

FONDO MULTILATERAL DE INVERSIONES ABSTRACTO

I. INFORMACIÓN BÁSICA DEL PROYECTO

País:	Chile		
Nombre del Proyecto:	Asistencia a PyMEs para un mejor aprovechamiento de los acuerdos comerciales.		
Número de la TC:	CH-M1003		
Equipo de Proyecto:	Flora M. Painter (RE1/FI1), Jefe de Proyecto; Emilio Portocarrero (RE1/FI1); Patricio Díaz (COF/CCH); Karen Pienknagura y Sylvia Dohnert (Consultores, RE1/FI1); y Santiago Soler (MIF/OPS).		
Solicitud del Proyecto:	Agosto del 2004		
Beneficiario/Entidad Ejecutora:	ProChile y la Cámara de Comercio de Santiago (CCS)		
Costos estimados y Estructura de Aportes:	FOMIN (Facilidad IIIa)	US\$	1.900.000
	Contrapartida	US\$	<u>1.900.000</u>
	Total	US\$	3.800.000
Plazos:	Período de ejecución	36 meses	
	Período de desembolso	42 meses	

II. ANTECEDENTES

- 2.1 A partir de 1990, el gobierno chileno ha logrado negociar acuerdos comerciales con varios países. Su logro más importante ha sido la firma, en los dos últimos años, de Tratados de Libre Comercio (TLC) con la Unión Europea, los Estados Unidos, Corea del Sur y la Asociación Europea de Libre Comercio¹. Adicionalmente, Chile ha negociado acuerdos de comercio preferencial con Canadá, Costa Rica, El Salvador y México; y ha suscrito Acuerdos de Complementación Económica (ACE) con Bolivia, Colombia, Cuba, Ecuador, MERCOSUR, Perú y Venezuela. Estos acuerdos abren importantes oportunidades para diversificar tanto los países de destino como la canasta exportadora de las pequeñas y medianas empresas (PyMEs)².
- 2.2 El 60% de las PyMEs de Chile exportan a un solo mercado de destino, y la mayoría no tiene una exportación continua en el tiempo. Adicionalmente, entre el 2002 y el 2003 las exportaciones de las PyMEs aumentaron sólo 1,6%, y el valor exportado a ciertos países con acuerdos comerciales disminuyó sensiblemente,

¹ La Asociación Europea de Libre Comercio está constituida por Islandia, Liechtenstein, Noruega y Suiza.

² Empresas con ventas de entre USD 0,6 y USD 7,5 millones anuales.

como fue el caso de Estados Unidos (-2,8%), Canadá (-19,5%) y Costa Rica (-8,8%)³. Estos datos muestran que, hasta el momento, las PyMEs chilenas no han logrado posicionarse en estos mercados ni aprovechar bien las oportunidades de exportación que brindan los nuevos acuerdos comerciales.

- 2.3 Esta situación de las PyMEs contrasta con la de las grandes empresas, que si han podido aprovechar mejor las nuevas oportunidades⁴, y tiene aspectos sectoriales y de localización. Aún cuando los productos industriales representan el 72% del valor exportado por las PyMEs, esta proporción es inferior a la participación de las PyMEs industriales dentro del total de PyMEs exportadoras (86%), lo que sugiere que las PyMEs industriales enfrentan mayores dificultades para la exportación que el resto. Igualmente, la capacidad exportadora no está uniformemente distribuida dentro de la geografía nacional, puesto que: (i) hay muchas más PyMEs exportadoras en algunas regiones que en otras; y (ii) las PyMEs de algunas regiones del país logran penetrar mucho mejor los mercados externos, sobresaliendo las regiones de Bío-Bío y Los Lagos.
- 2.4 Desde el punto de vista comercial, la dificultad más importante que enfrentan las PyMEs exportadoras chilenas es la superación de barreras para-arancelarias. En una encuesta reciente a 88 PyMEs exportadoras, el 58,1% consideró estas barreras como una restricción externa muy importante. Adicionalmente, un gran porcentaje de PyMEs declaró dificultades para ajustar sus productos a las especificidades técnicas de la demanda internacional (40%) y para ofrecer servicios adecuados de post-venta (43%). La superación de estas barreras es vital para lograr expandir las exportaciones a los dos mercados de destino más importantes para las PyMEs: Estados Unidos (26,2% del total exportado por las PyMEs en 2003) y Europa (22,4%), especialmente en el rubro de alimentos, que es el principal producto de exportación de estas empresas. Aquí las normas sanitarias, de empaque y de calidad constituyen requisitos para lograr la exportación. El cumplimiento de estos requisitos requiere de una mayor capacidad de la que comúnmente disponen las PyMEs.
- 2.5 Para tener éxito en los mercados internacionales, las PyMEs deben contar con capacidad exportadora, la cual está determinada por la combinación de sus capacidades productivas, comerciales, gerenciales y financieras. En Chile existen programas de crédito para apoyar la capacidad financiera de las PyMEs, y programas de capacitación para mejorar su capacidad gerencial. En las otras dos áreas, existen programas de desarrollo tecnológico y productivo, de simplificación de trámites para la exportación, y de promoción e información comercial. Sin embargo, no se cuenta con programas específicos de asistencia de corto plazo para el ajuste de la oferta exportable para cumplir con las barreras técnicas que

