión internacional de Chile			
---	--	--	--

La sede del nivel central y sedes regionales hacen el análisis y presentan el resultado de esta actividad.

- (1) Definir en cada región la instancia regional (comité, comisión, grupo de trabajo) de mayor importancia para la complementariedad del servicio en la región. Se considerará como instancia de complementariedad aquella en que se resuelva algunas de las siguientes materias: asignación de recursos, distribución de productos en el territorio, coordinación presupuestaria y/u operacional con otros servicios, provisión compartida de productos. No se considerará instancia de complementariedad aquella en que los servicios sólo informan de sus actividades en el territorio, sin acordar alguna de las medidas anteriores.
- (2) Señalar los productos o subproductos que se consideran para construir una mejor oferta, coordinada.
- (3) Señalar las instituciones participantes en la instancia de complementariedad.
- (4) Considerar aquellas iniciativas que se consideren **logros en materia de fortalecimiento de la instancia de complementariedad**, por ejemplo, constitución formal de la Mesa, Comité o Comisión con sus integrantes, programa de reuniones, agenda de temas a tratar, seguimiento del cumplimiento de acuerdos; también señalar **logros hacia la complementariedad de acciones** como un diagnóstico territorial construido en conjunto y compartido, una estrategia operativa compartida, planes de acción compatibilizados o formulados en común para intervenir en un territorio, sincronización de las programaciones para ejecutar actividades, aportes de recursos humanos, materiales o financieros, oferta integrada de productos.
- (5) Precisar las medidas necesarias de aplicar y que dependan del servicio para mejorar el funcionamiento de la instancia de complementariedad (ejemplo: contribución con recursos humanos, recursos financieros, soporte técnico, soporte logístico, soporte informático u otros aportes valorables y medibles, de manera que la autoridad pueda decidir si es factible incorporarlas al programa de trabajo anual).

Actividad I. 1.4 : Identificar acciones posibles para reducir brechas de inequidad territorial

Aplicación Nivel Nacional: Los productos y subproductos estratégicos tienen la misma aplicación y desarrollo en todo el país

Territorios con brecha (1)	Producto o subproducto con oferta insuficiente (2)	Medidas posibles (3)
Regiones de: Magallanes, OHiggins, Metropolitana, Antofagasta y Valparaíso	2.1 Asesoría para el desarrollo de capacidades exportadoras	Aplicar el test de potencialidad exportadora a empresas regionales en al menos 5 regiones del país.
Todas las Regiones del país	3.-Asistencia para la introducción, penetración y consolidación de mercados	Establecer metas regionales en cuanto a la participación de nuevos clientes sobre los clientes de PROCHILE.
Todas las Regiones del país	1.2 Estudios a Pedido	Establecer metas regionales en cuanto a la elaboración de Estudios a Pedido específicos solicitados por empresas de la región.

Las sedes regionales hacen este análisis y presentan el resultado al nivel central para determinar acciones.

- (1) Identificar territorios que presenten brechas relevantes en la provisión de servicios.
- (2) Anotar los productos o subproductos que son demandados y tienen oferta insuficiente.
- (3) Identificar las medidas posibles dejando como última instancia aumentos presupuestarios.

Actividad I. 1.5: Identificar los factores de la institución que limitan la coordinación operativa/presupuestaria		
Aplicación Nivel Nacional: Los productos y subproductos estratégicos tienen la misma aplicación y desarrollo en todo el país		
Factores que limitan la coordinación...		Medida requerida por la Jefatura Superior del servicio (3)
...operativa (1)	...presupuestaria (2)	
Falta de autonomía en el proceso de compras, principalmente en lo que dice respecto con los procedimientos de Gestión de Compras, Gestión de Contratos, y Gestión de Proveedores. Esta situación obstaculiza la gestión de los proyectos, y resultados comprometidos	Los procesos de asignación de fondos en la institución son anuales, por tanto, si durante el año surgen iniciativas regionales que sea de interés apoyar, no existen instancias que permitan canalizar dichos proyectos.	<p><u>En lo operativo:</u> Preparación y certificación de 5 regiones del país, en lo relativo a la apertura regional bajo Norma ISO de los procedimientos de Gestión de Compras, Gestión de Contratos y Gestión de Proveedores.</p> <p><u>En lo presupuestario:</u> Revisar el actual proceso de asignación de recursos y evaluar alternativas de realizar cambios que tiendan a mejorar el acceso a los fondos a lo largo del año calendario.</p>

Las sedes regionales hacen este análisis y presentan a la sede del nivel central su aporte para que las autoridades y dependencias involucradas en la solución tomen conocimiento y evalúen la factibilidad de aplicar las medidas propuestas por las regiones.

