

RED DE PROYECTOS DE FOMENTO A LA INTEGRACION PRODUCTIVA ENTRE PYMES EN AMERICA LATINA Y EL CARIBE

**Salvador Brasil
12 - 15 de junio 2005**

Presentación: TOMAS VIAL - CORFO - CHILE

**“EL ROL DEL SECTOR PUBLICO
EN FACILITAR LA PARTICIPACION PRIVADA”**

CORFO - CORPORACION DE FOMENTO DE LA PRODUCCION



I.- UNA HISTORIA PARA RECORDAR

Fundación : Año 1938

Institución : Autónoma del Estado

Directorio : 4 Ministros y dos representantes del
Presidente

Funciones 1938 - 1993

- Desarrollo Multisectorial y Regional
- Banco de Fomento e Inversiones
- Desarrollo Tecnológico
- Creación y Administración de Empresas Públicas
- Infraestructura Industrial del País

II. FUNDAMENTOS DE LA CORFO ACTUAL

Fomento : (Según modernas teorías del crecimiento)

- Inversión Productiva incluida inversión en capital humano
- Asignación óptima de los recursos hacia actividades con mayor potencial.
- Incorporación de las mejores prácticas productivas
- Innovación tecnológica
- Consecuencia a lo anterior, es apoyo de Corfo a :
 - Los Emprendedores Nuevos
 - Los Empresarios Pequeños y Medianos en expansión
 - A los que buscan la asociatividad productiva
 - A los que buscan la Calidad como eje de gestión y de la producción.
 - A los Innovadores

III. LOS INSTRUMENTOS DE FOMENTO DE LA CORFO

Todos son con financiamiento compartido: Empresas y Corfo. El Financiamiento Corfo es no reembolsable.

3.1 Apoyo a la Optimización en el uso de los Recursos:

Productividad, Calidad y Asociatividad

3.1.1. Fomento a la Calidad

a) Incluye : Certificaciones ISO 9.000; 14.000 BPA etc. - Corfo financia 50% costo no reembolsable.

Usuarios Potenciales: pequeñas y medianas

b) Microempresas : Sistema de Gestión Integral de Calidad (Norma Chilena.)

El financiamiento de Corfo es no reembolsable y es hasta 70% del costo.

3.1.2. Proyectos Asociativos de fomento (Profo)

Promueven asociatividad productiva de largo plazo entre PYME.

Para que: para apoyar la creación y desarrollo de nuevos negocios (escala).

Como: Corfo cofinancia 50% no reembolsable de estudios, gestión y contratación de Gerente hasta 6 años con topes del monto por año.

3.2.1. Apoyo a la Inversión

Modalidad de 2do. piso para Bancos e intermediarios no bancarios.(Bancos, Cooperativas, Cajas de Compensación y otros.)

Cofinanciamiento para: Leasing, operaciones de factoring, Inversión y Exportación.

Capital de riesgo a través de Fondo de Inversiones

3.2.2. Apoyo a la Atracción de Inversiones y la Alta Tecnología (Apoyo a Estudio, Misiones y Gestión, Mano de Obra)

3.3. Apoyo a la Innovación Tecnológica

3.3.1. Apoyo a la Innovación Empresarial

3.3.2. Apoyo al Emprendimiento Innovador
(Capital Semilla e Incubadoras.)

3.3.3. Apoyo a la Transferencia Tecnológica
(Misiones, traída de expertos y pasantías).

3.3.4. Apoyo a los Proyectos de Innovación de
interés público.

IV.- DEFINICION DE PROGRAMAS INTEGRADOS

- Intervenciones que pretenden generar cambios significativos en las dinámicas de desarrollo de un territorio, sector económico, rubro productivo específico.
- Estos cambios se harán a través de la aplicación de un conjunto interrelacionado de proyectos y actividades tales como formación empresarial, capacitación, innovación, atracción de inversiones, apoyo a la optimización en el uso de los recursos: productividad, calidad y asociatividad y financiamiento a la inversión.

FACTORES CLAVES QUE CARACTERIZAN UN PROGRAMA

- ☐ El eje central debe ser de fomento o desarrollo productivo.
- ☐ Participación de diferentes instituciones: Gobiernos Regionales, Municipios, sector privado, otras organizaciones estatales, Agentes Operadores.
- ☐ Coordinación entre sector público y sector privado.
- ☐ Abarcar una extensión territorial acotada.
- ☐ Dirigido a un sector productivo o sectores relacionados con potencialidad.
- ☐ Dirigido al incremento productivo en el mediano plazo (5 años o más).

