



RESOLUCIÓN N° 9549

Santiago, 20 de febrero de 2018.-

VISTO Y CONSIDERANDO:

- 1) Que, Sercotec es una Corporación de Derecho Privado, cuya misión es mejorar las capacidades y las oportunidades de emprendedores, emprendedoras y de las empresas de menor tamaño, para iniciar y aumentar sosteniblemente el valor de sus negocios, acompañando sus esfuerzos y evaluando el impacto de la acción institucional.
- 2) Que, de conformidad a lo previsto en los Estatutos de la Corporación, particularmente lo dispuesto en su artículo duodécimo a) el Directorio cuenta entre sus atribuciones la de *“Formular el plan general de trabajo, al que deban ceñirse las actividades del Servicio de Cooperación Técnica”*.
- 3) Que, en la Sesión Ordinaria N° 649, de 19 de diciembre del año 2017, el Directorio en uso de sus facultades, aprobó la Oferta Programática del Servicio para el presente año 2018, en los términos presentados por la Gerenta de Programas de Sercotec, según consta en Acuerdo N° 1591.

4) Que, en este contexto, Sercotec ha llevado a cabo un mejoramiento de la oferta programática, en conjunto con las 15 Direcciones Regionales, proceso participativo que tiene por objetivo perfeccionar la operación de los instrumentos, dada la experiencia de la puesta en marcha de un nuevo modelo.

5) Que, en atención a lo anteriormente expuesto, las necesidades del Servicio y las atribuciones que me confieren los Estatutos vigentes,

RESUELVO:

ARTÍCULO PRIMERO: DÉJESE SIN EFECTO a partir de la presente fecha, la Resolución N° 9422-A, de 15 de febrero de 2017, que aprobó la Oferta Programática de Sercotec 2017.

ARTÍCULO SEGUNDO: APRUÉBASE el Diseño de Oferta Programática de Sercotec 2018 y la respectiva ficha de instrumentos, elaborada por la Gerencia de Programas del Servicio, cuyo texto es el siguiente:



DISEÑO OFERTA PROGRAMÁTICA DE SERCOTEC AÑO 2018

Fichas de Instrumentos

Gerencia de Programas

*Lograr impacto económico mejorando calidad y valor de
beneficios*

Gobierno de Chile



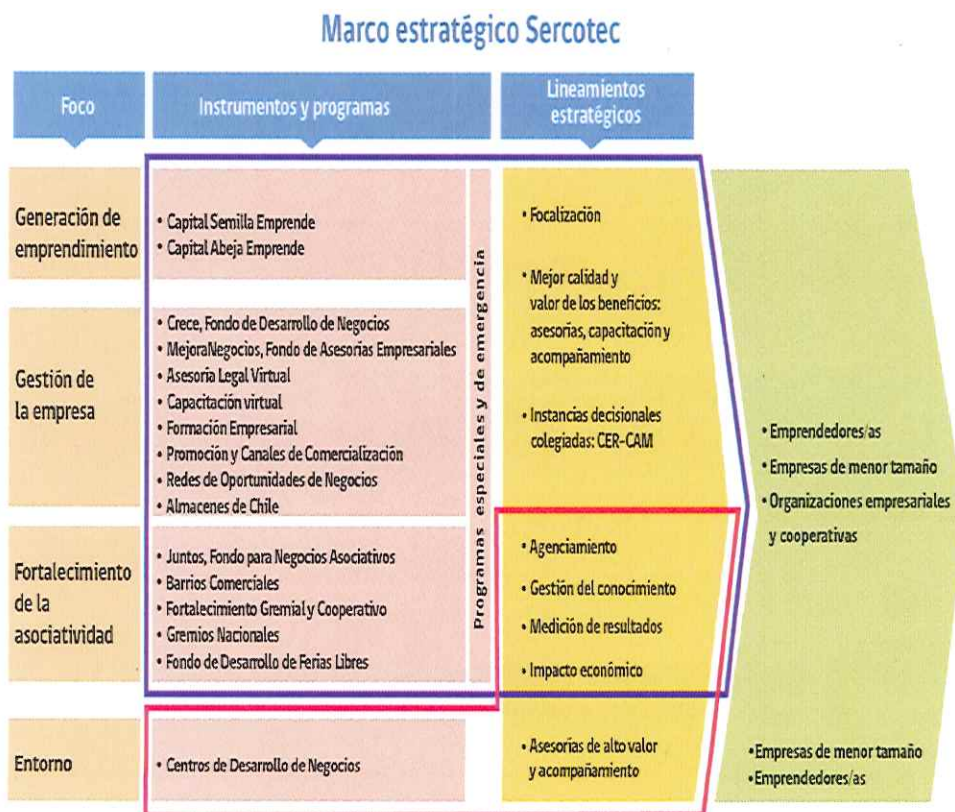
Marco estratégico institucional periodo 2015 – 2018	5
Fichas Conceptuales de los Instrumentos	7
1. Fichas de Instrumentos Agenciados	8
Crece, Fondo de Desarrollo de Negocios	8
MejoraNegocios, Fondo de Asesorías Empresariales	11
Almacenes de Chile	16
Capital Semilla Emprende – Capital Abeja Emprende	19
Programa de Fortalecimiento de Barrios Comerciales	26
Fortalecimiento Gremial y Cooperativo	29
Fondo de Desarrollo de Ferias Libres	33
2. Fichas de Instrumentos No Agenciados	36
Formación Empresarial	36
Promoción y Canales de Comercialización.....	39
Redes de Oportunidades de Negocios	42
Convocatoria para Confederaciones, Federaciones de carácter nacional, Gremios Nacionales..	44
3. Fichas de Instrumentos Especiales	47
Programa Emergencia	47
Programas Especiales de Fomento Productivo	48
Punto Mipe, Servicio de Atención Integral a la Ciudadanía	48

Marco estratégico institucional periodo 2015 – 2018

Sercotec estableció para el periodo del 2015-2018, un marco estratégico institucional, que en sus tres años de operación, instaló la ejecución de la oferta de instrumentos y el modelo de operación dispuesto en su planificación estratégica. Así, el Servicio mantiene el principio esencial de búsqueda de impacto económico en su acción de fomento, basada en la focalización institucional de acuerdo a prioridades regionales, en el mejoramiento de la calidad y del valor de los beneficios entregados, incluyendo acompañamiento, capacitación y asistencias técnicas especializadas, y la instalación de una cultura de medición de resultados, de modo de mejorar las capacidades de empresarios/as y emprendedores/as, para iniciar y aumentar sosteniblemente el valor de sus negocios.

Es por ello que Sercotec en su calidad de institución de fomento de las empresas de menor tamaño en Chile, mantiene para este año los programas de intervención focalizados en 4 grandes ámbitos:

- Generación de emprendimiento.
- Mejoramiento de la gestión de la empresa.
- Fortalecimiento de la asociatividad.
- Programas de entorno.



Las directrices y ejes estratégicos en que se enmarca el diseño de la oferta programática y modelo de operación de Sercotec 2015-2018 son los siguientes:

a) Focalización estratégica de la acción de Sercotec en el nivel regional.

Sercotec potencia la focalización de intervención a nivel regional. Para ello cada Dirección Regional elabora su planificación sobre la base de ejes estratégicos de trabajo, los que deben ser definidos de acuerdo a las necesidades, oportunidades y particularidades del sector MIPE en la región, la Estrategia de Desarrollo Regional, los programas estratégicos diseñados por otras instituciones dedicadas al fomento productivo, y la información relevante de fomento productivo regional. Se espera operar con sencillez, flexibilidad y adaptación a necesidades locales, priorizando territorios y/o sectores productivos de conformidad a la planificación estratégica e instrumentos regionales y agendas de cada Región.

b) Dotar a Sercotec de una plataforma capaz de crecer en el tiempo: Agenciamiento.

Con el objeto de asegurar un estándar de servicios de apoyo adecuado y homogéneo a lo largo del país, se ha implementado paulatinamente un modelo de operación de los instrumentos y servicios a través de Agentes Operadores. De este modo se trabaja simultáneamente con mayor cantidad de clientes.

c) Acciones de Gestión Empresarial: Mejorar la calidad y el valor de los beneficios.

La acción que Sercotec realiza a través de distintos instrumentos, relevando el componente de acompañamiento, asesoría y/o apoyo que los/as empresarios/as necesiten para implementar sus proyectos y aumentar sus ventas, ampliando de esta forma su participación en la gestión del proyecto, resulta en que de este modo la intervención institucional, antes focalizada en la entrega de recursos de inversión, agrega conocimiento y mejora las capacidades de los/las empresarios/as y emprendedores/as para iniciar y aumentar sosteniblemente el valor de sus negocios.

d) Implementar una cultura de medición de resultados.

Con objeto de garantizar que los recursos públicos se destinen a iniciativas que se mantengan en el tiempo y consigan resultados medibles en términos de aumento de ventas, creación o retención de puestos de trabajo, fortalecimiento de organizaciones empresariales, u otros, se incluye en el diseño de los instrumentos las variables que permitirán medir estos resultados. En este contexto, Sercotec se encuentra implementando un Sistema de Evaluación que permitirá monitorear los resultados permanentemente y/o el impacto obtenido por cada instrumento.

e) Lograr impacto económico.

Se busca privilegiar el impacto sobre la cobertura, por lo que la acción de Sercotec está orientada a obtener mejores resultados en los proyectos, es decir, incrementar las ventas, crear y retener empleos, facilitar el acceso a financiamiento, y crear nuevas empresas sustentables, entre otros.

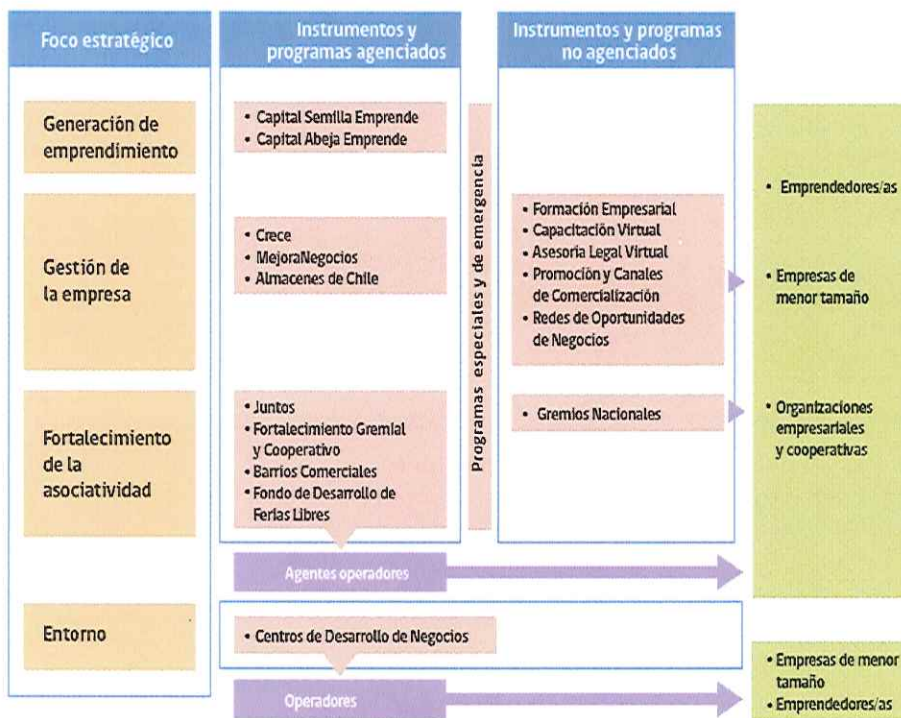
f) Fomentar la Gestión del Conocimiento y el proceso de toma de decisiones: CAM – CER.

Con el objeto de identificar y gestionar el conocimiento que el Servicio posee para cumplir con sus objetivos estratégicos, transformando dicho conocimiento en un activo institucional, y con objeto de contar con organismos colegiados que evalúen los proyectos y asignen los recursos con mayor información a nivel intrarregional, Sercotec define el Comité de Asignación Macrozonal (CAM) en su rol de potenciar la coordinación y gestión del conocimiento entre las Direcciones Regionales y compartir buenas prácticas, complementándose con el Comité Evaluador Regional (CER), a cargo de hacer la primera revisión y evaluación de los proyectos.

Fichas Conceptuales de los Instrumentos

Sobre la base del marco estratégico institucional y considerando que el proceso de agenciamiento de instrumentos se ha puesto en marcha de manera gradual, se presentan las fichas conceptuales de los instrumentos agenciados y no agenciados señalados en la siguiente figura representativa del modelo:

Modelo de operación Sercotec - Agenciamiento



1. Fichas de Instrumentos Agenciados

Crece, Fondo de Desarrollo de Negocios

Objetivo

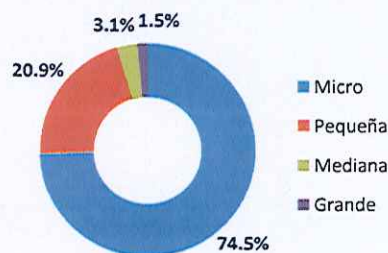
Su objetivo consiste en fortalecer la gestión de las empresas de una localidad, rubro y/o perfil de empresario/a, con la finalidad de potenciar su crecimiento o su acceso a nuevas oportunidades de negocio.

En el marco de este instrumento, cada empresa implementará un Plan de Trabajo, el cual deberá estar compuesto por Acciones de Gestión Empresarial, que le permitan desarrollar competencias y capacidades, e Inversiones, que le posibiliten potenciar su crecimiento, su consolidación y/o el acceso a nuevos negocios.

Fundamentación

De acuerdo al SII, según se indica en el gráfico, en Chile para el año comercial 2015, del total de 917.329 empresas con ventas anuales declaradas, el **95,4% son MIPE**. En contraste, sólo representan el **8,4% de las ventas totales** y el **28,5% de los trabajadores dependientes** informados (SII, 2016).

Las MIPE son las empresas más dinámicas, donde la tasa de creación es de 14,5% y la de destrucción de estas es de 11,3%. A pesar de que son las que más mueren, son las que presentan una mayor tasa de creación neta (3,2%) (Encuesta EME, 2015).



En este escenario, podemos decir que es necesario corregir fallas de mercado, al ser las MIPE menos competitivas en comparación con las empresas medianas y grandes, donde la principal dificultad para acceder a nuevas oportunidades de negocio y potenciar su crecimiento es el **acceso al financiamiento, capacitación y asesoría de gestión empresarial**.

En el ámbito de acceso al financiamiento, en general el 20% de las empresas no utilizó ninguna fuente de financiamiento, y cuando accede prefiere recursos propios (50%), bancos (23%) y proveedores (17%). Es decir, acuden poco y mal al sistema financiero y esto no está relacionado con el nivel de formalidad. Los motivos calificados como "más importantes" para solicitar un crédito fueron financiar el capital de trabajo de la empresa (63%) y la compra de maquinarias, equipos y herramientas (17%) (Encuesta ELE, 2015).