- (1) Considerar primero los factores que señalen los directivos regionales y jefes territoriales en su experiencia reciente, identificando atribuciones faltantes, procedimientos que no han sido mejorados, soporte informático deficiente, etc.
- (2) Focalizar factores que corresponden a normas o procedimientos presupuestarios no concordantes con las necesidades de mejorar coordinación operativa con otras instituciones actuando en regiones.
- (3) Identificar la medida (decisión, delegación de facultades, cambio de procedimientos, etc.) que soluciona la situación-problema.

OBJETIVO 2. La institución analiza e identifica el grado de desconcentración utilizado en la provisión de los productos estratégicos en los que corresponde aplicar perspectiva territorial, identificando al menos, las facultades necesarias que no están delegadas o no son ejercidas.

Actividad I. 2.1: Identificar las facultades que habilitan a las jefaturas regionales para tener iniciativa y ofrecer soluciones a las necesidades de cada región o territorio.		
Tipo de facultades vigentes	Señalar facultades delegadas no ejercidas	Facultades no delegadas y necesarias
1.- Para administrar programas en la región	-	-
2.- Para participar en el ciclo presupuestario (formular, administrar y ejecutar presupuesto regional)	-	-
3.- Para gestionar adquisiciones o contratación de personal y servicios externos.		X
4.- Para suscribir compromisos con otros organismos públicos.	-	-
Medidas requeridas:		
1.-Implementación a nivel regional (5 Regiones), proceso de apertura del Sistema de Compras y Contrataciones. Esto implica contar con certificación ISO relativa a los procedimientos: Ejecución de Compras, Gestión de Contratos, y Gestión de Proveedores al 30 de Diciembre 2010 .		

OBJETIVO 3: La institución elabora un diagnóstico de los sistemas de información para el registro por región, de los productos estratégicos en los que corresponde aplicar perspectiva territorial, considerando al menos, la oferta de productos por región, la localización de los clientes / usuarios / beneficiarios y los compromisos de gasto y/o inversión formalizados en convenios o programas de complementariedad territorial.

Actividad I.3.1 : Identificar la información que debe estar disponible en cada región para la jefatura regional del servicio y ser provista al gobierno regional por ser de interés regional.			
Información	Disponible para la Jefe Regional (Si / No) (1)	Se provee al GORE (Si / No) (2)	Medidas para proveerla y plazo de cumplimiento (3)
1. Oferta Productos/subproductos en la región o territorios.	SI	SI	Las Direcciones Regionales han remitido un oficio a los Gores ofreciendo la posibilidad de proveerles la información señalada en los 4 puntos que cita la columna "Información". Se ha definido un plazo de respuesta y, de no existir ésta, se mantendrá el acuerdo formalizado el año anterior en términos de entrega de información.
2. Localización y características de clientes, usuarios o beneficiarios atendidos por producto en la región o territorios	SI	SI	
3. Programa de gasto o inversión en la región (incluye compromisos del PROPIR 2010 Y DEL ARI 2011 registrados en la plataforma www.chileindica.cl)	SI	SI	
4. Compromisos de gasto o inversión formalizados en convenios o programas de complementariedad territorial registrados en la plataforma www.chileindica.cl	SI	SI	

Siendo institucionales los sistemas de información no es necesario examinar por regiones, aunque es pertinente consultar a las sedes regionales para conocer sus dificultades usando cada sistema, captar sus proposiciones y requerimientos de soporte informático. Interesa que la autoridad institucional asuma si los sistemas de información y soporte informático entregan los servicios que requiere la gestión regional/ territorial:

- (1) Señalar si está disponible por la jefatura regional la información indicada en la primera columna.
- (2) Señalar si la información de la primera columna se provee al Gobierno Regional. Se pide acordar con cada GORE los mecanismos de provisión, salvo en el caso del Programa de Gasto o Inversión en la Región y los compromisos de gasto o inversión formalizados en convenios, puntos 3 y 4, que deberán ser incorporados a la plataforma transaccional www.chileindica.cl
- (3) Medidas para solucionar en breve plazo las limitantes a la disponibilidad y entrega de información de interés regional. En el caso de los puntos 3 y 4 las medidas tienen que ver con el cumplimiento de los plazos señalados en la plataforma transaccional www.chileindica.cl

CUADRO SINÓPTICO QUE ACTUALIZA EL DIAGNÓSTICO GT – INFORME DE LA ETAPA 1

Se utiliza para presentar una visión resumida y de conjunto, el año 2010 no exige de presentar el diagnóstico completo.

