

ANEXO N°2: FORMULARIO DE POSTULACIÓN PROGRAMA NODOS – ETAPA DE DESARROLLO

CUADRO N°1: DATOS GENERALES DEL PROYECTO						
NOMBRE DEL PROYECTO	NODO EXPORTADOR: ACTIVACIÓN, FOMENTO Y DESARROLLO DE LA CAPACIDAD EXPORTADORA DE LAS PYMES PROVEEDORAS DE BIENES Y SERVICIOS DEL SECTOR MINERO DE LA REGIÓN DE ATACAMA					
ACTIVIDAD ECONÓMICA	<i>Minería</i>	CLASIFICACIÓN	<i>Proveedores de Bienes y Servicios.</i>			
DURACIÓN ESTIMADA ETAPA DESARROLLO	<i>10 meses</i>					
LOCALIZACIÓN PROYECTO	REGIÓN DE EJECUCIÓN	<i>ATACAMA</i>	PROVINCIA	<i>COPIAPO</i>	COMUNA	<i>COPIAPO</i>
	REGIÓN DE IMPACTO 1	<i>Antofagasta</i>	PROVINCIA	<i>Antofagasta</i>	COMUNA	<i>Antofagasta</i>
	REGIÓN DE IMPACTO 2		PROVINCIA		COMUNA	

CUADRO N°2: DATOS AGENTE OPERADOR INTERMEDIARIO			
NOMBRE INTERMEDIARIO	<i>Sociedad Gedes Consultores</i>	RUT	<i>77.928.160-4</i>
NOMBRE EJECUTIVO	<i>José Ignacio Arrieta Araos</i>		
CORREO ELECTRÓNICO	<i>jarrieta@gedes.cl</i>	TELÉFONO	<i>522217952</i>

CUADRO N°3: VINCULACIÓN CON INICIATIVAS ESTRATÉGICAS
<ul style="list-style-type: none"> Señale las principales iniciativas estratégicas con las cuales este proyecto está vinculado. Refiérase a: Programas Estratégicos (PE), Programas Territoriales Integrados (PTI), Iniciativas de Fomento Integradas (IFI) – Impacto Estratégico, Bienes Públicos, Centros de Extensionismo, Programas de Formación para la Competitividad (PFC), Centros Tecnológicos, otros. <ol style="list-style-type: none"> Programa Nacional de Minería Alta Ley Programa Estratégico del Clúster Minero de la región de Antofagasta

CUADRO N°4: ANTECEDENTES DE CONTEXTO

- *Descripción general del proyecto. (máx. 10 líneas)*

El proyecto consiste en ejecutar un plan de trabajo para un grupo de siete proveedores de productos y/o servicios de la minería de la provincia de Copiapó, abordando las principales brechas detectadas en la etapa de diagnóstico, que corresponden a la gestión organizacional, desconocimiento del mercado internacional y la necesidad de adecuación de la oferta para comercializar en mercados de exportación.

En esta etapa se busca generar capacidades y conocimientos en las empresas, para ser parte de una masa crítica de empresas potenciales exportadores de bienes, servicios, tecnología y conocimientos especializados para la industria minera del sur de Perú, dada la alta demanda de servicios especializados a partir de la robusta cartera de proyectos de inversión en ejecución.

- *En base a los resultados del Diagnóstico, justificar por qué se trabajará con este grupo de empresas. (máx. 10 líneas)*

Los resultados obtenidos en la etapa del Diagnóstico señalan que las principales brechas detectadas para el grupo son:

La **falta de experiencia internacional** explicado por el desconocimiento que existe por parte de las empresas en centrar parte de sus recursos en este aspecto; débil **gestión económica y financiera**, lo que ocurre por la falta de capacidades y competencias, principalmente de quienes ejercen la dirección de la empresa, considerando que algunas están en el proceso de transición desde empresas familiares a profesionalizar la gestión de las mismas. Otra brecha detectada corresponde a la **falta de recursos para la exportación**, lo cual considera recursos como información, conocimiento, RRHH, financieros, de gestión y operación entre otros, que se relaciona a los dos primeros factores, ya que al no tener una visión de la necesidad real de los mercados, es difícil aún más priorizar recursos a este punto. Por último una baja **gestión en HSE (salud, seguridad y medioambiente) y RSE (responsabilidad social empresarial)** está explicada por que las empresas se acogen a un marco legal chileno bastante permisivo en estos aspectos, y en donde recién en los últimos años existe una presión global de mejorar los estándares en HSE y RSE en sus operaciones.