Por otra parte, otras de las brechas que presentan las MIPE tienen relación con el acceso a asistencia técnica y capacitación. Como datos podemos considerar que sólo el 26% de los administradores en la microempresa presentan estudios universitarios (ELE, 2015), un 36,7% de las microempresas lleva registros formales (EME, 2015) y sólo el 5% de la microempresa cuenta con certificación (ELE, 2015).

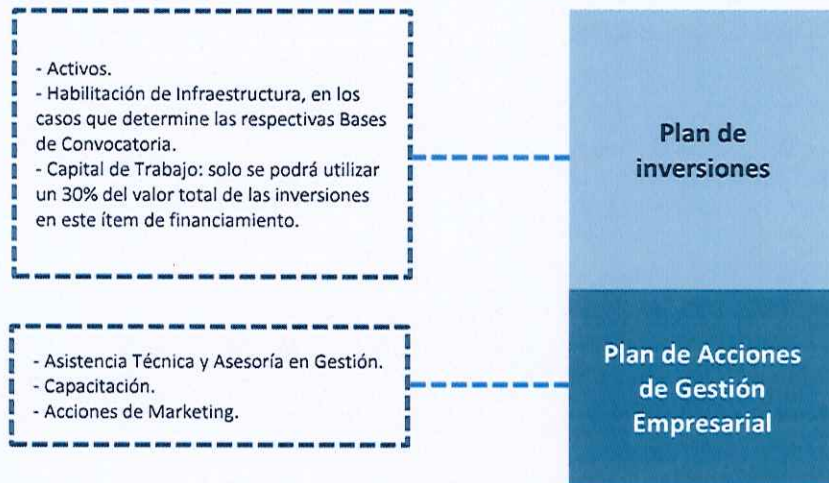
En relación al uso de TICs por parte de las empresas, un 75,9% utiliza Internet, siendo **70,6% para microempresas**, 96,0% en las pymes y 99,9% en las grandes (Encuesta ELE, 2015).

¿En qué consiste?

Consiste en un subsidio no reembolsable que permite a las empresas seleccionadas implementar **Acciones de Gestión Empresarial**, para desarrollar competencias y capacidades, e **Inversiones**, consistentes en la adquisición de bienes, las que, en su conjunto, le posibiliten acceder a nuevas oportunidades de negocio y/o mantener las existentes, potenciando su crecimiento, consolidación y/o acceso a nuevos negocios.

¿Qué financia?

Con el subsidio otorgado por SERCOTEC y el aporte empresarial se podrá financiar:



¿Quiénes pueden acceder?

- Personas naturales y jurídicas con iniciación de actividades ante el SII, en primera categoría, con una actividad económica vigente y coherente con la focalización, y con ventas netas demostrables anuales mayores o iguales a 200 UF e inferiores o iguales a 25.000 UF.
- Excepcionalmente, podrán postular empresas cuyas ventas netas demostrables sean inferiores a 200 UF, siempre que tengan menos de un año de antigüedad de iniciación de actividades en primera categoría, ante el Servicio de Impuestos Internos.
- También pueden acceder cooperativas, en cuyo caso, las ventas promedio por asociado deberán ser menores a las 25.000 UF, lo que se calcula con el monto de las ventas totales de la cooperativa dividido por el número de asociados. Se excluyen las cooperativas de servicios financieros.

¿Cuáles son las etapas del Instrumento?



¿Cuáles son los criterios de evaluación y/o selección de beneficiarios?

Evaluación de admisibilidad

Caracterización:

- 1- Empresario
- 2- Empresa

Evaluación Técnica:

1. Cumplimiento de los requisitos establecidos en las Bases de Convocatoria.
2. Evaluación del Plan de Trabajo.
3. Visita a terreno.
4. Criterios regionales de selección (focalización y otros).

Evaluación CER

Fase de Desarrollo:

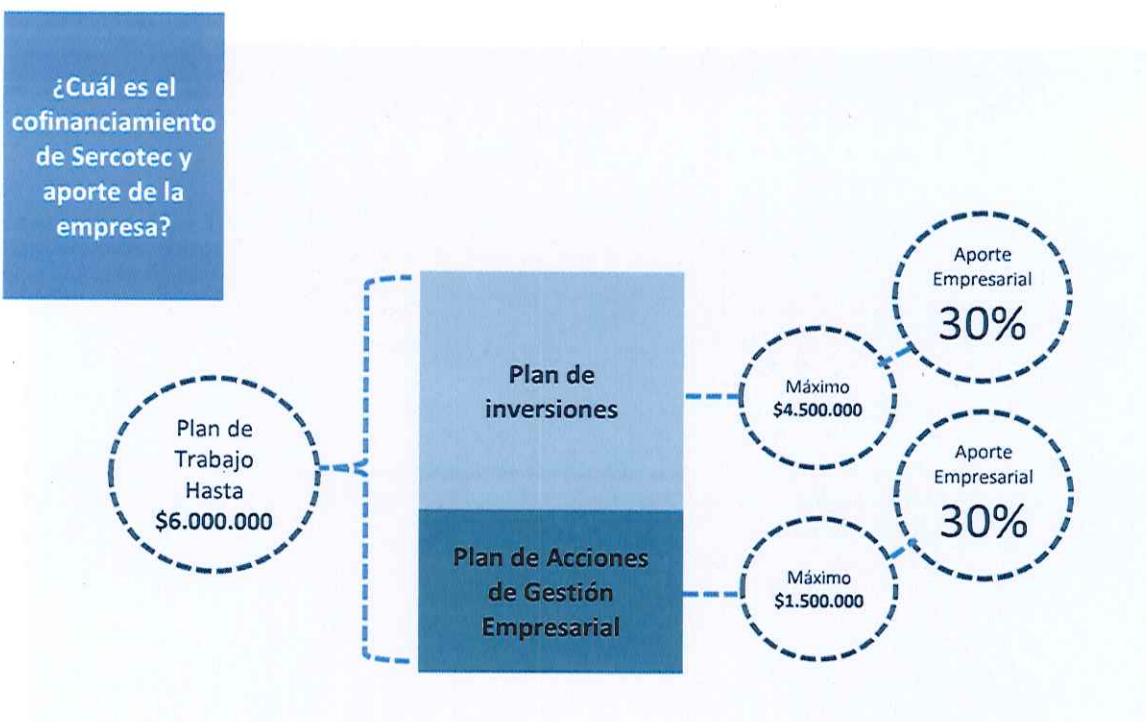
- **Potencial del Plan de Trabajo**, considerando además las fortalezas y debilidades de la empresa, el empresario/a y, las observaciones y recomendaciones del Agente Operador.
- **Pertinencia del Plan de Trabajo**, en consideración al objetivo y la focalización de la convocatoria Crece.

¿Cuáles son los indicadores del instrumento?

$(N^{\circ} \text{ de beneficiarios de CRECE con logro en el año } t / N^{\circ} \text{ total de beneficiarios CRECE en el año } t) * 100$

Nota: Logro en el año t se entiende como el logro (variable dicotómica) de uno o más de los siguientes aspectos:

- Generación de nuevos empleos.
- Disminución de sus costos.
- Aumento en sus ventas.
- Captación de nuevos clientes.
- Acceso de nuevos canales de comercialización.
- Implementación de nuevos servicios o productos.
- Acceso a nuevos mercados.
- Incorporación de tecnología.



MejoraNegocios, Fondo de Asesorías Empresariales

Objetivo

Su objetivo es cofinanciar la contratación de una **asesoría empresarial**, realizada por una entidad consultora, que contribuye a aumentar la productividad y/o mejorar la calidad de los productos y/o servicios, mejorando la competitividad de las micro y pequeñas empresas chilenas.

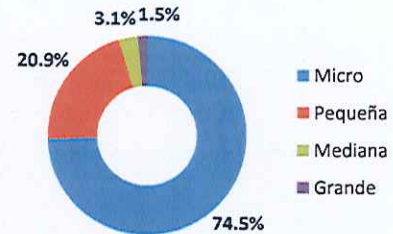
Se incluye dentro de este objetivo, el fomentar la implementación y certificación de normas, protocolos o sistemas de gestión, a través del cofinanciamiento de los gastos asociados a la auditoría de certificación.

Estas consultorías se enmarcarán en **tipologías de intervención** para cada sector económico, territorio o ámbito que determine el Comité de Asignación Macrozonal a través de lo propuesto por la Dirección Regional (DR), quien especificará sus contenidos, presupuesto, resultados mínimos y los requisitos que deberán cumplir los consultores.

Fundamentación

De acuerdo al SII, según se indica en el gráfico, en Chile para el año comercial 2015 del total de 917.329 empresas con ventas anuales declaradas, el **95,4% son MIPE**. En contraste, sólo representan el **8,4% de las ventas totales** y el **28,5% de los trabajadores dependientes informados** (SII, 2016).

Las MIPE son las empresas más dinámicas, donde la tasa de creación es de 14,5% y la de destrucción de estas es de 11,3%. A pesar de que son las que más mueren, son las que presentan una mayor tasa de creación neta (3,2%) (Encuesta EME, 2015).



En este escenario, podemos decir que es necesario corregir fallas de mercado, al ser la MIPE menos competitivas en comparación con las empresas mediana y grande, donde la principal dificultad para acceder a nuevas oportunidades de negocio y potenciar su crecimiento es el **acceso al financiamiento, capacitación y asesoría de gestión empresarial**.

Si analizamos el acceso a las asesorías empresariales, podemos observar que acuden poco y mal al sistema financiero y esto no está relacionado con el nivel de formalidad. Los motivos calificados como "más importantes" para solicitar un crédito fueron financiar el capital de trabajo de la empresa (63%) y la compra de maquinarias, equipos y herramientas (17%) (Encuesta ELE, 2015). Es decir, no invierten en subsanar sus brechas acceso a asistencia técnica y capacitación. Como datos podemos considerar que sólo el 26% de los administradores en la microempresa presentan estudios universitarios (ELE, 2015), un 36,7% de las microempresas lleva registros formales (EME, 2015) y sólo el 5% de la microempresa cuenta con certificación (ELE, 2015). En relación al uso de TICs por parte de las empresas, un 75,9% utiliza Internet, siendo **70,6% para microempresas**, 96,0% en las pymes y 99,9% en las grandes (Encuesta ELE, 2015).

¿En qué consiste?

Existen dos tipos de asesorías empresariales, en función de la complejidad, alcance, plazos de ejecución y costos asociados:

ASESORÍA EMPRESARIAL BÁSICA

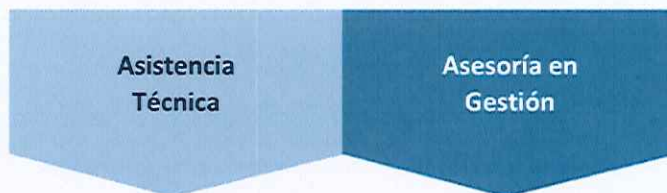
Asesorías requeridas por las empresas para solucionar aspectos de **gestión empresarial**, mediante la **implementación de herramientas y técnicas de apoyo a su quehacer productivo y de servicio**, que le permita mejorar su competitividad. Este tipo de asesorías implica una intervención puntual en la empresa, acotada a las herramientas y técnicas a implementar.

ASESORÍA EMPRESARIAL ESPECIALIZADA

Asesorías requeridas por las empresas en ámbitos especializados de su gestión empresarial, con el fin de **mejorar la eficiencia de los procesos productivos y/o asegurar la calidad de sus productos o servicios**. Este tipo de asesorías implica una intervención en la empresa tanto a nivel de definiciones estratégicas, como en sus procesos productivos, a través de la sistematización y/o protocolización de funciones.

¿Qué financia?

Con el cofinanciamiento otorgado por SERCOTEC y el aporte empresarial se podrá financiar:



Comprende el gasto para la contratación de **servicios de consultoría** orientadas a entregar conocimientos, información y/o herramientas técnicas que tengan un impacto directo en la gestión de los beneficiarios: productivo, comercial, financiero u otro pertinente. Tratándose de Asesorías Empresariales Especializadas se consideran aporte para aquellas orientadas a la implementación de normas certificables.

¿Quiénes pueden acceder?

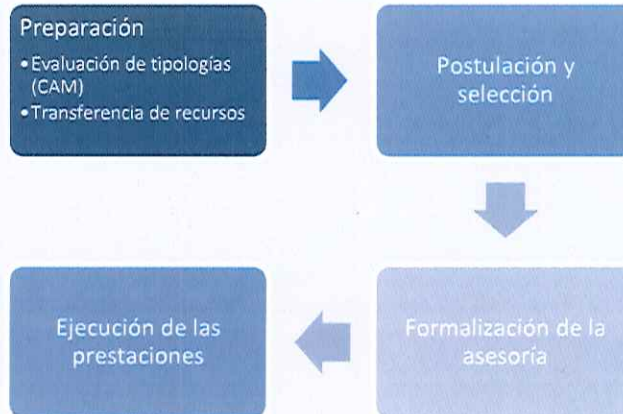
Micro y pequeñas empresas*, personas naturales y jurídicas con iniciación de actividades en primera categoría ante el Servicio de Impuestos Internos, y con ventas demostrables entre 200 UF a 25.000 UF al año, con domicilio comercial en la región en que postulan y que cumplan, además, con los requisitos de acceso específicos establecidos por cada Dirección Regional de Sercotec.

En el caso de empresas con menos de un año de antigüedad en el Servicio de Impuestos Internos, se podrán aceptar postulantes con ventas demostrables menores a 200 UF.

Cooperativas, a las que se les solicitará que las ventas promedio por asociado sean iguales o menores a 25.000 UF, lo cual se calcula con las ventas totales de la Cooperativa dividido por el número de asociados. Se excluyen las Cooperativas de servicios financieros.

*Se excluyen sociedades de hecho y comunidades hereditarias.

¿Cuáles son las etapas del Instrumento?



¿Cuáles son los criterios de evaluación y/o selección de beneficiarios?

Los empresarios/as interesados en participar en este instrumento, deberán cumplir con los requisitos y criterios de selección que cada DR determine y que sean aprobadas por el CAM. Los criterios serán de dos tipos:

ADMISIBILIDAD

Consiste en la verificación del cumplimiento de los requisitos establecidos para ser beneficiario del instrumento. Algunos podrán ser específicos según la focalización del instrumento y la tipología de intervención.

ELEGIBILIDAD

Consiste en determinar si la asesoría presentada es pertinente a las necesidades y realidad de la empresa y si el costo es coherente con las actividades presentadas. Se evalúan los siguientes ámbitos específicos:

- Propuesta metodológica.
- Productos comprometidos.
- Equipo consultor.
- Coherencia del presupuesto.