Cuadro I. N°1: Objetivos recomendados al Plan GT como mejoramiento de productos <i>(Objetivos 1 y 2 del Diagnóstico)</i>				
Producto/subproductos estratégicos Nota (1)	Avance existente aplicando la PT (2)	Mejora prevista que se proyecta lograr (3)	Medidas necesarias que acompañen las mejoras (4)	Objetivo recomendado al Plan GT (5)
1.- Información Comercial 1.1 Información de mercados 1.2 Estudios a pedido 1.3 Difusión de información comercial 1.4 Asistencia al exportador 1.5 Cyberexport	<u>Asociados al diseño y/o características del producto</u> Al término del 2009 todas las Oficinas Regionales disponen de la nueva versión de pagina WEB implementada. Complementariamente se institucionaliza el newsletter como un instrumento relevante en materia de Difusión Comercial, instaurándose la periodicidad de éste como un elemento fundamental para mantener permanentemente informado a nuestro clientes/usuarios con información específica de mercados, estadísticas, oportunidades comerciales etc.	Mantener en materia de contenido y estructura el Newsletter y fortalecer la el foco en los sectores más perjudicados por el terremoto y maremoto. Además, actualizar base de datos de forma tal de incluir en la distribución a nuevas autoridades territoriales.	Se instruirá a las direcciones regionales (mediante mail u oficio) en relación a proceder según lo establecido en la mejora.	OE 1: Actualizar y/o mantener un programa de difusión sobre las líneas de trabajo institucionales y sus resultados, en el marco de las definiciones estratégicas asociadas al Producto Información Comercial (dirigido a clientes/usuarios, gremios, gobernaciones y/o municipios, otros servicios públicos relacionados con la materia)
	En materia de coordinación y/o complementariedad	No Aplica	No Aplica	
	<u>Asociados a la reducción de inequidad territorial en el acceso a productos</u> El uso de tecnología asociada al diseño e implementación de páginas web y newsletter, ha sido fundamental para difundir el ámbito de competencia institucional, por tanto minimizar la asimetría de información, en relación a oportunidades de mercado para exportar y, el acceso de clientes y potenciales clientes a esta información, todo lo cual finalmente contribuyó al incremento de clientes y usuarios.	Con el fin de fortalecer la provisión de información comercial atingente a los intereses específicos de las empresas de la región, se enfatizará el trabajo vinculado a difundir y colocar entre los clientes Estudios a Pedido específicos.	Se informará a las direcciones regionales (mediante mail u oficio) de la necesidad de fortalecer la difusión y colocación de Estudios a Pedido entre empresas regionales, estableciéndose metas por cada región.	

<p>2.-Capacidades exportadoras fortalecidas para participar del proceso de comercialización internacional.</p> <p>2.1 Asesoría para el desarrollo de capacidades exportadoras 2.2 Asesoría a empresas en sus estrategias de exportación 2.3 Desarrollo de estrategias asociativas (sectoriales nacionales/regionales) 2.4 Seminarios, talleres de capacitación</p>	<p><u>Asociados al diseño y/o características del producto</u></p> <p>En el marco del proceso de evaluación de los Fondos de Promoción de Exportaciones - realizado por DIPRES el 2009- la institución comprende que el Desarrollo de Capacidades Exportadoras está asociado a un proceso y no actividades y programas independientes.</p> <p>En este sentido se gesta un componente institucional (línea de trabajo), que persigue integrar los instrumentos institucionales asociados a esta línea de trabajo, promoviendo un proceso escalonado de trabajo con nuestros clientes en su preparación para comenzar a exportar.</p> <p>Un instrumento que se plantea potenciar en el 2010 es la aplicación del Test de Potencialidad Exportadora, de manera de obtener una "radiografía" de las características y fase de desarrollo en que se encuentra la empresa, de manera de enfocarla al uso de los programas e instrumentos pertinentes</p>	<p>Aplicación del test de potencialidad exportadora, en las regiones de Magallanes, OHiggins, Metropolitana, Antofagasta y Valparaíso, en el marco del desarrollo del Programa de Coaching Empresarial.</p>	<p>Se solicitará a los directores de las regiones mencionadas remitir dos Informes sobre el desarrollo del Programa: uno al 15 de junio y otro al 30 de septiembre, que entregue información cualitativa del trabajo realizado con las empresas a las que se les aplicó el test.</p>	<p>OE 2: Definir un programa de intervención en sectores productivos prioritarios regionales</p> <p>OE3: Promover la articulación sectorial, territorial y/o interinstitucional de los productos DIRECON/PROCHILE</p>
	<p><u>En materia de coordinación y/o complementariedad</u></p> <p>Durante el 2009 y comienzos del 2010 se trabajó con especial énfasis en que las regiones pudieran conocer, a más tardar el 1 de marzo, el resultado de los proyectos postulados a los Fondos Tradicional y Silvoagropecuario, a fin de que pudieran conocer con tiempo las iniciativas que podían comprometer con la ARDP y facilitar así la articulación con los otros organismos en torno a las prioridades regionales.</p>	<p>Asegurar el cumplimiento de los compromisos complementarios o adicionales asumidos por ProChile en los Convenios Vinculantes, y que dicen más que nada relación con este producto estratégico. (complementarios o adicionales porque se financian a través de los subtítulos 21 y 22, y no subtítulo 24 como define la Dipres en la Ley de Presupuesto).</p>	<p>Seguimiento por parte del Departamento de Desarrollo Regional del grado de ejecución de las actividades comprometidas por las oficinas regionales ProChile (trimestral, a partir del 30 de junio).</p>	