Si bien en el diagnóstico se evaluaron finalmente 16 empresas, para esta etapa de desarrollo se propone abordar a un grupo de siete, considerando que son las que reúnen las condiciones apropiadas al perfil del instrumento Nodo, y son las que cuentan con la disposición de involucrarse en un proceso de preparación y generación de capacidades para abordar un mercado de exportación. Además, en relación a los resultados del diagnóstico seis de las siete empresas obtuvieron un resultado sobre el puntaje promedio del grupo (19,7 puntos), lo que las posiciona de mejor manera para incorporar efectivamente las competencias a transferir en la etapa de desarrollo.

Cabe señalar que las nueve empresas que no continúan en esta etapa, se deben a los siguientes motivos: una de ellas ya se encuentra en etapa de exportación, y pesar de tiene espacio para mejorar en las dimensiones evaluadas, la empresa se encuentra en una etapa más avanzada de lo que está apuntando el proyecto, por lo que se recomienda por parte de la consultora no continuar en esta etapa; dos de ellas no se encontraban aptas para entrar en un proceso exportador en el mediano plazo, debido a recientes problemas críticos de gestión interna; dos no mostraron un interés real en participar, según sus propios representantes por la falta de tiempo; y finalmente cinco no tienen los recursos suficientes (económicos como humanos) para participar de forma óptima en la etapa de desarrollo, a pesar de que participaron activamente en la etapa de diagnóstico.

- *Descripción de las características de las empresas postulantes. (máx. 10 líneas)*

Las participantes son pequeñas y medianas empresas de la Región de Atacama, proveedoras de servicios y productos a la minería, con una situación financiera estable e intención de expandir sus respectivos negocios a otros mercados de la región. Estas tienen una diversificación considerable en sus carteras de clientes, principalmente grandes mineras mandantes y/o contratistas mineros de mayor tamaño, y manifiestan interés común en acercarse, al menos a mediano plazo, a un proceso exportador en la región, teniendo como principal interés el mercado Peruano.

Las ventas de las empresas fluctúan entre las UF 1.300 y UF 73.000 en el último año, y tienen entre 3 y 100 trabajadores.

A continuación, se detalla el listado de las 7 empresas participantes en la etapa de desarrollo:

Razón social	RUT
Soc. Comercial MCM Ltda.	77.984.300-9
Visionsystem SPA	76.643.425-8
Ingemit Ltda.	76.358.999-4
Cecilia Matulic	7.307.203-4
Sercim	76.289.176-k
Ingelcop	78.396.050-8
Zargo Ltda.	76.262.234-3

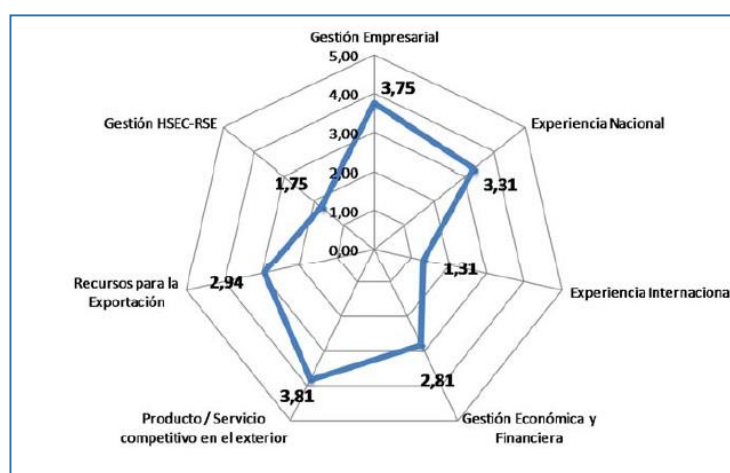
CUADRO N°5: RESULTADOS OBTENIDOS

- Descripción de los principales resultados obtenidos en la Etapa de Diagnóstico. (máx. 10 líneas)