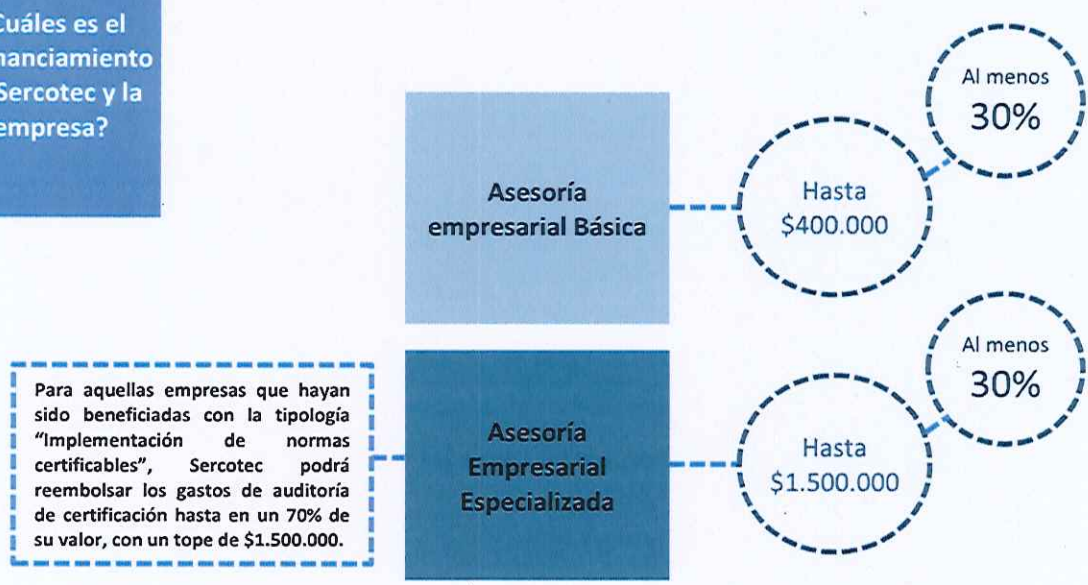
¿Cuáles son los indicadores del instrumento?

<p>Indicador: Asistencia técnica implementada y recibida conforme por las empresas participantes en el periodo t</p>	<p>Indicador: Porcentaje (%) de asistencias técnicas prestadas en el periodo</p>	<p>Indicador: Porcentaje (%) de Empresas lideradas por mujeres que acceden al servicio de asistencia técnica en el periodo t</p>
<p>Fórmula de cálculo: Asistencia técnica implementada y recibida conforme por las empresas participantes en el periodo t/Total de empresas que acceden al servicio en el periodo t</p>	<p>Fórmula de cálculo: N° de asistencias técnicas prestadas en el periodo t/ N° de asistencias técnicas planificadas para el periodo t</p>	<p>Fórmula de cálculo: N° de servicios de asistencias técnicas prestados a empresas lideradas por mujeres (*) en el periodo t/ N° de servicios de asistencia técnica prestados en el periodo t acceden al servicio en el</p>

(*) Se entienden empresas lideradas por mujeres aquellas empresa de persona natural de sexo femenino, y para el caso de la persona jurídica, es estar constituida con al menos el 50% de su capital por socias mujeres y al menos una de sus representantes legales debe ser de sexo femenino.

A su vez, cada Proyecto deberá incorporar indicadores de resultado específicos y pertinentes al ámbito de la asesoría, con sus respectivos registros de información.

¿Cuáles es el cofinanciamiento de Sercotec y la empresa?



Almacenes de Chile

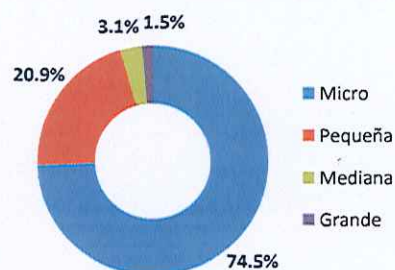
Objetivo

Su objetivo consiste en fortalecer el crecimiento de los Almacenes de Chile y su acceso a nuevas oportunidades de negocios, a través de la implementación de un proyecto de trabajo, el cual incluye el financiamiento de inversiones y acciones de gestión empresarial (capacitación, asistencias técnicas u otros).

Fundamentación

De acuerdo al SII, según se indica en el gráfico, en Chile para el año comercial 2015 del total de 917.329 empresas con ventas anuales declaradas, el **95,4% son MIPE**. En contraste, sólo representan el **8,4% de las ventas totales** y el **28,5% de los trabajadores dependientes** informados (SII, 2016).

Las MIPE son las empresas más dinámicas, donde la tasa de creación es de 14,5% y la de destrucción de estas es de 11,3%. A pesar de que son las que más mueren, son las que presentan una mayor tasa de creación neta (3,2%) (Encuesta EME, 2015).



En este escenario, podemos decir que es necesario corregir fallas de mercado, al ser la MIPE menos competitivas en comparación con las empresas mediana y grande, donde la principal dificultad para acceder a nuevas oportunidades de negocio y potenciar su crecimiento es el **acceso al financiamiento, capacitación y asesoría de gestión empresarial**.

Un sector de las MIPE que destaca son los almacenes de barrio, que representan cerca del **11% del total de empresas activas del país** y generan más de **420 mil puestos de trabajo** anuales, esto es, cerca del 20% del empleo generado por las micro y pequeñas empresas. Al representar un porcentaje importante dentro del grupo de las MIPES, es esperable que repliquen los problemas de este segmento.

No obstante, los almacenes de barrio presentan ventas en promedio un 15% más bajas que el total de las microempresas (SII, 2015). Respecto a los porcentajes del total de las ventas de participación en el mercado de los almacenes, se destacan las bebidas con 55%, abarrotes con 20% y el pan fresco sobre el 60%” (Confedech, 2014).

¿En qué consiste?

Consiste en el apoyo financiero, a través de un subsidio no reembolsable, destinado a la implementación de un proyecto de trabajo, que contemple acciones de gestión empresarial (capacitación, asistencias técnicas u otros) y el financiamiento de inversiones.

El acceso al instrumento es a través de la elaboración y postulación de un proyecto de trabajo conforme a un formulario de postulación disponible en la página www.sercotec.cl. Además, por este mismo medio, debe adjuntar documentación que permita acreditar los requisitos de acceso al Programa, la cual se detalla en las Bases de Convocatoria, disponible para los postulantes en la misma página web, en la cual se detalla conceptual y operativamente el Programa. En los otros programas no se han establecido las formas de postulación.

¿Qué financia?

Con el cofinanciamiento otorgado por SERCOTEC y el aporte empresarial se podrá financiar:



¿Quiénes pueden acceder?

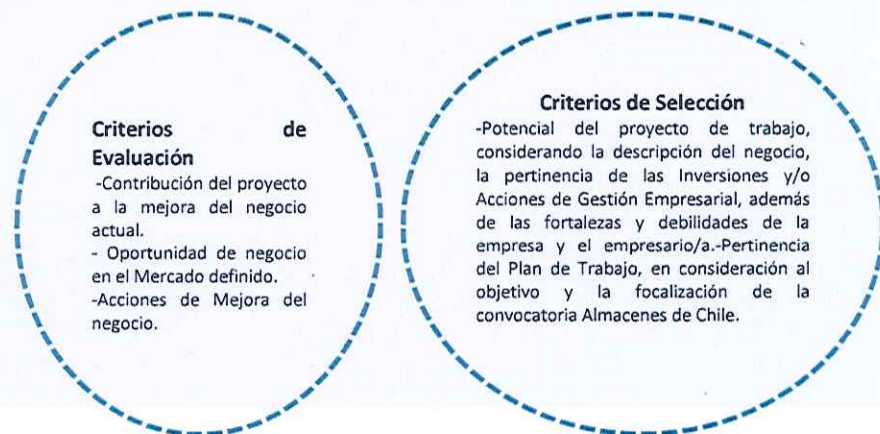
- Micro y Pequeñas empresas, personas naturales o jurídicas, con iniciación de actividades en primera categoría ante Servicio de Impuestos Internos (*), que tengan ventas demostrables anuales inferiores a 5.000 UF y que tengan una antigüedad superior a 12 meses.
- Las empresas deberán corresponder al rubro almacén, entendido como aquel pequeño comercio minorista orientado al consumidor final, que provee de diversos artículos, preferentemente abarrotes, a los habitantes y transeúntes de un barrio residencial y/o comercial.

(*) Las sucesiones hereditarias no son personas jurídicas, y por lo tanto, no pueden ser beneficiarias, salvo que se encuentren con declaración de posesión efectiva, iniciación de actividades y cuenten con RUT otorgado por el SII.

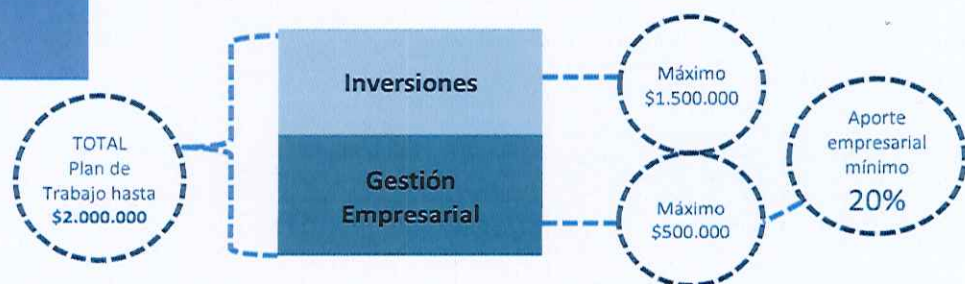
¿Cuáles son las etapas del Instrumento?



¿Cuáles son los criterios de evaluación y/o selección de beneficiarios?



¿Cuáles es el cofinanciamiento de Sercotec y Empresa?



Capital Semilla **Emprende** – Capital Abeja **Emprende**

Objetivo

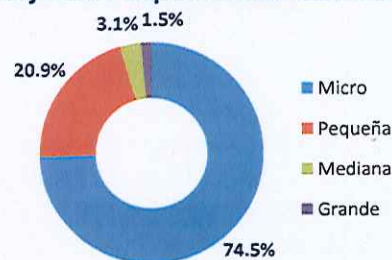
Su objetivo consiste en la creación de nuevos negocios con participación en el mercado a través del apoyo de “Planes de trabajo para implementar un negocio”. Que incluya el financiamiento de Inversiones y Acciones de Gestión Empresarial (capacitación, asistencias técnicas u otros), y que se encuentren dentro de la focalización definida por cada Dirección Regional de Sercotec. Este instrumento considera dos tipos de convocatorias:

- Convocatoria tipo “Capital Semilla Emprende”, que apoyan Planes de Trabajo para implementar un negocio, liderado por emprendedores/as de cualquier sexo.
- Convocatoria tipo “Capital Abeja Emprende”, que apoyan Planes de Trabajo para implementar un negocio, liderado por emprendedoras de sexo femenino.

Fundamentación

De acuerdo al SII, según se indica en el gráfico, en Chile para el año comercial 2015, del total de 917.329 empresas con ventas anuales declaradas, el **95,4% son MIPE**. En contraste, sólo representan el **8,4% de las ventas totales** y el **28,5% de los trabajadores dependientes informados** (SII, 2016).

Las MIPE son las empresas más dinámicas, donde la tasa de creación es de 14,5% y la de destrucción de estas es de 11,3%. A pesar de que son las que más mueren, son las que presentan una mayor tasa de creación neta (3,2%) (Encuesta EME, 2015).



En este escenario, podemos decir que es necesario corregir fallas de mercado, al ser la MIPE menos competitivas en comparación con las empresas mediana y grande, donde la principal dificultad para acceder a nuevas oportunidades de negocio y potenciar su crecimiento es el **acceso al financiamiento, capacitación y asesoría de gestión empresarial**.

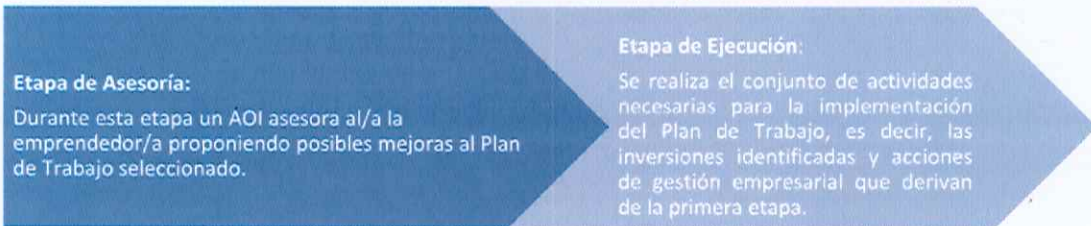
En el ámbito de acceso al financiamiento, en general el 20% de las empresas no utilizó ninguna fuente de financiamiento, y cuando accede prefiere recursos propios (50%), bancos (23%) y proveedores (17%). Es decir, acuden poco y mal al sistema financiero y esto no está relacionado con el nivel de formalidad. Los motivos calificados como “más importantes” para solicitar un crédito fueron financiar el capital de trabajo de la empresa (63%) y la compra de maquinarias, equipos y herramientas (17%) (Encuesta ELE, 2015).

Por otra parte, otras de las brechas que presentan las MIPE tienen relación con el acceso a asistencia técnica y capacitación. Como datos podemos considerar que sólo el 26% de los administradores en la microempresa presentan estudios universitarios (ELE, 2015), un 36,7% de las microempresas lleva registros formales (EME, 2015) y sólo el 5% de la microempresa cuenta con certificación (ELE,2015). En relación al uso de TICs por parte de las empresas, un 75,9% utiliza Internet, siendo **70,6% para microempresas**, 96,0% en las pymes y 99,9% en las grandes (Encuesta ELE, 2015).

¿En qué consiste?

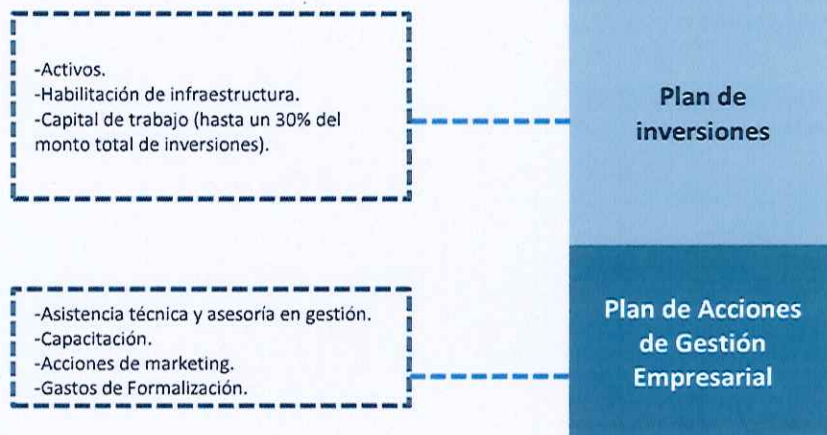
Consiste en un fondo concursable que permite a los/las emprendedores/as seleccionados/as recibir la asesoría de un Agente Operador Sercotec (AOI) para mejorar aspectos de su proyecto de negocio, junto con implementar **acciones de gestión empresarial** (capacitación, asistencia técnica y acciones de marketing) para desarrollar competencias y capacidades, e **inversiones**, consistentes en la adquisición de bienes para cumplir el objetivo del proyecto.