<p>3.-Asistencia para la introducción, penetración y consolidación de mercados</p> <p>3.1 Participación en ferias internacionales 3.2 Misiones comerciales 3.3 Publicidad y promoción 3.4 Eventos sectoriales (sabores, catas de vino, semanas Chile etc.) 3.5 Seminarios, conferencias de difusión de oferta exportable chilena 3.6 Difusión de oportunidades de negocios 3.7 Gestiones en mercados para facilitación de negocios 3.8 Agenda de negocios (para exportadores e importadores extranjeros) 3.9 Acciones de promoción que contribuyan a la difusión internacional de Chile</p>	<p><u>Asociados al diseño y/o características del producto</u></p> <p>A partir de la Evaluación de los Fondos de Promoción de Exportaciones realizada en el 2009, la institución trabajó un marco lógico que llevó a reordenar los subproductos estratégicos, repensando su orientación y definiendo sus alcances. En este sentido se avanzó en el reordenamiento de equipos de trabajo, orientación estratégica de los subproductos estratégicos citados en la columna anterior, así como también en la capacidad de autocritica en relación a resultados.</p>	<p>Enfatizar la captación de nuevos clientes en las regiones, de manera de aumentar la participación de empresas regionales como beneficiarias de los instrumentos y programas enfocados a promover las exportaciones.</p>	<p>Se informará a las direcciones regionales (mediante mail u oficio) de la meta que en materia de captación de nuevos clientes deberán lograr durante el 2010.</p>	<p>OE 2: Definir un programa de intervención en sectores productivos prioritarios regionales</p>
	<p><u>En materia de coordinación y/o complementariedad</u></p> <p>En los años 2008 y 2009 se potenció el trabajo coordinado principalmente con la ARDP, mediante reuniones de trabajo y concreción de actividades circunscritas en los Convenios Vinculantes. Además, el aporte institucional se vio fortalecido a través de actividades financiadas con fondos de terceros apalancados por las oficinas regionales (en el 2008 y 2009 dicho monto alcanzó la cifra de M\$402.156).</p>	<p>Mejorar el grado de cumplimiento de los compromisos asumidos en los Convenios Vinculantes, que se deben financiar con la línea de fondos que nos define Dipres en Ley de Presupuesto (fondos del subtítulo 24).</p>	<p>Seguimiento por parte del Departamento de Desarrollo Regional del grado de ejecución de las actividades comprometidas por las oficinas regionales ProChile (trimestral, a partir del 30 de junio).</p>	<p>OE3: Promover la articulación sectorial, territorial y/o interinstitucional de los productos DIRECON/PROCHILE</p>

	<p><u>Asociados a la reducción de inequidad territorial en el acceso a productos</u></p> <p>Durante el 2009, en el marco de la evaluación de los Fondos Promoción de Exportaciones – realizado por la Dirección de Presupuestos- la institución revisó su orientación en materia de focalización de instrumentos A su vez, los indicadores institucionales internos reflejaron que existe un potencial de crecimiento de empresas clientes regionales y que en ese sentido es importante fortalecer el trabajo de identificación de nuevas empresas.</p>	<p>Fortalecer las visitas a terreno de manera de identificar nuevas empresas clientes de ProChile que puedan ser usuarias de los distintos servicios estratégicos.</p>	<p>Se emitirá una comunicación a las oficinas regionales señalando la necesidad de fortalecer su plan anual de visitas a empresas (clientes actuales y potenciales) con el fin de identificar nuevos beneficiarios de nuestros instrumentos, o bien, proveer otros instrumentos a clientes actuales.</p>	
--	---	--	--	--