El diagnóstico se realizó utilizando una herramienta de medición de siete áreas críticas para una empresa que se inicie en el proceso de exportación. Los ámbitos considerados fueron:

Área	Descripción
Gestión Empresarial	Posee preliminares básicos correspondientes a la organización, lo que examina etapa de la cadena de valor en que se encuentra, definiciones estratégicas y grado de consolidación de la empresa.
Experiencia Nacional	Se analiza experiencia en el mercado nacional.
Experiencia Internacional	Se analiza experiencia en el mercado internacional.
Gestión Económica y Financiera	Integra todas las tareas relacionadas con el logro, utilización y control de recursos económico y financiero. Observa específicamente las capacidades reales de soportar el proceso financiero que involucra un proceso exportador.
Producto/Servicio competitivo en el exterior	Analiza las características de producto o servicio para identificación de ventajas competitiva para mercados extranjeros.
Recursos para la exportación	Existencia de recursos humanos y operacionales capacitados para poder exportar.
Gestión HSE – RSE	Determinar que certificaciones internacionales/nacionales posee en los ámbitos de Salud (Health), Seguridad (Safety) y Medio ambiente (Evironment) y Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

La metodología de evaluación considera la categorización en 5 tramos (nota del 1 a 5) de cada una de estas variables, obteniendo cada empresa una nota por dimensión y un promedio general. De un puntaje máximo a alcanzar de 35 puntos, el promedio del grupo alcanzó 19,7 puntos. El análisis por cada dimensión se grafica a continuación:



En la figura anterior se aprecia que las variables: **Experiencia Internacional, Gestión HSEC-RSE, Gestión Económica y Financiera, y Recursos para la Explotación**, son las que en promedio por dimensión, obtuvieron puntaje bajo el mínimo (nota 3). Por otra parte, la principal fortaleza en términos generales, en el conjunto de empresas encuestadas, radica en la presencia de un producto o servicio con ventajas, que tienen su respaldo en la experiencia nacional desarrollada, la cual ha permitido mantener una gestión empresarial estable en el tiempo. De la misma forma, las oportunidades de mejora se encuentran indiscutiblemente en el fortalecimiento de un potencial proceso de internacionalización, esto es, potenciar una gestión financiera y económica en las organizaciones, capaz de apalancar la obtención de los recursos necesarios, tendientes a concretar en el mediano plazo, una experiencia internacional.

Respecto al análisis de los potenciales mercados objetivos, se realizó una evaluación de mercados mineros del ZICOSUR en Perú, Argentina, Bolivia y Brasil. Estos mercados tienen en una carpeta de proyectos mineros sobre los US\$ 50.000 millones, siendo el más importante el mercado peruano, concentrando el 94% de dicha inversión. Como resultado de la etapa de diagnóstico, se pudo identificar que el 95% de las empresas pertenecientes al Nodo Exportador, tiene como

objetivo el mercado minero industrial del Perú, esto por las características de inversión minera, crecimiento y estabilidad del mercado. Las empresas participantes ofrecen diferentes servicios y productos que en su conjunto podrían ser en la etapa inicial clientes potenciales de las mineras de cobre en el Perú, más que de oro y plata. Adicionalmente, la gran experiencia de las empresas en el mercado chileno de cobre, destacando por su portfolio de clientes con grandes mineras, le podría facilitar el acceso a las mineras de la zona Perú.

Considerando el importante volumen de bienes, insumos y servicios mineros utilizados por las empresas de la minería del cobre, es relevante analizar cuál será su demanda potencial en los próximos años, y cuales son dificultades con las que se enfrentarán los empresarios en el mercado externo.

Se identificó que los departamentos que representan reales oportunidades de internacionalización en Perú son: Arequipa, Moquegua y Tacna, dado a su nivel de participación en la producción nacional de cobre con un 25%, 14% y 13% respectivamente.