Este instrumento se desarrolla en dos etapas:



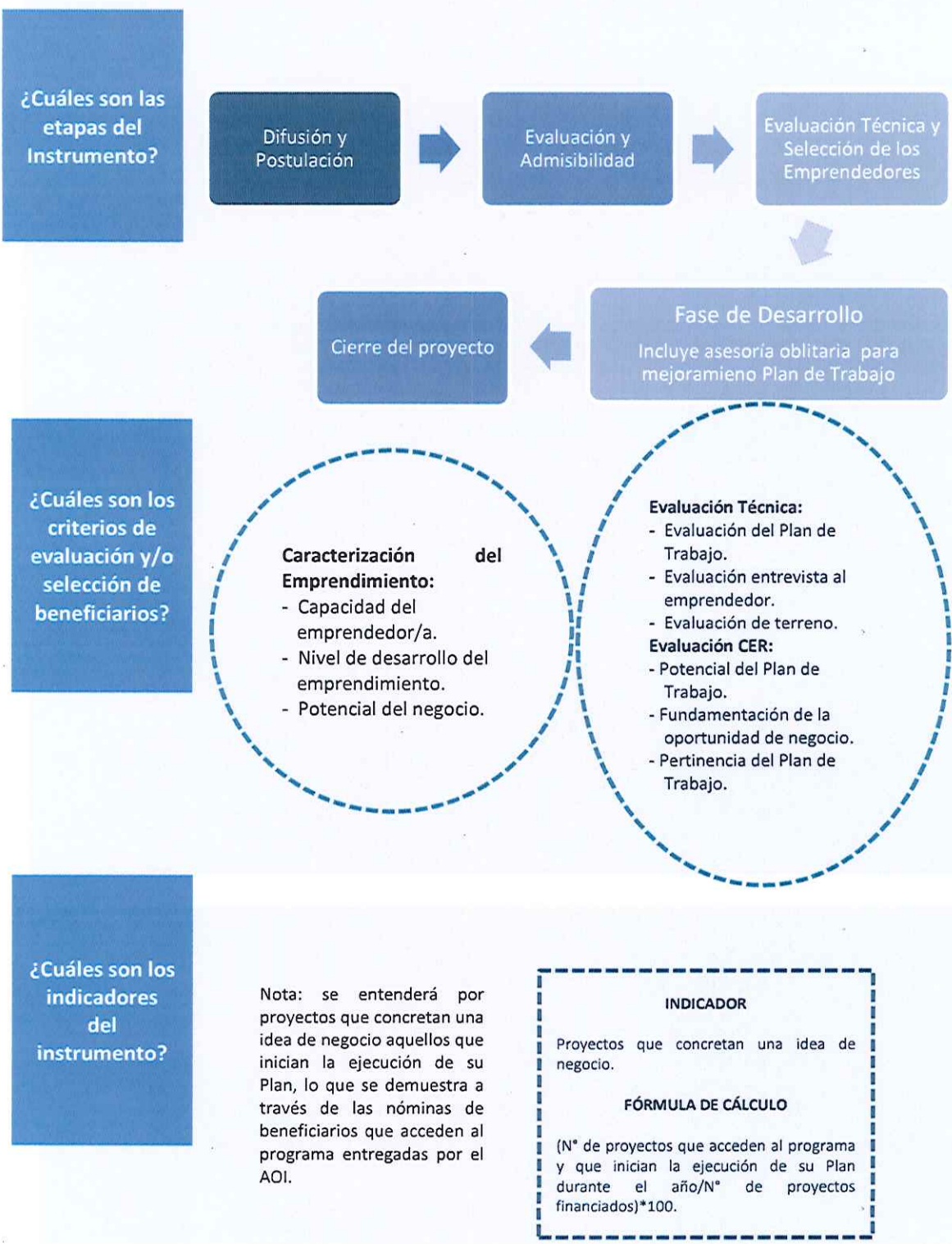
¿Qué financia?

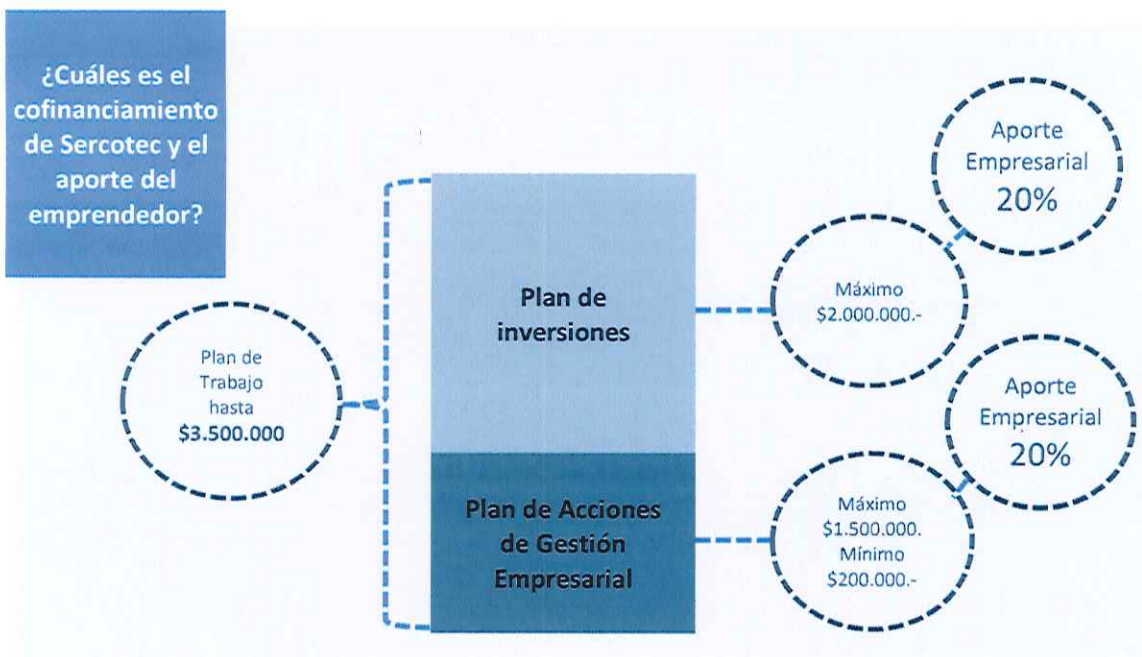
Con el cofinanciamiento otorgado por SERCOTEC y el aporte empresarial se podrá financiar:



¿Quiénes pueden acceder?

- Emprendedores y Emprendedoras, mayores de 18 años, sin inicio de actividades en primera categoría ante el Servicio de Impuestos Internos (SII) que cuenten con un Plan de Trabajo para implementar un Negocio que quieran desarrollar, coherente con el foco definido por cada Dirección Regional, y que requieran de financiamiento para poder concretarlo.





Juntos, negocios asociativos

Objetivo

Su objetivo es el desarrollo de **nuevos negocios asociativos** o a la mejora de los ya existentes, impulsados por grupos de empresas o cooperativas para las cuales sería más difícil concretar estas iniciativas de manera individual. Financia proyectos orientados a generar integración comercial o productiva de las empresas que la conforman, así como la creación de productos o servicios, fortaleciendo capacidades técnicas productivas, financieras, asociativas y de gestión del nuevo negocio, potenciando su rentabilidad, competitividad y sostenibilidad en el tiempo.

Estos proyectos pueden orientarse a la integración comercial, capturando oportunidades de negocio vinculadas al ingreso del grupo a áreas de comercialización de alta demanda; desarrollo de nuevos productos o servicios, a través del desarrollo colectivo, que permitan mejorar la competitividad de los participantes del grupo; integración productiva, relacionándose en la cadena de valor de un producto o servicio; u otros que pudieran identificar los empresarios/as postulantes.

Fundamentación

Las MIPES presentan bajo grado de trabajo colaborativo y/o asociatividad, lo que en algunos casos les impide capturar oportunidades de mercado que de forma individual no serían capaces de alcanzar, ya que las características de esa oportunidad exigen volúmenes, complementariedad, sinergias u otro elemento, que sólo pueden ser obtenidos a una escala mayor que el de la unidad productiva.

Existe una desvaloración y falta de visión sobre los beneficios de trabajar de manera conjunta o asociativa, que se encuentran dados principalmente por la enorme heterogeneidad del sector MIPE y por la falta de una cultura de cooperación entre empresas.

Además, la existencia de elevados costos de transacción, el limitado nivel de desarrollo industrial y tecnológico y la brecha de productividad entre empresas de distinto tamaño pueden limitar los niveles de división del trabajo y de articulación productiva y comercial (Sistema Desarrollo Emprendedor FUNDES-BID, 2004). Adicionalmente, el acceso a mercados constituye otro de los principales problemas que enfrenta la MIPE (72% de las ventas son explicadas por un cliente principal, ELE 2015), lo que al trabajar de manera colaborativa y generando redes, ofrece la oportunidad de una mayor diversificación de clientes y de acceso a los mercados.

Desde una perspectiva amplia, la asociatividad se relaciona con la cooperación, el capital social y la confianza. Berdegué (2000) sostiene que *“las condiciones para el surgimiento de acciones y procesos de acción colectiva, son coproducidas por instituciones públicas, sociales y privadas, comprometidas en las negociaciones e interacciones”*.

¿En qué consiste?

Este instrumento se desarrolla en dos Fases:

FASE DE ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

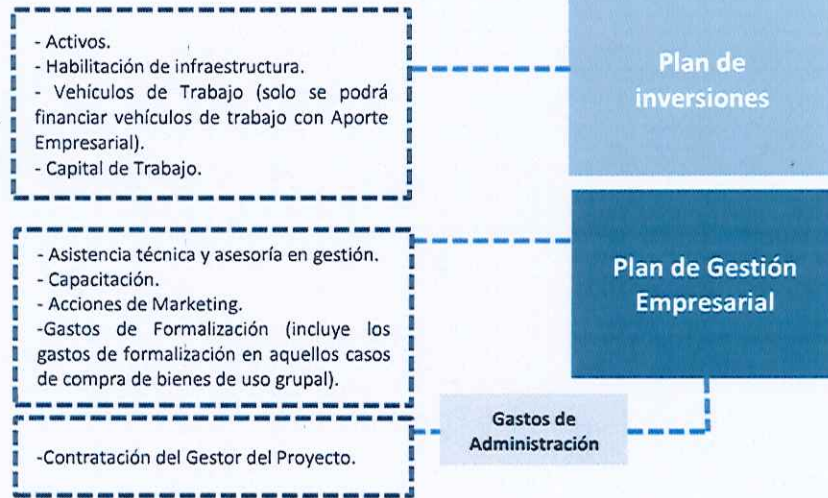
(duración máxima 3 meses):
Determinar la viabilidad del nuevo negocio asociativo o de la mejora del existente, en términos económicos y técnicos, identificando oportunidades, las brechas de las empresas o cooperativa participantes y su potencial asociativo a través de un análisis de factibilidad (en casos excepcionales el CER podrá extender el plazo hasta 6 meses).

FASE DE DESARROLLO

(hasta 3 años, sujeto a renovación anual, previa evaluación):
Desarrollar acciones identificadas en el Plan de Trabajo que permitan instalar y/o fortalecer las capacidades técnicas, productivas, financieras, asociativas y de gestión de las empresas para la formación del nuevo negocio o mejora del negocio, contribuyendo a su rentabilidad, sostenibilidad y competitividad del grupo de empresas o cooperativas.

¿Qué financia?

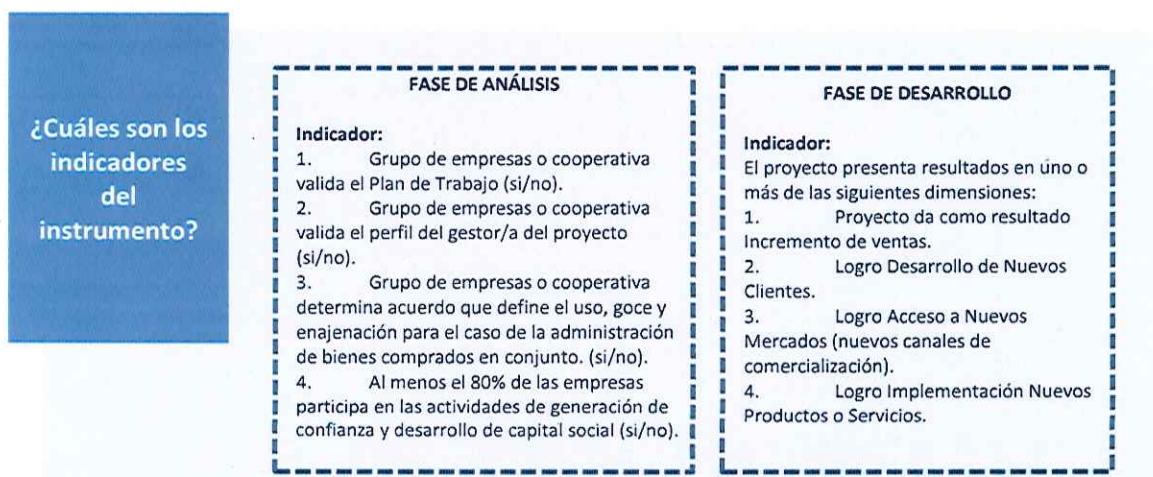
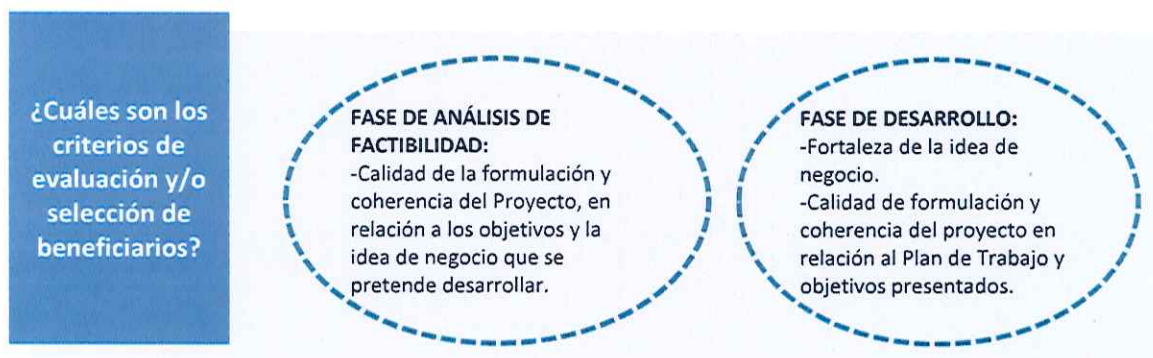
Con el cofinanciamiento otorgado por SERCOTEC y el aporte empresarial se podrá financiar:

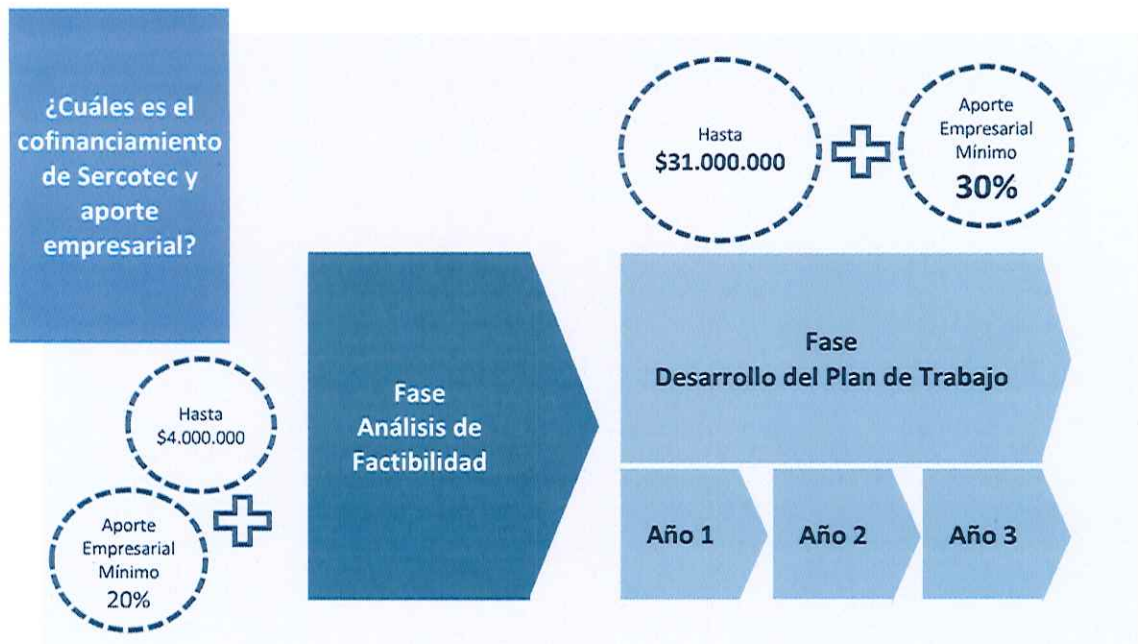


¿Quiénes pueden acceder?

Grupos de **al menos 3 empresas**, constituidas por personas naturales o jurídicas, con iniciación de actividades en primera categoría ante el Servicio de Impuestos Internos, con una actividad económica vigente coherente con la focalización, y con ventas netas demostrables anuales mayores o iguales a 200 UF e inferiores o iguales a 25.000 UF. Excepcionalmente, podrán postular empresas cuyas ventas netas anuales demostrables sean inferiores a 200 UF, siempre que tengan menos de un año de antigüedad de iniciación de actividades en primera categoría ante el Servicio de Impuestos Internos.

También pueden acceder cooperativas cuyas ventas promedio por asociado sean menores a 25.000 UF, lo cual se calcula con las ventas totales de la Cooperativa, divididas por el número de asociados, durante los últimos 12 (doce) meses. Se excluyen las Cooperativas de Servicios Financieros.





Programa de Fortalecimiento de Barrios Comerciales

Objetivo

Su objetivo es fortalecer y revitalizar los barrios comerciales en las diferentes regiones del país, con el fin de apoyar la gestión productiva de las empresas y las entidades presentes en el barrio, junto al mejoramiento integral de las condiciones del entorno físico y urbano en el cual se insertan los barrios. Se espera mediante financiamiento de proyectos asociativos la construcción o fortalecimiento del capital social entre las comunidades de los empresarios y los actores del barrio, con el fin de asegurar la sostenibilidad del programa en el largo plazo en cuanto a la coordinación del desarrollo comercial y urbano.

Se lleva a efecto por medio de una estrategia de implementación conjunta entre el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo -a través de Sercotec- y el Ministerio de Vivienda y Urbanismo.

Específicamente se quiere lograr:



En el marco del presente Instrumento, se entenderá por Barrio Comercial a un sector de la ciudad, que presenta una concentración de empresas orientadas al comercio al por menor y al consumidor final, que posee ciertas características propias y distintivas de índole social, cultural y arquitectónica, que lo hace tener una identidad propia, reconocida frente al conjunto de la ciudad, lo cual potencia sus atributos comerciales.

Fundamentación

La agrupación territorial de actividades comerciales en determinadas zonas o espacios genera una serie de ventajas competitivas y economías de escala ampliamente conocidas, que han sido el sustento tanto para el surgimiento espontáneo de barrios comerciales, como para la construcción planificada de grandes centros y parques comerciales.

En Chile, los barrios comerciales son fuente de empleo y crecimiento de un sinnúmero de micro y pequeñas empresas. El desarrollo del comercio requiere de negocios de menor tamaño que cumplan un rol público en la ciudad y en la comunidad en que están insertos.

No obstante, los centros comerciales, que generalmente se ubican en la periferia de la ciudad, han sido capaces de complementar la actividad comercial con posibilidades de ocio y esparcimiento, condiciones de seguridad y estacionamiento, lo que, en muchos casos, es la principal motivación que los consumidores tienen para visitarlos. Dichas características han hecho disminuir los flujos de personas hacia los barrios comerciales tradicionales.

La recuperación de los espacios típicos y con identidad de barrios comerciales, se hace necesaria y deseable, en tanto generan integración del espacio público, el comercio, la vida cultural y familiar al aire libre, contribuyendo así a un desarrollo más inclusivo en la ciudad.

Una de las líneas de acción de la Agenda de Productividad, Innovación y Crecimiento considera el desarrollo de mejores mercados y una de sus medidas es el fortalecimiento de barrios comerciales.

¿Qué financia?

El programa en la primera etapa denominada "Activación Comercial" financia la ejecución de proyectos de carácter asociativo que tengan como finalidad el fortalecimiento del capital social en el barrio y la elaboración participativa de un Plan de Desarrollo Comercial y Urbano (PDCU), como:



La segunda fase, denominada "Revitalización Comercial", considera la ejecución de algunas de las actividades contenidas en el PDCU del barrio comercial, que busca dinamizar la actividad comercial y de servicios que se desarrollan en el barrio, y del modelo de gestión, que persigue la instalación de una estructura de gerenciamiento común en cada barrio comercial, fundada en el trabajo asociativo y la cooperación público - privada.

¿Cuáles son las etapas del Instrumento?



¿Cuáles son los criterios de evaluación y/o selección de beneficiarios?

El Comité Regional realizó la priorización de barrios comerciales, los que fueron presentados al Consejo Nacional de Barrios Comerciales para que el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo informara a través de un Oficio la selección de los barrios que formarán parte del programa.

Los criterios que se consideran en todo ese proceso son:



Fortalecimiento Gremial y Cooperativo

Objetivo

Su objetivo consiste en la creación y fortalecimiento de Asociaciones de Micro y Pequeños Empresarios y Cooperativas, debiendo destinarse, por una parte, a formalización de grupos de empresarios/as y, por la otra, al fortalecimiento de la asociatividad, la mejora de su capacidad de gestión y la generación de nuevos y mejores productos y/o servicios ya existentes.

Fundamentación

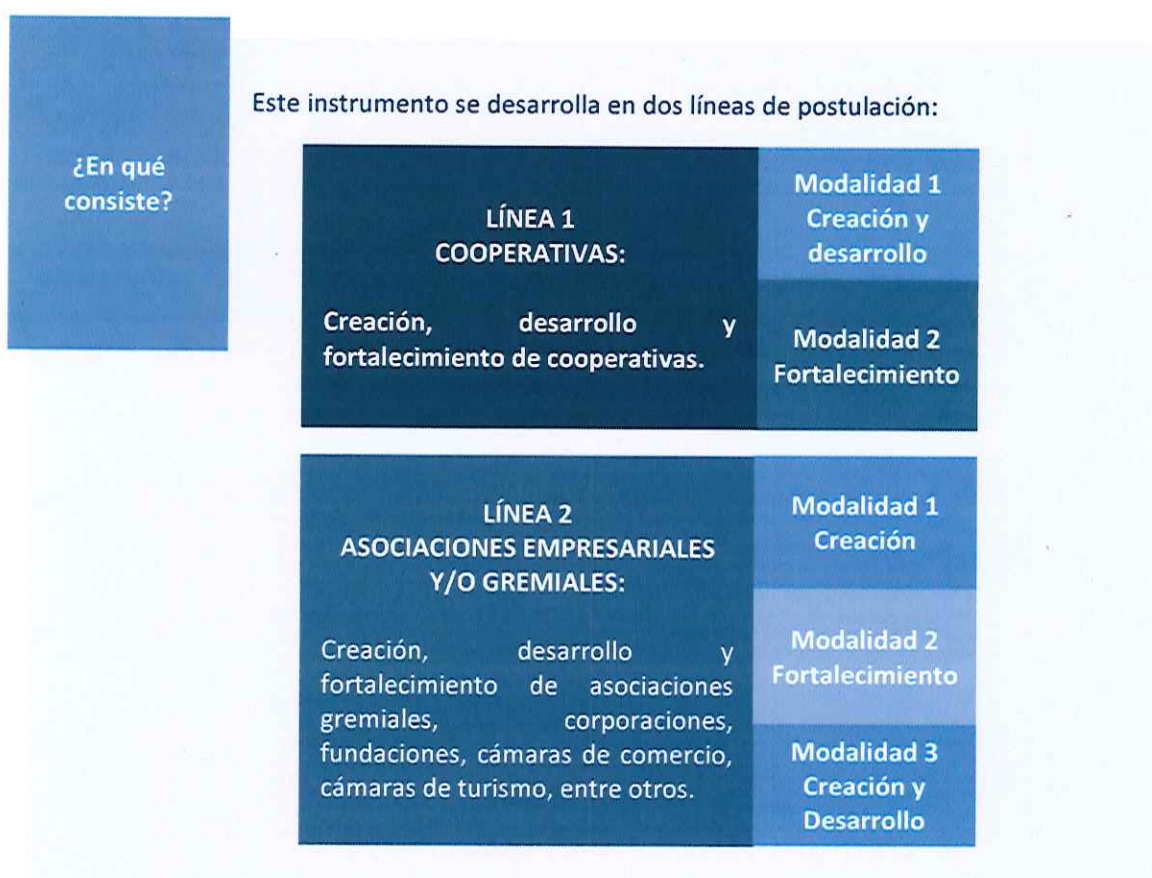
En relación al impacto de la Economía Social (Cooperativas, Gremios, Empresas B, entre otros) en Chile, posicionan a este sector aportando al 1,5% al PIB nacional y contando con más de 3 millones de socios y personas pertenecientes a alguna entidad de este tipo (DAES, 2015).

El fortalecimiento de la asociatividad empresarial es comprendido como uno de los factores que contribuye a elevar la competitividad de las MIPES. Ello favorecerá el desarrollo de capacidades que les permitan elevar su poder de negociación con empresas de mayor tamaño y su inserción en los mercados, aumentar su incidencia en las estrategias y políticas públicas hacia el sector e incrementar su potencial como agente de desarrollo económico local.

Existen múltiples organizaciones empresariales con fines gremiales que, a través del impulso y desarrollo de la asociatividad, pretenden alcanzar variados fines. En un sentido amplio, se entiende por organización con fines gremiales a una "instancia que implica la racionalización, desarrollo y protección de las actividades comunes de las personas asociadas en razón de su oficio o rama de la producción o servicios".

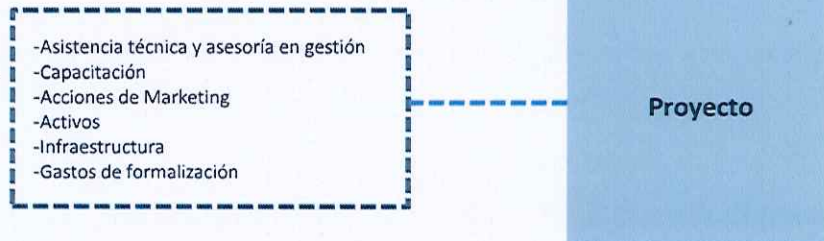
Dada su relevancia y considerando las debilidades que presentan estas organizaciones, su fortalecimiento y el impulso a la creación de nuevas entidades constituye una contribución que el gobierno de Chile, y Sercotec en particular, se proponen desarrollar, para aportar a aumentar la competitividad de las empresas asociadas, validarlas como interlocutores ante las instituciones públicas nacionales, regionales y locales, y otorgarles participación en la formulación de políticas dirigidas al sector.

En el país existen alrededor de 5.900 gremios vigentes, estos se distribuyen mayoritariamente en los siguientes rubros: servicios 26%, transporte 18%, agrícola 17%, comercio 16%, industria 12%, entre otros. En tanto, las cooperativas vigentes son más 2.700, siendo en su mayoría distribuidos en los rubros de: servicios 58%, silvoagropecuarios 21%, 10% de producción y trabajo, entre otros. (DAES, 2016).



¿Qué financia?

Con el cofinanciamiento otorgado por SERCOTEC se podrá financiar los siguientes ítems:



¿Quiénes pueden acceder?

- Grupos de empresarios, asociaciones empresariales, asociaciones gremiales, cooperativas y organizaciones funcionales
- Micro y Pequeñas empresas, personas naturales y jurídicas con iniciación de actividades ante el SII, en primera categoría, con ventas anuales hasta 25.000 UF.*

¿Cuáles son las etapas del Instrumento?



¿Cuáles son los criterios de evaluación y/o selección de beneficiarios?

EVALUACIÓN TÉCNICA

1. Coherencia con los objetivos estratégicos del instrumento Sercotec:
2. Viabilidad técnica del proyecto
3. Aporte en efectivo adicional
4. Pertinencia de las acciones a desarrollar.
5. Situación esperada del resultado del proyecto (Beneficios directos del proyecto, Impacto esperado).
6. Criterio regional de evaluación.