³ En contraste, el valor exportado por las grandes empresas a estos tres mercados aumentó en el mismo período (0,1%, 69,9% y 18,1% respectivamente).

⁴ El fuerte dinamismo que exhibieron las exportaciones durante el año 2003 (crecimiento de 16% respecto al año anterior) se debió fundamentalmente al aumento de las exportaciones de estas grandes empresas (+17,7%).

enfrentan las empresas en los mercados internacionales, ni de desarrollo de canales de comercialización.

- 2.6 Con el fin de lograr un incremento sostenido de las exportaciones de las PyMEs hacia mercados con los cuales Chile ha suscrito acuerdos comerciales, ProChile y la Cámara de Comercio de Santiago (CCS) han diseñado un proyecto, motivo del presente documento, que contribuirá a disminuir las barreras al comercio que hoy en día limitan las posibilidades de las PyMEs de acceder a nuevos mercados externos.
- 2.7 El proyecto propuesto está en línea con los objetivos de la facilidad de comercio internacional e inversión del FOMIN, que busca apoyar a PyMEs en el desarrollo de sus capacidades técnicas para aprovechar acuerdos comerciales. La **adicionalidad** del proyecto radica en el abordaje específico y sistemático del ajuste de la oferta exportable hacia mercados más exigentes, con el necesario cumplimiento de normas técnicas y el desarrollo de nuevos canales de comercialización.⁵. Este enfoque es **innovador** al proponer el desarrollo de una metodología específica para levantar barreras al comercio a ser aplicada en el ámbito de un “joint venture” entre una entidad pública (ProChile) y una privada (Cámara de Comercio de Santiago) que podría replicarse en otros países que estarían en el proceso de firmar nuevos acuerdos comerciales.

III. OBJETIVO Y DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

A. Objetivo

- 3.1 El fin del Proyecto es lograr un incremento sostenido de las exportaciones de las PyMEs industriales hacia mercados con los cuales Chile ha suscrito acuerdos comerciales. El propósito es mejorar la capacidad de las PyMEs industriales para aprovechar las oportunidades de exportación que brindan estos acuerdos y lograr los beneficios de una mayor apertura comercial. El Proyecto asistirá a PyMEs industriales que requieren ajustes de corto plazo y baja inversión para cumplir con los requerimientos de mercados internacionales más exigentes como los de la Unión Europea y Estados Unidos, y otros más lejanos como Corea y Japón.
- 3.2 Como resultado del Proyecto se espera: (i) incrementar el valor de las exportaciones de las empresas beneficiarias del Proyecto a los mercados con los que Chile tiene acuerdos comerciales en por lo menos x%; (ii) aumentar el número de PyMEs que exportan a esos mercados en por lo menos y%; (iii) aumentar el número promedio de mercados servidos por las PyMEs en por lo menos z%; y (iv) contar con un modelo de aprovechamiento de acuerdos comerciales probado y ajustado. Se prevé que el Proyecto alcanzará a atender a aproximadamente 400 PyMEs durante los tres años de ejecución, de las cuales se

⁵ ProChile no realiza acciones en este campo, limitándose a entregar información de contacto con importadores y estudios de mercado.

esperaría que por lo menos un porcentaje significativo sea fuera del área metropolitana de Santiago.