CUADRO N°6: BRECHAS Y OPORTUNIDADES QUE SERÁN ABORDADAS POR EL PROYECTO

Referirse a las brechas identificadas en el Diagnóstico y priorizadas para ser abordadas en la Etapa de Desarrollo

BRECHA y/o OPORTUNIDAD	DESCRIPCIÓN
Gestión Organizacional	Se vincula a las brechas Gestión Económica y Financiera, y Gestión de HSEC y RSE. Considera las capacidades necesarias para enfrentarse a los nuevos retos económicos y de gestión interna de la organización, que conlleva el proceso de exportación. A su vez, la preparación de la empresa para optimizar sus oportunidades de negocio y conseguir la viabilidad económico-financiera de forma planificada. En cuanto a HSEC y RSE, la existencia de alguna certificación puede aportar a las empresas el reconocimiento y confianza de clientes y colaboradores, que a su vez le contribuye a la estabilidad de su negocio. La empresa tiene que asegurarse de que todo su personal pueda desarrollar sus funciones con estándares definidos, así como entender la importancia de cumplir las normas, prácticas laborales y legislación.
Desconocimiento del mercado internacional	Se relaciona a la dimensión: falta de experiencia internacional. En este punto, los empresarios deben tener un profundo conocimiento de todos los aspectos comerciales necesarios para poder concretar negocios en el mercado peruano. Si bien las empresas tienen fortalezas en su conocimiento del mercado minero local con productos y/o servicios consolidados, resulta fundamental al iniciar un proceso de internacionalización conocer la operatividad de hacer negocios en Perú, las barreras de entrada, aranceles, procedimientos tributarios, etc.
Adecuación de la oferta para comercializar en mercados de exportación	Se relaciona a la dimensión: Falta de recursos para la exportación. La internacionalización es una operación estratégica que involucra todas las áreas funcionales de la empresa. Requiere tiempo y esfuerzo, requiere contar además con profesionales que tengan conocimientos en exportaciones, gestión comercial, que sean altamente capacitados para realizar negociaciones internacionales, gestión de actividades productivas de la empresa, etc. El conocimiento y uso oportuno de la información permitirá perfeccionar el proceso de decisiones, optimizar la comunicación y la colaboración con sus contrapartes. Asimismo, le permitirá mejorar el posicionamiento internacional de la empresa y captar nuevos clientes con bajos costos en marketing. Lo anterior hace necesario que la empresa ajuste su oferta al requerimiento del mercado de destino, conozca las reglas financieras y técnicas de éste e inicie acciones comerciales para facilitar el acercamiento con potenciales clientes. Junto con conocer el mercado, las empresas deberán concretar un modelo de negocio.

CUADRO N°7: OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO PARA LA ETAPA DESARROLLO

Incorporar capacidades y conocimientos a siete proveedores de productos y servicios a la minería de la provincia de Copiapó, a partir de la implementación de un plan de trabajo construido en base a las brechas detectadas en la etapa de diagnóstico, permitiéndoles ser parte de una masa crítica de empresas potenciales exportadores de bienes, servicios, tecnología y conocimientos especializados para el mercado minero del sur de Perú.

CUADRO N°8: OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL PROYECTO PARA LA ETAPA DE DESARROLLO

OE 1	Desarrollar capacidades de gestión organizacional en las empresas, incorporando mejores prácticas administrativas y productivas.
OE 2	Transferir conocimientos y prácticas, en torno a las oportunidades y riesgos que conlleva el proceso de exportación, optimizando el uso de información disponible.
OE 3	Facilitar la adecuación de su oferta y procedimiento de comercialización, para la generación de acercamientos comerciales con potenciales clientes del mercado internacional peruano.

CUADRO N°9: RESULTADOS ESPERADOS PARA LA ETAPA DE DESARROLLO

- *Describir los productos y resultados que se propone alcanzar en la Etapa de Desarrollo.*

Los resultados esperados asociados a los objetivos específicos del proyecto, buscan que las empresas cuenten con las capacidades de gestión organizacional que les permitan competir en un mercado internacional, junto con el conocimiento de los costos y riesgos financieros que conlleva esto. Además del establecimiento de relaciones comerciales con el mercado peruano, conocimiento del funcionamiento del mercado, y generación de redes. Sumado a lo anterior, se busca la adquisición de nuevos conocimientos, técnicas y prácticas productivas, administrativas y comerciales que permitan a las empresas fortalecer su desempeño interno, contribuyendo a ajustar su oferta en base a los requerimientos de mercados identificados.