- (1) Usar el listado completo de productos y subproductos vigentes en el 2010 según A-1 aprobado por DIPRES
- (2) Reseñar el avance existente aplicando la perspectiva territorial en cada tipo de causal -si es pertinente- en cada producto/subproducto.
- (3) Identificar la mejora prevista que se proyecta viable de incorporar al Plan GT y Programa Anual de Trabajo GT.
- (4) Identificar medidas de la autoridad necesarias para garantizar la aplicación de las mejoras (incluir medidas identificadas en actividades I.1.2, I.1.3, I.1.4, I.1.5. y 2.1.
- (5) A partir de las columnas anteriores redactar objetivo que exprese el desarrollo deseable.

Cuadro I. N° 2 : Objetivos recomendados al Plan en materia de mejoras a los sistemas de información institucional
(Objetivo 3 del Diagnóstico)

Información	Medidas para proveer información a jefatura regional	Medidas para proveer información al GORE	Objetivo recomendado al Plan GT con mejoras a los sistemas
1. Oferta Productos/subproductos en la región o territorios.	1.-Publicación en el módulo de la intranet sobre "Compromisos institucionales" de productos y subproductos institucionales.	1.- Ofertar al Gobierno Regional, mediante oficio conductor, la posibilidad de hacerle entrega de la información relevante en las condiciones que se acuerden. relativa a: -Oferta de productos y subproductos estratégicos institucionales de aplicación en la región. -Localización y características de los clientes. -Compromisos de gastos e información formalizados en convenios o programas de complementariedad (ARDP y PROPIR). Complementariamente éstos podrán solicitar información de otro tipo. 2.-De ser necesario, los Directores Regionales coordinaran reunión de trabajo para explicar tópico, en la medida en que las autoridades regionales así lo estimen conveniente.	Implementar carpeta compartida de la red regional en el disco G, que permita dar seguimiento a : -Convenios suscritos y/o actualizados a nivel de Intendencia y/o GORES. -Medios de verificación que permitan constatar la preparación, envío y recepción en tiempo y contenido de la información solicitada.
2. Localización y características de clientes, usuarios o beneficiarios atendidos por producto en la región o territorios	Mantenimiento y actualización de registros en los Sistemas de Registros SRA y CRM	En virtud del compromiso institucional vigente entre los Gores y las Oficinas Regionales de ProChile, así como de posibles modificaciones que se generen por parte de las nuevas autoridades, el oficio que se envíe a ellos planteará en particular este punto. Sobre el particular, los GORES tendrán plazo para contestar el Oficio enviado por las Direcciones Regionales hasta el 24 de mayo. De no existir respuesta a esa fecha, se entenderá que se prorroga la vigencia del acuerdo vigente a la fecha.	Implementar carpeta compartida de la red regional en el disco G, que permita dar seguimiento a : -Convenios suscritos, actualizaciones de estos a nivel de Intendencia y/o GORES o en su defecto oferta/solicitud recepcionada por la región mediante OFICIOS -Medios de verificación que permitan constatar la preparación, envío y recepción en tiempo y contenido de la información solicitada.
3. Programa de gasto o inversión en la región	Envío semestral o según se requiera o acuerde de información sobre la Inversión Regional contabilizada.	Envío a la Autoridad Regional, de acuerdo a la periodicidad exigida, de la información incorporada en sitio Web www.chileindica.cl	Realizar seguimiento al proceso de ingreso de datos realizado en la pagina www.chileindica.cl , mediante impresión de datos incorporados, los que deberán enviar las Oficinas Regionales al Departamento de Desarrollo Regional.
4. Compromisos de gasto o inversión formalizados en convenios o programas de complementariedad territorial	Envío de resolución institucional a la Autoridad Regional que formaliza convenios suscritos con otros organismos públicos.	Envío de minuta semestral o según se requiera o acuerde, al GORE, que de cuenta del grado de cumplimiento de compromisos suscritos por ProChile a nivel regional, en el marco de los Convenios Vinculantes vigentes. Frente al particular se deberá realizar análisis cualitativo en relación a actividades realizadas, número de beneficiarios/usuarios, atendidos, aporte Prochile y aporte privado.	Implementar planilla de seguimiento de los compromisos asumidos en el marco de los Convenios Vinculantes suscritos.