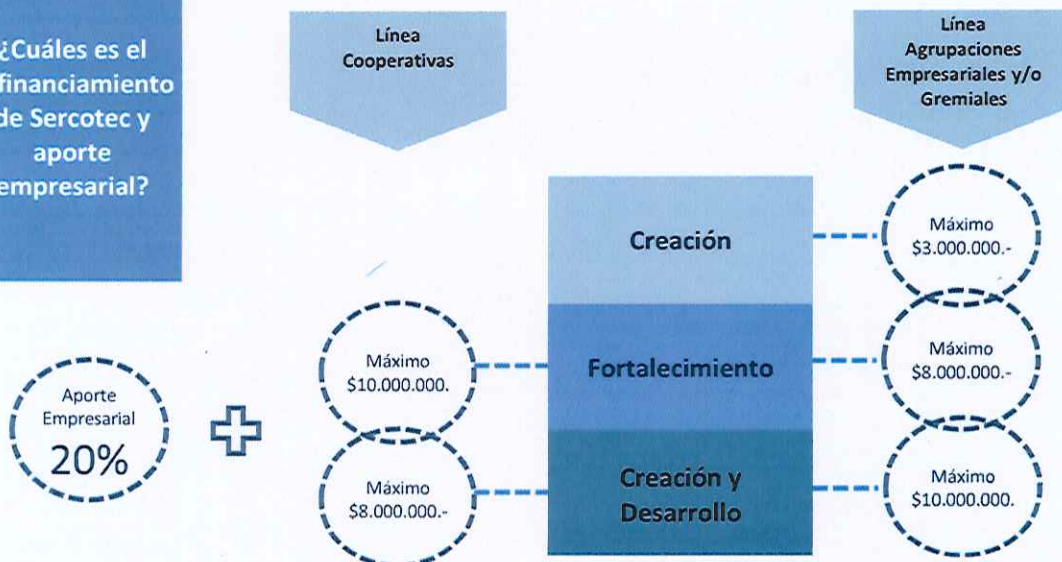
EVALUACIÓN CER

1. Conocimiento y apropiación del proyecto por la organización postulante.
2. Resultados del Proyecto.
3. Implementación del Proyecto.

¿Cuáles son los indicadores del instrumento?

$(N^{\circ} \text{ de beneficiarios con logro en el año } t / N^{\circ} \text{ total de beneficiarios adjudicados en el año } t) * 100$
 Nota: Logro en el año t se entiende como el logro (variable dicotómica) de uno o más de los siguientes aspectos: desarrollo de nuevos servicios / implementación de nuevos productos o servicios.

¿Cuáles es el cofinanciamiento de Sercotec y aporte empresarial?



Fondo de Desarrollo de Ferias Libres

Objetivo

El Fondo de Desarrollo de Ferias Libres tiene como objetivo modernizar las Ferias Libres del país a través del desarrollo de iniciativas orientadas al establecimiento o consolidación de un modelo de negocio para cada Feria orientado al mejoramiento de su gestión, organización y el desarrollo de una imagen comercial para la Feria, sus feriantes y dirigentes.

Fundamentación

Las ferias libres son un canal de comercialización importante de la pequeña y mediana agricultura y de la pesca artesanal, y su fortalecimiento significa mayor participación de estos actores en el mercado y una importante contribución a la economía local. Está compuesto fundamentalmente por los consumidores, pequeños agricultores, pescadores artesanales y comerciantes de ferias libres, los que a través de este canal proveen y abastecen a gran parte de la población chilena (FAO-ODEPA, 2013).

Representan una gran oportunidad de acceso a alimentos frescos, nutritivos y baratos, contribuyendo con la promoción de una alimentación saludable y disminución de la obesidad y las enfermedades relacionadas a ella.

De acuerdo al 1er. Catastro Nacional de Ferias Libres (SERCOTEC, 2015), en el país existen 1.114 ferias libres con 113.112 puestos, que en su conjunto que abastecen el 70% del mercado de frutas y verduras, y el 30% del mercado de pescado en Chile, donde el 76% corresponden a productos naturales y 21% procesados y semiprocados. Se estima que los feriantes son alrededor de 340 en todo el país, los cuales tienen ventas promedio mensual de 1,5 millones por puesto. El 85,5% de las ferias se encuentran en espacios públicos, mayoritariamente en puestos convencionales (carpa, estructura metálica y mesón). Dentro de los principales problemas del rubro se encuentra la infraestructura 20,5%, competencia con coleros (16,2%), y ausencia de baños (12,7%), entre otros.

Solo un 40% de los feriantes cuenta con estudios de educación media completa. El 31% del total le interesa capacitarse en ventas, 23% en administración y un 4% en internet.

En términos de asociatividad, el 68% pertenece a algún sindicato. Valoran la organización, le asignan ciertos roles. Sin embargo, suelen no estar dispuestos a asociarse comercialmente. Los feriantes demuestran un conocimiento de sus clientes, los que pertenecerían a niveles socioeconómicos medios o bajos y, fundamentalmente obtienen pagos por sus productos en forma inmediata, lo que ayudaría a que también paguen al contado a sus proveedores (FAO-ODEPA, 2013).

¿En qué consiste?

Para establecer y/o consolidar un modelo de negocio para cada Feria orientado al mejoramiento de su gestión, el programa permite el financiamiento de proyectos con actividades financiables en el marco de los objetivos específicos del Programa.

El Programa contempla un modelo de intervención que considera 2 etapas a las cuales podrán postular las Ferias.

ETAPA 1

Esta etapa tiene una duración de hasta 4 meses y consiste en la participación y elaboración de un Plan de Desarrollo Estratégico para la Feria y el desarrollo de capacitaciones y/o asesorías para mejorar la gestión y organización de la Feria, orientándola al establecimiento y/o consolidación de un modelo de negocio.

En esta etapa Sercotec contratará a una consultora quien realizará las capacitaciones y/o asesorías en los ámbitos solicitados por la feria en su ficha de postulación.

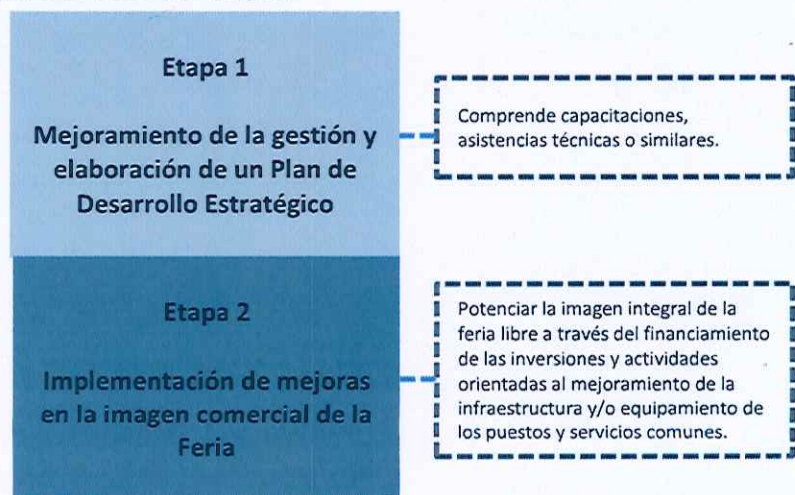
ETAPA 2

Esta etapa es opcional y tiene una duración de hasta 4 meses, contados desde la ejecución total y conforme de la etapa 1.

El mejoramiento de la imagen comercial de la Feria en el marco de esta etapa consiste en potenciar la imagen integral feria libre a través del financiamiento mediante Agentes Operadores intermediarios de las inversiones y actividades orientadas al mejoramiento de infraestructura y/o equipamiento de los puestos y servicios comunes.

¿Qué financia?

Con el cofinanciamiento otorgado por Sercotec se podrán financiar los siguientes ítems por etapas:



¿Quiénes pueden acceder?

Ferias Libres con un mínimo de 15 puestos, habilitadas para funcionar y que se encuentren organizadas a través de asociaciones empresariales, sindicatos de trabajadores independientes, asociaciones gremiales, organizaciones funcionales u otro tipo de organizaciones habilitadas jurídicamente, existentes en su interior.

¿Cuáles son las etapas del Instrumento?



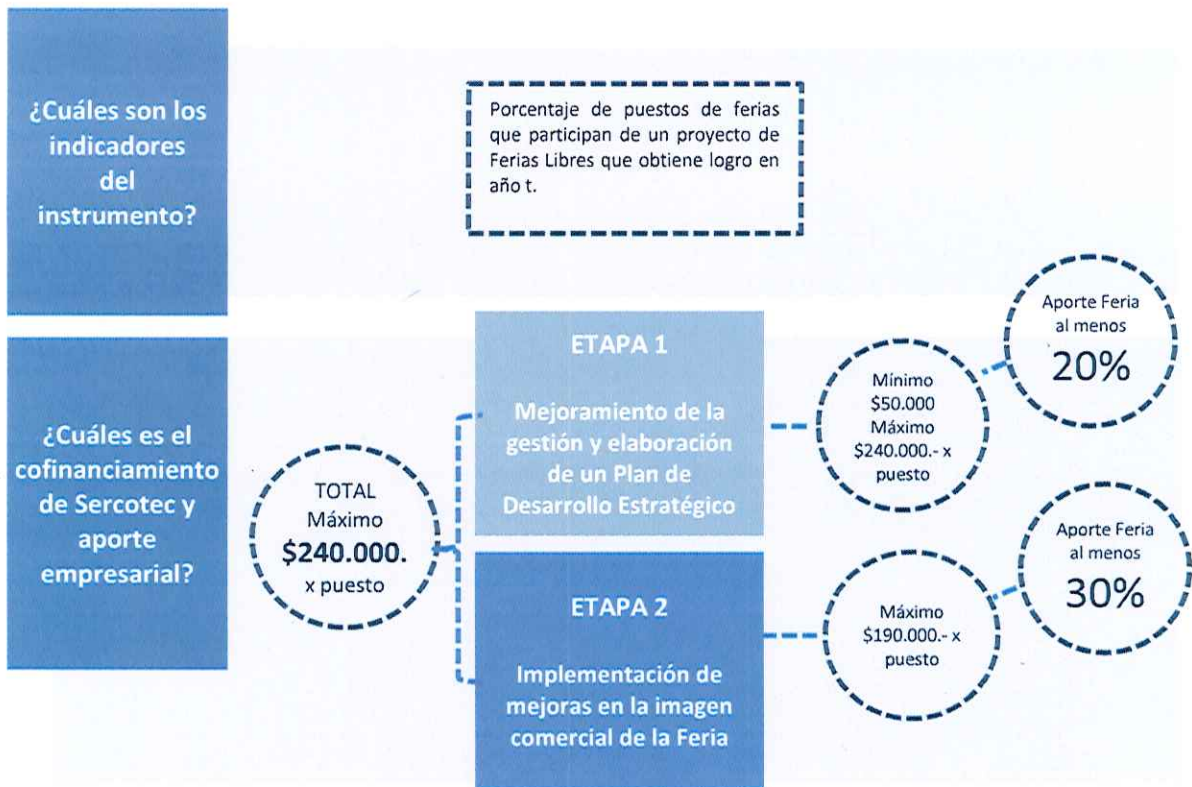
¿Cuáles son los criterios de evaluación y/o selección de beneficiarios?

EVALUACIÓN TÉCNICA DE TERRENO:

1. Coherencia técnica en la ficha de postulación.
2. Las necesidades descritas son acordes con los objetivos del Programa.
3. La Feria postulante corresponde a una nueva Feria Libre, acreditada como tal por la respectiva municipalidad.
4. La Feria libre NO ha sido beneficiada en años anteriores.

EVALUACIÓN CER.

1. Coherencia entre las actividades indicadas en la ficha de postulación y la presentación del proyecto por la Feria.
2. Pertinencia y apropiación del proyecto por la Feria.
- 3.- La Feria libre destina Aporte Empresarial superior al mínimo exigido.
3. Criterio Regional según definición regional.



2. Fichas de Instrumentos No Agenciados

Formación Empresarial

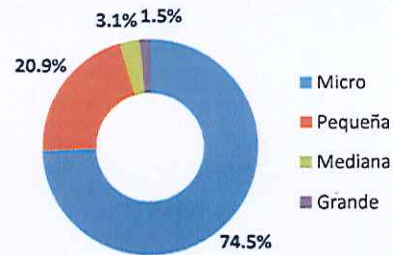
Objetivo

Su objetivo consiste en la entrega de **conocimientos** en temas de **gestión y desarrollo de habilidades** empresariales a micro y pequeños empresarios/as y emprendedores/as a través de capacitaciones, seminarios o talleres para contribuir a una adecuada puesta en marcha de los negocios, mejorar la gestión de estos y obtener mejores resultados.

Fundamentación

De acuerdo al SII, según se indica en el gráfico, en Chile para el año comercial 2015 del total de 917.329 empresas con ventas anuales declaradas, el **95,4% son MIPE**. En contraste, sólo representan el **8,4% de las ventas totales** y el **28,5% de los trabajadores dependientes informados** (SII, 2016).

Las MIPE son las empresas más dinámicas, donde la tasa de creación es de 14,5% y la de destrucción de estas es de 11,3%. A pesar de que son las que más mueren, son las que presentan una mayor tasa de creación neta (3,2%) (Encuesta EME, 2015).



En este escenario, podemos decir que es necesario corregir fallas de mercado, al ser la MIPE menos competitivas en comparación con las empresas mediana y grande, donde la principal dificultad para acceder a nuevas oportunidades de negocio y potenciar su crecimiento es el **acceso al financiamiento, capacitación y asesoría de gestión empresarial**.

Actualmente existe absoluto consenso respecto a que la información y la gestión del conocimiento constituyen un importante factor de competitividad para las empresas. Sin embargo, las empresas de menor tamaño no priorizan la participación en actividades de capacitación y/o formación que les entreguen estos conocimientos.

Según la Encuesta Longitudinal de Empresas del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2015), sólo el 18,1% de las microempresas recibió algún tipo de capacitación para la actividad que realiza y las principales formas de financiamiento de estas capacitaciones fueron con recursos propios o créditos (38,3%) y con recursos públicos sólo el 28,4%.

¿En qué consiste?

Servicios de capacitación para micro y pequeños empresarios y emprendedores/as en distintas materias y temáticas, que considera sus particularidades y características para enfrentar un proceso formativo.

Este servicio puede ser implementado, a través de dos líneas:

Formación Línea 1

Busca instalar capacidades y habilidades, a través de cursos.

Formación Línea 2

Entrega de información que permita el desarrollo de conocimiento, a través de seminarios y talleres.

¿Quiénes pueden acceder?

Personas naturales, micro y pequeñas empresas y emprendedores/as, que se encuentren en etapa de inicio, crecimiento o consolidación de sus negocios y que deseen adquirir conocimientos, capacidades y habilidades para mejorar su gestión empresarial. También cooperativas con ventas promedio por asociado inferiores a 25.000 UF al año, lo cual se calcula con las ventas totales de la Cooperativa dividido por el número de asociados. Se excluyen las Cooperativas de Servicios Financieros.