- *Describir cómo la realización del proyecto contribuirá al cierre de brechas técnicas y de gestión en el grupo de empresas para así aprovechar oportunidades de acceso a mercados.*

El proyecto surge a partir de los resultados obtenidos en la Etapa de diagnóstico, en donde la detección de las principales brechas técnicas y de gestión permitió la elaboración de un plan de actividades. Dicho plan está pensado para entregar los conocimientos, aptitudes y experiencias necesarias al grupo de empresas, y son estas las que a través de su participación activa en las actividades, obtendrán nuevas perspectivas de oportunidades de crecimiento y mejora en su competitividad, ya que el trabajo asociativo permite que las organizaciones amplíen su espectro de visión, incorporando las inquietudes de las otras empresas y sus respectivas respuestas. Estas intervenciones serán grupales y se harán a través de asistencias técnicas, talleres, paneles, exposiciones y una misión de prospección comercial a Perú.

CUADRO N°10: INDICADORES DEL PROYECTO PARA LA ETAPA DE DESARROLLO

INDICADORES DE RESULTADO						
<i>(Miden los cambios en las empresas participantes una vez que se ha llevado a cabo el proyecto para el logro del Objetivo General del Proyecto)</i>						
INDICADOR	FÓRMULA DE CÁLCULO	UNIDAD	VALOR BASE	VALOR PROYECTADO	FECHA DE CUMPLIMIENTO	MEDIO DE VERIFICACIÓN
Incorporación de capacidades internas para competir en mercados internacionales	N° de empresas que incorporan elementos de gestión, calidad, inversión y/o comercialización, que facilitan el acceso a mercado internacional	N°	0	7	Mes 10	<ul style="list-style-type: none"> - Declaración firmada de empresa beneficiaria - Registro fotográfico - Certificados, actas de reuniones Meta: Se consideran al menos dos nuevos elementos de gestión por empresa participante
N° de contactos comerciales con clientes internacionales	N° de empresas que generan acercamientos comerciales con potenciales clientes, a partir de las actividades desarrolladas por el Nodo	N°	0	7	Mes 10	<ul style="list-style-type: none"> - Listado de contacto internacional - Con propuestas enviadas a clientes Meta: Al menos un contacto comercial por empresa
Plan de negocios focalizado en mercado internacional	N° de Empresas que cuentan con un plan de negocios para abordar mercado internacional de destino	N°	0	7	Mes 10	<ul style="list-style-type: none"> - Plan de negocios validado por Prochile Meta: Cada participante cuenta con su plan de negocios para abordar el mercado internacional

INDICADORES DE PRODUCTO							
<i>(Miden las actividades (bienes y servicios) producidos por el proyecto para el logro de los Objetivos Específicos)</i>							
OBJETIVO ESPECÍFICO	INDICADOR	FÓRMULA DE CÁLCULO	UNIDAD	VALOR BASE	VALOR PROYECTADO	FECHA DE CUMPLIMIENTO	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
1	Mejoras en la gestión administrativa y productiva	N° de empresas beneficiarias que incorporan capacidades y conocimientos para la mejora de la gestión administrativa y productiva	N°	0	7	Mes 10	<i>Comparación resultados Encuesta línea base vs. Evaluación final año 1</i>
2	Participación en prospección de mercado internacional	N° de empresas beneficiarias que participan en prospección comercial	N°	0	6	Mes 10	<i>Registro fotográfico Actas de reuniones</i>
3	Adecuación de oferta y procedimientos comerciales según nuevo mercado de destino	N° de empresas que incorporan ajustes a su oferta de servicios, según los requerimientos de mercado	N°	0	7	Mes 8	<i>Propuestas de mejoras validadas por Gerencia de la empresa beneficiaria</i>