Componente 1. Fomento y evaluación de la demanda del Proyecto.

- 3.3 Este componente fomentará la participación de las PyMEs industriales de las distintas regiones del país en el Proyecto e identificará como elegibles únicamente a aquellas que requieren intervenciones de corto plazo y de bajo costo para conquistar nuevos mercados. Las actividades financiadas por este componente incluirán: (i) la difusión del Proyecto en todas las regiones del país; (ii) la adaptación de la herramienta de “test de la potencialidad exportadora” y la capacitación en el uso de la misma.; (iii) la aplicación de la herramienta mejorada a las PyMEs; y (iv) la selección de los beneficiarios a través de un sistema concursable.

Componente 2. Asistencia a empresas para cumplir con los requerimientos de mercados internacionales más exigentes.

- 3.4 Este componente consistirá de un fondo con tres líneas de asistencia a empresas que hayan sido seleccionadas en el primer componente.
- 3.5 Línea 1. Adecuación de la oferta exportable: Se proveerá asistencia a las PyMEs para ajustar sus productos a las especificaciones de la demanda en los mercados de destino con respecto a las características de presentación, mercadeo y empaque (ej: diseño, envase y embalaje, formas de presentación y otros). Se financiarán consultorías, asistencia técnica y equipamiento de computación menor para: (i) el diseño y adecuación de los productos exportables (material gráfico, software, requerimientos de adecuación y presentación, entre otros); (ii) el apoyo al proceso de empaque y embalaje (adecuación de modalidades de envío, etiquetados, exigencias de seguridad y reglamentos, formas de entrega, entre otros); y (iii) el desarrollo de servicios de post-venta.
- 3.6 Línea 2. Desarrollo de canales de comercialización y distribución adecuados: Se contribuirá a la identificación de oportunidades de negocio para las PyMEs, orientando su proceso de internacionalización, a través de inteligencia de mercados y capacitación en comercialización. Se financiarán actividades como: (i) el desarrollo de inteligencia de mercado (incluyendo estudios de mercado y demanda por tipo de producto y mercado objetivo); y (ii) la capacitación (seminarios/talleres de trabajo) y asesoría especializada para que empresas individuales o grupos de empresas puedan aprovechar los canales de comercialización y distribución existentes para incursionar y diversificar su mercado destino.
- 3.7 Línea 3. Adecuación de normas técnicas para superar barreras para-arancelarias: Se proveerá asistencia técnica y capacitación a PyMEs para adecuar sus procesos de tal forma que cumplan con normas técnicas, normas ambientales, requerimientos de calidad, y certificación de origen, entre otros. Se financiarán actividades como: (i) el desarrollo de un programa de capacitación que provea a

las PyMEs con la información y herramientas para superar estas barreras; y (ii) asistencia técnica para adaptar procesos que permitan que los productos cumplan con las exigencias del mercado.

Componente 3. Monitoreo, evaluación y difusión de lecciones aprendidas.

- 3.8 Este componente facilitará el seguimiento del avance de la ejecución del Proyecto con el fin de contar con los elementos necesarios para realizar una evaluación del mismo y extraer las lecciones aprendidas de la implementación de la metodología utilizada en esta operación de tal forma que se pueda afinar el modelo de aprovechamiento de acuerdos comerciales. Se financiarán actividades como: (i) el diseño y aplicación de la metodología para el monitoreo y la evaluación del Proyecto; (ii) la incorporación de las lecciones aprendidas del Proyecto al modelo de aprovechamiento de acuerdos de libre comercio; y (iii) la difusión del modelo en otros países de la región.

IV. COSTO Y FINANCIAMIENTO

- 4.1 El costo total de este Proyecto alcanzaría la suma de US\$3.800.000. La contribución del FOMIN sería de US\$1.900.000 (50%) con carácter no reembolsable. El aporte de la contrapartida local sería de US\$1.900.000, de los cuales US\$1.600.000 sería provisto por ProChile y US\$300.000 por la CCS. Se estima que el presupuesto se distribuirá de la manera siguiente: Componente 1 (10%), Componente 2 (85%) y Componente 3 (5%).