Dado que este servicio está dirigido tanto para emprendedores como para empresarios de un sector específico, los requisitos son diversos y deberán ser definidos por cada Dirección Regional en cada caso.

¿Cuáles son las etapas del Instrumento?

El instrumento se implementa a través de las siguientes etapas:



¿Cuáles son los criterios de evaluación y/o selección de beneficiarios?

Los interesados en participar de este tipo de actividades deberán cumplir con los requisitos y criterios de selección que cada Dirección Regional determine en cada caso.

¿Cuáles son los indicadores del instrumento?

Los indicadores de resultados e impacto los puede definir cada Dirección Regional de acuerdo al perfil de participantes, cobertura y resultados esperados, tomando en consideración los siguientes:

<p>INDICADOR Nuevos conocimientos, capacidades y/o habilidades.</p> <p>FÓRMULA DE CÁLCULO (Número de emprendedores y/o beneficiarios que adquieren nuevos conocimientos, habilidades y/o capacidades / Número total de emprendedores y/o beneficiarios que participan en actividades de formación) *100.</p>
--

Promoción y Canales de Comercialización

Objetivo

Su objetivo es apoyar la participación de las pequeñas empresas en ferias, eventos u otros espacios de comercialización, con el fin de facilitarles una vitrina que contribuya a la promoción y comercialización de sus productos o servicios, y a la generación de relaciones de negocio sostenidas en el tiempo. Su ejecución puede ser regional o en el Nivel central.

Fundamentación

Las empresas de menor tamaño necesitan acceso a canales de promoción y comercialización, porque presentan debilidades en el ingreso a comercializar y ser conocidos en los mercados. Una alternativa pueden ser ferias, eventos u otros espacios de ventas en espacios públicos o privados.

De acuerdo a la GTZ (2007), una feria es un punto de encuentro entre la oferta (prestadores de servicios y productos) y la demanda (compradores o consumidores) de una comuna, región, país o inclusive romper las fronteras y acercarse a nuevos posibles demandantes a nivel internacional.

Como consecuencia de la articulación del interés individual con el colectivo, las ferias y eventos son instrumentos importantes y estratégicos de promoción comercial, donde los resultados son el incremento de las ventas, así como la ampliación a nuevos segmentos de mercado y las posibilidades de contar con nuevos clientes.

Para estas empresas la participación en ferias y eventos comerciales permiten un cambio de actitud en los productores y/o distribuidores, buscando nuevos nichos de mercado, satisfaciendo necesidades y deseos de los potenciales clientes con productos de calidad y excelencia en la atención al cliente. Son una oportunidad para conocer mejor el mercado, buscar contactos de negocios y conocer tendencias.

¿En qué consiste?

Sercotec financia tanto la ejecución de las ferias y/o eventos que apoyen la comercialización de productos o servicios de micro y pequeños empresarios de la región, como la realización de otros espacios de comercialización, tales como Emporio Mipe, cuidando que el servicio sea temporal y exista rotación de participantes.

¿Qué financia?

Sercotec podrá financiar en Ferias y/o Eventos los siguientes ítem:

- Acciones de Marketing.
- Acciones previas de preparación y capacitación, de manera de asegurar un mejor aprovechamiento del instrumento por parte de nuestros clientes.
- Misiones comerciales y/o tecnológicas, visitas y pasantías.

**Financiamiento
Ferias y/o Eventos**

¿Quiénes pueden acceder?

Micro y Pequeñas empresas, personas naturales y jurídicas, con iniciación de actividades ante el SII, en primera categoría, con una actividad económica coherente con la focalización, y con ventas netas anuales inferiores o iguales a 25.000 UF (excluyendo las sociedades de hecho). También cooperativas con ventas promedio por asociado inferiores a 25.000 UF al año, lo cual se calcula con las ventas totales de la Cooperativa dividido por el número de asociados. Se excluyen las Cooperativas de Servicios Financieros.

Los interesados en acceder deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- Contar con permiso especial de venta en caso de ser requerido por el SII (exigible en el momento previo a la realización de la feria).
- Cumplir con los requisitos específicos establecidos por la D.R., en caso que corresponda.
- Porcentaje de aporte empresarial en efectivo, si corresponde.

¿Cuáles son las etapas del Instrumento?



¿Cuáles son los criterios de evaluación y/o selección de beneficiarios?

Los interesados en participar de este tipo de actividades deberán cumplir con los principales requisitos para acceder y con los criterios de selección que cada D.R. determine, tales como:

Calidad de los productos a exponer, proyección comercial, factibilidad de aportar cofinanciamiento, presentación de los productos/servicios a ofrecer y exponer, imagen corporativa de la empresa, entre otros.

¿Cuáles son los indicadores del instrumento?

INDICADOR

Los indicadores de resultados e impacto los puede definir cada Dirección Regional de acuerdo al perfil de los participantes, cobertura, resultados esperados.

FÓRMULA DE CÁLCULO

% de Mipes que aumentan cartera de clientes /% de Mipes que participan en ferias y/o eventos de promoción.

% de empresarios que declaran generación de contactos de interés/% de Mipes que participan en ferias y/o eventos de promoción.

Brecha porcentual (%) entre visitantes reales al evento / visitantes planificados/as en ferias y/o eventos de promoción.

% de logro de participación de Mipes /% de Mipes que participan en ferias y/o eventos de promoción.

Redes de Oportunidades de Negocios

Objetivo

Su objetivo consiste en apoyar la generación de redes de trabajo entre micro y pequeños empresarios a través de la realización de espacios de encuentros empresariales, en que se potencie la transferencia de conocimientos, el intercambio de experiencias y el desarrollo de vínculos comerciales entre los/as participantes.

Fundamentación

La experiencia internacional muestra que a través del trabajo en red se consigue difusión y transferencia de nuevos conocimientos, apertura de nuevos contactos comerciales, relaciones de confianza para realizar alianzas y conseguir inversionistas, entrenamiento en habilidades empresariales, y transferencia de información de mercados.

La esencia de la red de trabajo es que no quede reducido a una vinculación entre las mismas personas de manera recurrente sino ir abriendo nuevos espacios de negocios que cuenten con las herramientas necesarias para poder participar en estos eventos de manera efectiva y eficiente.

De acuerdo a GTZ (2007), de las Mipes requieren concretar enlaces más efectivos entre la oferta y la demanda, y una forma de lograrlo es través de instancias de encuentros entre empresas para unir la oferta y la demanda con el propósito de hacer negocios e incrementar la compra de productos y/o servicios, la nueva tendencia marca la organización de ruedas de negocios, la cual es un mecanismo efectivo para promover contactos entre empresarios.

La Redes de Negocios es un mecanismo simple de reuniones planificadas, que, de forma directa, creando un ambiente propicio para negociaciones, promueve los contactos entre empresarios, instituciones y organizaciones que desean entrevistarse para realizar negocios, desarrollar relaciones asociativas o alianzas estratégicas.

La experiencia obtenida hasta el momento, permite considerar a este tipo de reuniones como un instrumento útil para la inserción de las empresas de menor tamaño en la dinámica de integración comercial. Las ruedas se han constituido en un mecanismo de capacitación empresarial valioso.

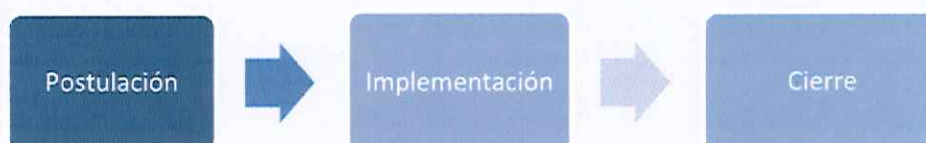
Al realizar una Rueda de Negocios dentro del marco de una feria, se necesita integrar una comisión específica, que deberá tener bajo su responsabilidad que los resultados de la rueda sean lo más positivo posible.

Las ruedas de Negocios, se convierten en una actividad central, en la que se llevan adelante una serie de encuentros entre los empresarios oferentes y demandantes, con el fin de cerrar un negocio o iniciar el contacto.

¿Quiénes pueden acceder?

Emprendedores/as y micro y pequeños empresarios/as (personas naturales y jurídicas) con iniciación de actividades ante el SII, en primera categoría, con una actividad económica coherente con la focalización, y con ventas netas anuales inferiores o iguales a 25.000 UF (excluyendo las sociedades de hecho). También cooperativas con ventas promedio por asociado inferiores a 25.000 UF al año, lo cual se calcula con las ventas totales de la Cooperativa dividido por el número de asociados. Se excluyen las Cooperativas de Servicios Financieros.

¿Cuáles son las etapas del Instrumento?



¿Cuáles son los criterios de evaluación y/o selección de beneficiarios?

Pueden acceder emprendedores/as y/o empresarios/as que cumplan con los requisitos específicos establecidos por la Dirección Regional.

¿Cuáles son los indicadores del instrumento?

INDICADOR

Los indicadores de resultados e impacto los puede definir cada Dirección Regional de acuerdo al perfil de los participantes, cobertura, resultados esperados.

FÓRMULA DE CÁLCULO

-Número de asistentes a la/s actividad/es / Número de participantes de Redes.
-Número de micro y pequeños empresarios/as y/o emprendedores que generan contactos de interés. / Número de participantes de Redes.

Convocatoria para Confederaciones, Federaciones de carácter nacional, Gremios Nacionales.

Objetivo

Su objetivo es fortalecer la asociatividad y capacidad de gestión de las Federaciones y Confederaciones de micro y pequeños empresarios, ambas de carácter nacional, ya existentes en el país.

El instrumento entrega un cofinanciamiento NO superior a \$20.000.000.- (por postulante), no reembolsables, destinado a desarrollar actividades que les permitan fortalecer la asociatividad, capacidad de gestión, representatividad a nivel nacional, y generar o desarrollar servicios para sus asociados, así como el desarrollo de actividades que apunten a fortalecer el quehacer de gremios nacionales en el país.

Fundamentación

En Chile pueden conformarse dos tipos de asociaciones gremiales nacionales: Federación, que es una agrupación de al menos tres asociaciones gremiales; y Confederación, que es una agrupación de al menos 2 federaciones gremiales. De acuerdo a los registros de DAES (2016) del Ministerio de Economía, en Chile se encuentran constituidas y vigentes 85 federaciones y confederaciones de empresas, siendo mayoritariamente del sector agrícola (32%), transporte (20%), industria (18%), de servicios (15%) y de comercio (11%).

De acuerdo al estudio de caracterización sectorial de las Asociaciones Gremiales en Chile (DAES, 2016), este sector se percibe como heterogéneo, con notorias diferencias entre organizaciones, a nivel de sus características, rubros, área de influencia territorial, número de socios, diversidad de servicios entregados, entre otros.

El estudio reconoce también una necesidad de mejorar el conocimiento, alcance y efectividad del financiamiento y fortalecimiento, con especial foco en la micro y pequeña empresa (MIPE), que son las que requieren mayor apoyo para mejorar su gestión. Se identifica las principales problemáticas y desafíos a las que se enfrentan hoy las asociaciones gremiales, entre los que destacan: la falta de alianzas estratégicas en las pequeñas asociaciones gremiales, la falta de mayor formación en regulaciones claves del sector para que los dirigentes/as sean capaces de transmitirlos a sus asociados/as, la falta de distinción entre los problemas de la asociación y de los asociados/as, los desincentivos que hoy existen a la asociación, la dispersión de las asociaciones que se manifiesta en la baja participación de sus miembros a pesar de que lo que requieren para ejercer mayor impacto es un discurso colectivo y mayor participación, falta de conocimiento sobre qué es una asociación gremial y cómo administrarla, y debilidad de la organización y comunicación interna.

La experiencia institucional respecto de la ejecución de los programas de SERCOTEC, ha dado respuesta a algunas de las necesidades particulares de gremios cuya envergadura organizacional es distinta a la existente en las demás organizaciones empresariales.

¿Qué financia?

Este instrumento se desarrolla las siguientes acciones:

Prospección de mercado:
Estudios, Catastros y
Evaluaciones.

Plan de Inversiones:
Activos fijos y Habilitación de
infraestructura.

Acciones de Marketing; Misiones
comerciales y/o tecnológicas,
visitas y pasantías, Ferias,
exposiciones, eventos, Promoción,
publicidad y difusión.

Gastos de Formalización:
Gastos de constitución
Nuevas cooperativas,
Asociaciones gremiales,
federaciones y
confederaciones.

¿Quiénes
pueden
acceder?

Las Confederaciones, Federaciones Nacionales legalmente constituidas:
Debe ser alguna de las siguientes organizaciones:

- a. Una confederación nacional, legalmente constituida y vigente.
- b. Una federación nacional, legalmente constituida y vigente.

¿Cuáles son las
etapas del
Instrumento?



¿Cuáles son los criterios de evaluación y/o selección de beneficiarios?

Criterios Evaluación técnica

Coherencia con objetivos estratégicos del instrumento: Lo manifestado en la Ficha de Postulación se relaciona directamente con los objetivos del instrumento y además sus acciones son perdurables en el tiempo.

Viabilidad técnica del proyecto:

Potencial de implementación del proyecto a través de las acciones o actividades planteadas en la ficha de postulación.

Aporte en efectivo adicional:

Monto del aporte en efectivo superior al mínimo.

Pertinencia de las acciones a desarrollar:

Las acciones o actividades que serán desarrolladas permiten cumplir con el/los productos o resultados declarados en el proyecto.

Situación esperada del resultado del proyecto (Beneficios directos del proyecto, Impacto esperado):

Resultados esperados deben ser acordes con lo descrito en los objetivos y orientaciones de este Programa.

Deben ir asociadas a nuevos servicios, mejoras en los servicios existentes para los asociados.

Criterios Evaluación Jurado nacional

Conocimiento y apropiación del proyecto por la organización postulante.

Resultados del proyecto.

Implementación del proyecto.

¿Cuáles son los indicadores del instrumento?

- *Organización Consolidada Genera nuevo/s servicio/s.
- *Organización Consolidada Mejora servicios a sus asociados.
- *Número de participantes mujeres en acción o proyecto.
- *Número de participantes hombres en acción o proyecto
- *Proyecto liderado por hombre (representante legal es hombre).
- *Proyecto Liderado por mujer (Representante legal es mujer).

3. Fichas de Instrumentos Especiales

Programa Emergencia

Objetivo

Su objetivo es reactivar las actividades económicas interrumpidas o dañadas por situaciones de emergencia o catástrofe en el menor plazo posible. Corresponde a un subsidio que se encuentra orientado al financiamiento de un Plan de Inversiones, donde el beneficiario debe indicar las inversiones que realizará para recuperar parte o la totalidad de lo perdido. Por lo tanto, los elementos a financiar indicados en este Plan de Inversiones deben estar relacionados estrictamente con lo siniestrado (declarado como pérdida por cada empresario en el catastro correspondiente). No obstante, en aquellos casos que el diseño del programa de emergencia permita financiar el reemprendimiento hacia otra actividad productiva distinta a la original, las inversiones financiadas podrán no estar relacionados con los bienes siniestrados.