CUADRO N°11: PLAN DE ACTIVIDADES PARA LA ETAPA DE DESARROLLO			
N°	NOMBRE ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN ACTIVIDAD(*)	COSTO \$
1	Mejores prácticas de gestión empresarial y productiva	Considera talleres grupales, y asistencia técnica individual para cada beneficiario para disminuir las brechas identificadas en el diagnóstico, en las áreas de gestión administrativa, financiera, RRHH y producción, abordando elementos de planificación estratégica, como insumo clave para sus planes de acción. Se realizarán dos talleres grupales de 8 horas cada uno más 20 horas de asistencia técnica individual por empresa, distribuidas en sesiones mensuales durante los primeros 4 meses de ejecución. Como producto entregable cada empresa desarrollará un plan de trabajo que deberá contener mejoras en los ámbitos de elementos de gestión, calidad, inversión, distribución y apalancamiento de recursos y/o comercialización.	9.461.046
2	Workshop: Acceso al mercado minero en Perú	Considera realizar al menos dos jornadas de trabajo de 8 horas cada una, tipo workshop, en la cual se expondrán los componentes del proceso exportador al mercado minero peruano, con potenciales clientes y casos de éxito de la región de Antofagasta, además de actores públicos relacionados (chilenos y peruanos). El desarrollo de esta actividad permitirá a los empresarios conocer de primera fuente, aspectos generales y específicos de la industria, para autoevaluar estado actual de la organización y gestionar la adecuación de su oferta, además de favorecer la generación de redes.	6.310.106
3	Misión de Prospección: Participación en Feria Expomine en Lima	Considera la participación de los 7 beneficiarios en la Feria Expomine en Lima, Perú, oportunidad en que podrán presentar su oferta como grupo y generar ruedas de negocios con potenciales clientes en el mercado objetivo. Las actividades permitirán al empresario una experiencia necesaria en donde conozca en la práctica de habilidades de relacionamiento tanto comercial como productivo en el mercado peruano.	8.966.744
4	Uso efectivo de Información para la comercialización en mercado internacional	Considera tres talleres de 8 horas cada uno, con el objetivo de abordar las siguientes temáticas: <ol style="list-style-type: none"> 1. Gestión y uso de la información en mercado de destino 2. Actores críticos en el proceso de internacionalización 3. Barreras de entrada Lo anterior enfocado al mercado peruano, y comprende al menos los conceptos básicos necesarios, para instalarse y/o comercializar en este mercado. Cada taller se fortalecerá en sesiones de mentorías individuales de 4 horas cada una en la empresa.	6.838.962
5	Requerimientos para la ajustar oferta a mercado de destino	Consiste en tres talleres de 6 horas cada uno, para abordar grupalmente los requerimientos del mercado peruano en las áreas: laboral, tributaria y contable. Se analizará la normativa vigente actual en Perú, y los procedimientos técnicos para exportar de manera exitosa.	4.580.669
6	Fortalecimiento del producto / servicio exportable	Corresponde a dos talleres prácticos, en los cuales las empresas participantes utilizarán los elementos aprendidos en el Nodo, para generar el ajuste de su oferta exportable específicamente en el producto y/o servicio. Como resultado de esta actividad se busca la generación de elementos de Asociatividad, generación de redes y economías de escala para acceder al mercado de destino. Considera la realización de dos talleres grupales, los que se complementarán con coaching individual y transferencia de experiencias en el proceso exportador según el rubro, producto y/o servicios de cada empresa participante. El desarrollo de esta actividad permitirá al empresario generar un análisis crítico respecto al producto / servicio ofertado, con la finalidad de identificar aquello (s) en el (los) cuale (s) existe mayor know - how y potencialidades de especialización.	5.493.010
7	Información y Manejo de Instrumentos y Procedimientos de exportación.	Corresponde a dos talleres, que permitirán al empresario conocer información relevante para fortalecer el potencial proceso exportador e incentivar su concreción, como por ejemplo redes empresariales en el mercado peruano, potenciales zonas de instalación como barrios industriales, redes de proveedores y/o contratistas de mayor tamaño.	3.442.572
8	Fortalecimiento de la Gestión en HSEC - RSE	Considera la realización de dos talleres de 6 horas cada uno para la identificación de los elementos críticos en los ámbitos de HSEC y RSE requeridos en el mercado de destino, y como estos elementos influyen en la generación de una oferta con valor agregado a los proveedores de productos y/o servicios en la minería del Perú.	3.176.891
TOTAL \$			48.270.000

(*) Indicar en qué consiste la actividad, horas y recursos dedicados, entre otros aspectos.