V. ENTIDADES EJECUTORAS Y MECANISMO DE EJECUCIÓN

- 5.1 El Proyecto será ejecutado conjuntamente por ProChile y la Cámara de Comercio de Santiago (CCS). Ambas entidades tienen una sólida reputación ampliamente reconocida en Chile y en el exterior, mantienen una estrecha colaboración, y ya han realizado varios proyectos en forma conjunta.
- 5.2 La Dirección de Promoción de Exportaciones (ProChile) fue creada en 1974 y es una entidad líder en Latinoamérica en la promoción de exportaciones. ProChile atiende alrededor de 2000 clientes anuales, en su mayoría PYMES. Su presupuesto operativo depende del Tesoro público, pero se autofinancia casi en un 15%. Tiene una Red Externa de 49 Oficinas Comerciales en los cinco continentes, y posee una Red Interna de 13 Oficinas Regionales en todo el país. Ha realizado numerosos proyectos de apoyo a la internacionalización de las PyMEs.
- 5.3 La CCS fue creada en 1919 y tiene alrededor de 1400 socios que incluyen grandes, medianas y pequeñas empresas de los sectores más representativos de la economía. Su presupuesto es autofinanciado por los aportes de asociados y venta de servicios. La CCS tiene amplia experiencia como ejecutor de proyectos financiados por el FOMIN (Arbitraje y Mediación Comercial (ATN/MT-6376-CH) y Fortalecimiento de Seguridad y Confianza en el Comercio Electrónico

(ATN/MT-8127-CH)). Recientemente, la CCS fue elegida como institución líder del "MIF network" de arbitraje comercial y en su estructura funciona la secretaría del Consejo Asesor del Sector Privado (CASP) - BID.

- 5.4 Ambas entidades estarán involucradas en la provisión de servicios y capacitación en el proyecto según su experiencia y capacidad mediante la Unidad Ejecutora del Proyecto (UEP). Esta se encargará de organizar, coordinar y administrar todas las actividades y responder por la ejecución del Proyecto ante un Comité Directivo, el cual será conformado con el personal de las entidades ejecutoras participantes, apoyándose en la estructura administrativa y gerencial existente.

VI. ASPECTOS ESPECIALES

- 6.1 El equipo de proyecto deberá: (i) verificar la disponibilidad de fondos de contrapartida que permitan la ejecución del proyecto; (ii) evaluar el mecanismo de ejecución que permita que la agencia ejecutora actuar de forma coordinada con los actores claves participantes en el proyecto; (iii) asegurar que los resultados obtenidos sean aprovechados por las PyMEs exportadoras, principalmente en la Regiones; y (iv) evaluar la factibilidad de recuperar costos de los nuevos servicios a ser provistos por las entidades ejecutoras del Proyecto y (v) completar el análisis institucional y marco lógico.
- 6.2 Con relación a la sostenibilidad del Proyecto, se considera que una vez terminado el apoyo del FOMIN, se habrá generado las condiciones para que ProChile y la CCS puedan seguir solventando los costos de su continuación.

VII. PLAN DE ACCION

- 7.1 Para el desarrollo del Proyecto se ha definido el siguiente Plan de Acción.

ACTIVIDAD	FECHA ESTIMADA
Fecha de solicitud del Proyecto	Agosto 2004
Elegibilidad	Octubre 2004
Misión análisis	Octubre 2004
Operación FOMIN aprobada	Diciembre 2004

VIII. ESTRATEGIA AMBIENTAL Y SOCIAL

- 8.1 En términos generales y dada la naturaleza de la operación, no se anticipan impactos ambientales y sociales negativos directos. En cuanto a impactos indirectos, cabe mencionar que el *test* de potencialidad exportadora, al cual todas las empresas beneficiarias tendrán que someterse, contempla un criterio de cumplimiento de normas de protección del medio ambiente. Adicionalmente, los

mercados en los cuales se promoverá una mayor inserción tienen exigencias más estrictas en cuanto a normas ambientales y sociales que los mercados a los cuales las PyMEs chilenas están exportando actualmente.