Fundamentación

Chile, debido a su gran extensión y características geográficas, presenta altas tasas de desastres y situaciones de emergencia, a causa de lo anterior su población se encuentra expuesta a terremotos, tsunamis, inundaciones, aluviones, sequías, erupciones volcánicas, entre otros eventos naturales.

Las situaciones de emergencia también son generadas por factores humanos, tales como accidentes fortuitos, incendios, explosiones, colapso de estructuras y derrames. Asimismo, pueden provocarse emergencias productivas en el sector económico o financiero, como, por ejemplo: las crisis económicas.

Estas situaciones de emergencia, pueden afectar negativamente a micro y pequeños empresarios. Sus efectos y consecuencias específicas dependerán principalmente del agente que origina la emergencia y de la magnitud de ésta, lo que incide en la extensión del área involucrada.

La magnitud de la emergencia involucra un área geográfica determinada, que puede ser de tipo local: si los afectados se encuentran en un área de una o más cuabras, por ejemplo, cuando la emergencia se produce por un incendio; comunal: si los afectados se encuentran en un área de una o más comunas. Puede asimismo corresponder a un conjunto de comunas, como es el caso de una provincia; y regional: si toda la región ha sido afectada, pudiendo corresponder a un conjunto de regiones, como ocurre con los efectos de un terremoto o tsunami.

Sercotec es un actor relevante para el desarrollo económico y del fomento productivo de los territorios que componen cada región. En este contexto, durante los últimos años ha generado una serie de soluciones para micro y pequeños empresarios afectados por situaciones de emergencia, razón por la cual se ha generado una línea de trabajo denominada Programas de Emergencia Productiva.

¿En qué consiste?

Con este objeto, se deberá intentar por todos los medios, elaborar el Plan de Inversiones directamente en terreno, en conjunto con el beneficiario, de tal forma de contrastar que lo que se señala en el Plan corresponda efectivamente a lo perdido por el negocio o evaluar si el subsidio permitirá poner en marcha el negocio, puesto que el objetivo del programa es reactivar la actividad productiva lo antes posible.

Los Programas de Emergencia Productiva, de acuerdo a la naturaleza de la emergencia, deben financiar cualquiera de los ítems de gastos que financian los programas e instrumentos de la oferta regular de Sercotec. Asimismo, deben considerar y respetar lo establecido en el Instructivo de gastos no permitidos para la oferta programática de Sercotec y procedimientos de rendición de recursos.

No es posible financiar ninguna actividad que busque reconstruir viviendas u obras civiles.

¿Quiénes pueden acceder?

Los Programas de Emergencia Productiva están dirigidos a micro y pequeñas empresas (cuyas ventas netas son inferiores a 25.000 UF al año), con inicio de actividades ante el Servicio de Impuestos Internos, en primera o segunda categoría, con permisos correspondientes vigentes a la fecha del evento, cuyos negocios hayan sido afectados por la situación de emergencia. Esta última condición, como el nivel de pérdidas sufrido por cada uno, debe ser certificada por un organismo distinto a Sercotec (municipio, gobernación provincial, gobierno regional, intendencia, entre otros) a través de un catastro.

¿Cuáles son los criterios de evaluación y/o selección de beneficiarios?

Si los recursos no alcanzan a cubrir las necesidades de todos los afectados, se deberá llevar a cabo un proceso de evaluación y selección de beneficiarios con criterios objetivos y conocidos por todos, publicados en las Bases correspondientes, con el objeto de focalizar los recursos según los objetivos del Programa. Sercotec nunca podrá definir a discreción quién se hará acreedor del subsidio.

¿Cuáles son los indicadores del instrumento?

Dado que los Programas de Emergencia Productiva no corresponden, en esencia, a un programa de fomento productivo, su principal indicador de resultado es que los micro y pequeños empresarios beneficiados logren reactivar su unidad productiva producto de la ejecución del mismo. No obstante, se podrán generar también los indicadores de producto y proceso que se consideren pertinentes.

Por otra parte, como ya se indicó, eventualmente el programa podría financiar el re-emprendimiento hacia otra actividad productiva distinta a la original si fuese necesario, en cuyo caso el indicador consistirá en la creación formal de una nueva empresa.

Programas Especiales de Fomento Productivo

Objetivo

Los Programas Especiales de Fomento Productivo (PEFP) buscan focalizar recursos, ya sea en un grupo objetivo de clientes en un sector económico productivo o rubro en un territorio determinado o en un objetivo o temática de interés o bien aquellos que, si bien no presentan una focalización particular, se financian con recursos del nivel regional, y que por lo tanto pueden presentar ciertas diferencias en cuanto a las definiciones y protocolos de operación de los programas regulares de Sercotec.

Fundamentación

De acuerdo al SII, según se indica en el gráfico, en Chile para el año comercial 2015, del total de 917.329 empresas con ventas anuales declaradas, el 95,4% son MIPE. En contraste, sólo representan el 8,4% de las ventas totales y el 28,5% de los trabajadores dependientes informados (SII, 2016).

Las MIPE son las empresas más dinámicas, donde la tasa de creación es de 14,5% y la de destrucción de estas es de 11,3%. A pesar de que son las que más mueren, son las que presentan una mayor tasa de creación neta (3,2%) (Encuesta EME, 2015).

En este escenario, podemos decir que es necesario corregir fallas de mercado, al ser las MIPE menos competitivas en comparación con las empresas medianas y grandes, donde la principal dificultad para acceder a nuevas oportunidades de negocio y potenciar su crecimiento es el **acceso al financiamiento, capacitación y asesoría de gestión empresarial**.

Sercotec debe ser un actor relevante para el desarrollo económico regional y del fomento productivo de los territorios y sub-territorios que componen cada región. En este contexto, los Programas Especiales de Fomento Productivo son una buena herramienta que poseen las Direcciones Regionales para apalancar recursos y aumentar su impacto en las micro y pequeñas empresas.

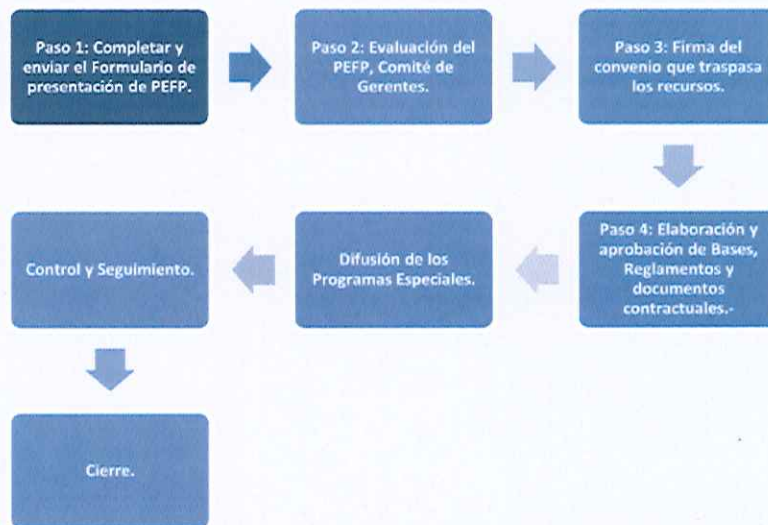
El modelo de apoyo que Sercotec brinda a emprendedores, micro y pequeños empresarios, incluye los denominados Programas Especiales de Fomento Productivo, que corresponden a programas que se caracterizan por implementarse con recursos externos, principalmente provenientes de los Gobiernos Regionales, a través del Fondo Nacional de Desarrollo Regional, o mediante convenios de cooperación interinstitucional.

¿En qué consiste?

Estos programas pueden ser ejecutados por las Direcciones Regionales o por las Gerencias de Nivel Central, a través de los siguientes tipos:

- a) Los PEFP basados en la oferta regular: Corresponde a aquellos que mantienen los objetivos, modalidad de operación y estructura de los instrumentos de la oferta regular, incluidos los procesos de Agenciamiento, preparación, evaluación, selección y ejecución.
- b) Los PEFP de diseño regional: corresponden a casos excepcionales, los cuales no operan bajo los protocolos de la oferta regular de Sercotec. Estos programas se pueden realizar en aquellos casos en que la problemática a la cual se intenta dar solución, no puede ser resuelta de manera eficaz por los instrumentos de la oferta regular.

¿Cuáles son las etapas del Instrumento?



¿Quiénes pueden acceder?

Emprendedores/as con iniciación de actividades ante el SII y/o Micro y Pequeñas empresas, personas naturales y jurídicas, con iniciación de actividades ante el SII, en primera categoría o segunda categoría, con una actividad económica vigente y coherente con la focalización, y con ventas netas demostrables anuales menores o iguales a 25.000 UF. En todo caso, dependerá del modelo de operación, y los objetivos establecidos por el propio Programa.

¿Cuáles son los indicadores del instrumento?

Los indicadores de resultado de un PEFP deben ser aspectos concretos, objetivos, medibles y verificables, y no simples declaraciones cualitativas que no generan un resultado en los beneficiarios/as que acceden a él. Existen dos alternativas para establecer los indicadores de resultado de PEFP:

1. Diseñar el/los indicadores en relación a los objetivos propuestos por el Programa. Para ello, se debe definir el nombre del indicador, la fórmula de cálculo por medio de la cual se medirá el indicador y los medios que se utilizarán para medirlos, y por consiguiente, recopilar los antecedentes que permitan realizar esta medición antes de empezar la ejecución del proyecto, si es necesario.
2. Seleccionar uno o más de la batería de indicadores propuestos por la Gerencia de Programas, dependiendo del modelo de ejecución, y los objetivos establecidos por el propio del Programa.

Punto Mipe, Servicio de Atención Integral a la Ciudadanía

Objetivo

Su objetivo es proveer un servicio de atención integral a la ciudadanía y a los/as clientes/as de la institución, de calidad y de acuerdo a los procedimientos establecidos, a través de la infraestructura denominada Punto Mipe.

Se busca entregar información de la oferta institucional de Sercotec a las personas que la soliciten, de manera presencial, telefónica y virtual, con el apoyo de folletería y el sitio web institucional, bajo protocolos de atención y contenidos proporcionados por el Servicio.

Fundamentación

De acuerdo al SII, según se indica en el gráfico, en Chile para el año comercial 2015, del total de 917.329 empresas con ventas anuales declaradas, el 95,4% son MIPE. En contraste, sólo representan el 8,4% de las ventas totales y el 28,5% de los trabajadores dependientes informados (SII, 2016).

Las MIPE son las empresas más dinámicas, donde la tasa de creación es de 14,5% y la de destrucción de estas es de 11,3%. A pesar de que son las que más mueren, son las que presentan una mayor tasa de creación neta (3,2%) (Encuesta EME, 2015).

En este escenario, podemos decir que es necesario corregir fallas de mercado, al ser las MIPE menos competitivas en comparación con las empresas medianas y grandes, donde la principal dificultad para acceder a nuevas oportunidades de negocio y potenciar su crecimiento es el **acceso al financiamiento, capacitación y asesoría de gestión empresarial**.

Considerando estas brechas y la evolución de la actividad emprendedora en Chile, puede señalarse que persiste un alto interés por emprender, donde aproximadamente un tercio de la población adulta del país manifiesta estar directamente relacionada con la creación, desarrollo y administración de un negocio que nació a partir de la iniciativa emprendedora (GEM, 2016). Sercotec atiende a la ciudadanía en tres tipos de espacios: presencial, telefónico y virtual. A través de éstos, es posible realizar consultas, solicitar información, realizar reclamos y sugerencias, dejar felicitaciones entre otros.

En este contexto, Sercotec se sirve de los denominados "Puntos Mipe", que son espacios de atención e información para ciudadanos/as, emprendedores/as y empresarios/as, que contribuyen a mejorar la percepción institucional en el público objetivo de Sercotec, transformándose en una puerta de entrada al Servicio y sus programas de apoyo.

¿En qué consiste?

Con el fin de entregar información a la ciudadanía que acuda al Punto Mipe, ya sea que consulte de manera presencial, por teléfono o a través del formulario de contacto del sitio web www.sercotec.cl, este programa considera:

- a) Ingresar y responder en la plataforma informática OIRS todas las consultas recibidas.
- c) Información acabada de la oferta programática de Sercotec (en qué consisten los instrumentos, a quiénes están dirigidos, qué apoyo entregan, cómo se accede a ellos), como asimismo un conocimiento general de las instituciones y programas de la Red de Fomento (Corfo, Fosis, Sence, Indap y otras) y de la Ley N° 20.285 sobre Acceso a la Información Pública, además de experiencia en la atención de público. Aplicar encuestas de evaluación de las atenciones presenciales y de las actividades de capacitación realizadas por el Punto Mipe al menos al 60% del universo atendido.
- d) Disponer del siguiente horario de atención:
 - a. Lunes a jueves de 8:30 a 18:00 horas.
 - b. Viernes de 8:30 a 16:00 horas.

¿Quiénes pueden acceder?

Ciudadanos/as, emprendedores/as y empresarios/as que requieran un servicio de atención integral a través de la infraestructura denominada Punto Mipe.

¿Cuáles son los criterios de evaluación y/o selección de beneficiarios?

Los criterios para selección de empresa adjudicataria al Punto MIPE, para la calificación de la comisión evaluadora, son los siguientes:

FACTORES TÉCNICOS Y ECONÓMICOS:

- Cumplimiento de requisitos formales
- Condiciones de empleo y remuneración
- Precio
- Comportamiento contractual anterior del oferente con Sercotec
- Experiencia del oferente
- Composición del equipo de trabajo
- Calidad técnica del servicio

¿Cuáles son los indicadores del instrumento?

La empresa prestadora del servicio debe presentar los siguientes indicadores de cumplimiento:

- a) Cumplir con el 100% de la meta de cobertura establecida en las bases correspondientes a la dirección regional.
- b) Tener una nota promedio mínima de 6,3 en las evaluaciones realizadas por los usuarios a las atenciones presenciales a través de la encuesta de satisfacción.
- c) Tener una nota promedio mínima de 6,3 en las evaluaciones realizadas por los usuarios a las atenciones grupales (talleres y charlas) a través de la encuesta de satisfacción.
- d) Tener una evaluación promedio igual o superior al 70% de respuestas útil, muy útil y buena y muy buena en la encuesta de satisfacción virtual a respuestas OIRS.

COMUNÍQUESE



JUAN CRISTÓBAL LABARCA AGURTO
GERENTE GENERAL (S)
SERCOTEC



PNZ/CSA/MVB

Distribución:

- ★ A todas las Gerencias de Sercotec.
- A todas las Direcciones Regionales.
- Unidad de Auditoría Interna.
- Fiscalía.