CARTA GANTT ANUAL (Marcar con X los meses de desarrollo)

Nº	ACTIVIDAD	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9
1	Mejores prácticas de gestión empresarial y productiva .	X	X	X	X					
2	Workshop: acceso a mercado minero en Perú		X	X						
3	Misión de Prospección: participación en feria Expmine en Lima .							X		
4	Uso efectivo de Información para la comercialización en mercado internacional.			X	X					
5	Requerimientos para ajustar oferta a mercado de destino					X	X			
6	Fortalecimiento del producto / servicio exportable							X	X	
7	Información y Manejo de Instrumentos y Procedimientos de exportación									X
8	Fortalecimiento de la Gestión en HSEC - RSE.									

CUADRO N°13: PRESUPUESTO PLAN DE ACTIVIDADES ETAPA DESARROLLO					
N°	ÍTEM	TOTAL (\$)	FUENTE DE FINANCIAMIENTO		
			APORTE CORFO (\$)	APORTE EMPRESAS (\$)	APORTE ASOCIADOS* (\$)
1	CUENTA GASTOS DE OPERACIÓN				
1.1	Mejores prácticas de gestión empresarial y productiva	9.461.046	7.816.667	1.644.379	
1.2	Workshop: acceso a mercado minero en Perú	6.310.106	5.225.333	1.084.773	
1.3	Misión de Prospección: participación en feria Expmine en Lima	8.966.744	7.306.667	1.660.077	
1.4	Uso efectivo de Información para la comercialización en mercado internacional	6.838.962	5.647.333	1.191.629	
1.5	Requerimientos para ajustar oferta a mercado de destino	4.580.669	3.845.333	735.336	
1.6	Fortalecimiento del producto / servicio exportable	5.493.010	4.573.333	919.677	
1.7	Información y Manejo de Instrumentos y Procedimientos de exportación	3.442.572	2.898.667	543.905	
1.8	Fortalecimiento de la Gestión en HSEC - RSE	3.176.891	2.686.667	490.224	
TOTAL GASTOS OPERACIÓN		48.270.000	40.000.000	8.270.000	
2	CUENTA GASTOS DE ADMINISTRACIÓN				
2.1	Overhead Agente Operador		6.000.000		
TOTAL DE GASTOS (\$)		54.270.000	46.000.000	8.270.000	

(*) Si corresponde.

CUADRO N°14: DISTRIBUCIÓN PRESUPUESTARIA DEL PROYECTO ETAPA DESARROLLO SOLO APOORTE CORFO				
COFINANCIAMIENTO	\$	%	CARGO AÑO PRESUPUESTARIO	
			AÑO ACTUAL	AÑO SIGUIENTE
1. CORFO (Hasta 90% del costo total del proyecto)	40.000.000	82,61	40.000.000	
2. Empresas	8.270.000	17,39	8.270.000	
TOTAL PROYECTO	48.270.000	100%	48.270.000	
3. OVERHEAD AGENTE OPERADOR	6.000.000		6.000.000	
TOTAL GENERAL	54.270.000		54.270.000	
ORIGEN DE FONDOS			CORFO COMPETITIVIDAD	

CUADRO N°15: RECOMENDACIÓN DEL AGENTE OPERADOR INTERMEDIARIO

- *Pronunciarse respecto del cumplimiento de los criterios de evaluación establecidos en el numeral 4.3.1 del presente Manual.*

Plan de actividades: 10

En relación al plan de actividades presentado se muestra una relación lógica entre las actividades propuestas y cumplimiento de. Con las actividades propuestas en este proyecto se logrará obtener los resultados y objetivos propuestos y lograr una mejor capacidad exportadoras de estas 7 empresas.

Propuesta económica: 10

En virtud a las actividades presentadas en el proyecto se despliega un presupuesto económico asociado en el que se considera el trabajo por parte de la consultora personalizado con cada una de las empresas beneficiarias lo que lleva consigo un despliegue territorial, además es acorde al presupuesto de cada empresa beneficiada.

Resultados esperados: 10

En relación al plan de actividades presentando esperamos que las empresas aumenten su nivel de productividad y competitividad, a través de la adquisición de nuevos conocimientos en las distintas áreas que comprenden a una empresa, y la llegada a nuevos mercados, específicamente Perú

Justificación Estratégica: 10

Finalmente, la justificación estratégica mediante la cual se plantea el desarrollo del proyecto, se encuentra directamente relacionado con el Lineamiento N°5 Diversificación y Mayor Dinamismo de la Economía Regional, "Una región con una economía sustentada en diversos sectores económicos. A partir de una producción de bienes y servicios con alta agregación de valor, con procesos de innovación permanente que acceden a diferentes mercados nacionales e internacionales." Lo cual se adecua directamente con los objetivos N°4 "Diversificar y agregar valor a la oferta de bienes y servicios productivos en la minería, agricultura, acuicultura y turismo" en el cual nosotros nos centramos directamente en el área productiva direccionada a la minería y el objetivo N°5 "Desarrollar y fortalecer la mediana y las empresas de menor tamaño y nuevos emprendedores", donde nuestro segmento de beneficiarios corresponde juntamente al indicado anteriormente. En virtud a lo anteriormente expuesto es que se determina la necesidad de continuar un proyecto que nos permita desarrollar a un grupo de 7 empresas Pymes proveedoras de servicios o productos a la Industria de la Minería a transformarse en exportadores al mercado Peruano en una primera etapa.

Este proyecto se alinea también a los proyectos de alta ley y programa estratégico Clúster Minero de Antofagasta.

Evaluación Final: 10

A raíz de la evaluación de este Agente Operador Intermediario es que se recomienda a la Dirección Regional de Atacama la aprobación de este proyecto.

El beneficiario autoriza a CORFO o al Comité de Desarrollo Productivo Regional para que le notifique los actos administrativos que produzcan efectos sobre él, así como para comunicarle cualquier información que pudiere ser de su interés, mediante correo electrónico, a la dirección informada en su formulario de postulación o aquella que informe, en caso de que ésta fuere modificada.

Sí () No ()

FIRMA DIRECTOR AGENTE OPERADOR INTERMEDIARIO

ANTECEDENTES TÉCNICOS A ADJUNTAR
<ul style="list-style-type: none">• <i>Tabla de Antecedentes de las empresas participantes.</i>

APÉNDICE ACTIVIDADES ECONÓMICAS Y CLASIFICACIONES DEL PROYECTO

LISTADO ACTIVIDADES ECONÓMICAS
ACTIVIDAD ECONÓMICA (CAE)
PESCA Y ACUICULTURA
FORESTAL
MINERÍA
MANUFACTURA
MULTISECTORIAL
TECNOLOGIAS DE INFORMACION
INFORMATICO
POBLACION CON DISCAPACIDAD
CONSTRUCCION
SILVESTRES PROTEGIDAS
SALUD
ALIMENTOS
PUBLICIDAD
VITIVINICOLA
HORTOFRUTICOLA
(NO APLICA)
ENERGÍA
INFRAESTRUCTURA
BIOMEDICINA
SIN CLASIFICAR
FARMACEUTICO
EDUCACION
FRUTICOLA
MEDIOAMBIENTE
TRANSPORTE, LOGÍSTICA, ALMACENAMIENTO Y SERVICIOS CONEXOS
BIOTECNOLOGÍA
METALMECÁNICA
QUÍMICA Y PETROQUÍMICA
INDUSTRIAS CREATIVAS
SERVICIOS FINANCIEROS
SERVICIOS EMPRESARIALES Y PROFESIONALES
COMERCIO
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
OTROS
AGROPECUARIA
TURISMO

CLASIFICACIÓN
BIOTECNOLOGÍA
COMPETENCIAS LABORALES
COMPETITIVIDAD SECTORIAL
DIVERSIFICACIÓN PRODUCTIVA
SISTEMA DE CALIDAD
SUSTENTABILIDAD Y PRODUCCIÓN LIMPIA
TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION E INFOCOMUNICACION
NO APLICA
NO DEFINIDO