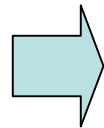
FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO DE UN PTI

- ☐ Compartir e internalizar una visión de Programa a todos los niveles (público y privado).
- ☐ Existencia de una base empresarial suficiente con disposición al cambio y a la asociatividad para lograr objetivos.
- ☐ Involucramiento real de los actores relevantes: empresarios.
- ☐ Liderazgo definido en la Región para conducir y operar el Programa.
- ☐ Formación de redes verticales y horizontales para el encadenamiento productivo.

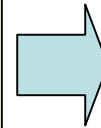
ETAPAS DE UN PROGRAMA TERRITORIAL



Presentación
de la idea y
análisis de
pertinencia



Diseño
estratégico y
formulación



Ejecución

Diagnóstico,
Objetivos
Generales e
Identificación de
actores relevantes

Estrategia de Desarrollo,
Objetivos Específicos,
Estructura Organizacional
y Financiera del Programa
y Formulación de Líneas
de Proyectos

Duración 5 años, con
renovación anual en
base a Evaluaciones
de Gestión y
Resultados

V.- PROGRAMAS TERRITORIALES INTREGRADOS DE LA CORFO

Primera Región : “Turismo de Intereses Especiales Arica y Parinacota” (en diseño) .

Segunda Región : “Cluster Minero Región de Antofagasta” (2° año).

Tercera Región : “Valle de Huasco” (2° año).

Quinta Región:

- “Puerto Cultura” (4° año).
- “Tarai Henua” (turismo sustentable en Isla de Pascua) (4° año).
- “Proagro” (riego, medio ambiente y gestión) (5° año).

Región Metropolitana: - Programa Territorial Integrado Vitivinícola (en diseño).

- “Puerta Sur de Santiago” (2° año).

- **Sexta Región** : “Colchagua Tierra Premium” (vitivinícola) (2° año).
- **Séptima Región** : - “Vinos de Chile 2010” (2° año).
- **Novena Región** : - “Montaña y Etnoturismo de la Araucanía” (en diseño).
- “Agricultura Intensiva e Innovación, Agronegocio” (2° año).
- **Décima Región** : “Cluster del Salmón Zona Austral de Chile” (en diseño).
- **Decimoprimera Región:** “Patagonia Aysén” (turismo) (2° año.)
- **Decimosegunda Región:** “Turismo Sustentable Patagonia Austral” (3er. año).

VI.-EJEMPLO PROGRAMA TERRITORIAL INTEGRADO

Sector Vitivinícola

6.1. Introducción: Corfo desarrolla en cuatro regiones del país con aptitud vitivinícola Programas Territoriales Integrados..

Uno de ellos es el Valle de Colchagua._____

Nombre: **Colchagua Tierra Premium**

6.2. Antecedentes Generales Vitivinicultura Chilena

Superficie Plantada

Año 1994 = 50.000 hás.

Año 2004 = 110.000 hás.

Producción = 700 millones de litros

Exportación = 400 millones de litros

Valor Exportación US\$ 850 millones año 2004_____

6.3. Valle de Colchagua

Sup. = 21.000 hás.

Nº de Propietarios = 900

Propiedades de
Tamaño Comercial. = 700

Valor Producción = U\$ 200 millones

Valor Exportaciones = US\$ 175

6.4. Objetivos Específicos

Generar acciones que guíen y consoliden el **desarrollo productivo** del valle, fundamentalmente el vitivinícola, y su interacción con el crecimiento de los asentamientos humanos y sus servicios de apoyo.

Fortalecer la incorporación en las empresas de medidas de mitigación de su **impacto en el medio ambiente y de procesos de calidad** verificables, que permitan acrecentar las condiciones sanitarias y de seguridad en los lugares de trabajo.

Apoyar al sector productivo del valle de Colchagua con un mejor conocimiento de las **tecnologías disponibles** para la producción vitivinícola a nivel nacional e internacional y facilitar su transferencia.

Estimular la **capacitación del sector laboral y empresarial** en los distintos aspectos de la producción vitivinícola, para permitir un mejor y más eficiente desempeño de las funciones que les corresponde realizar.

Apoyar el desarrollo de un **turismo enológico de calidad** en el valle de Colchagua sobre la base del significativo acervo cultural y productivo existente.

Contribuir al proceso de radicación de **nuevos emprendimientos** en el sector vitivinícola del valle de Colchagua, que aporten capital conocimiento y acceso a mercados externos.

6.5. Visión y Ejes Estratégicos

Visión

El valle de Colchagua será reconocido en el país y en el exterior como una **zona productora de vinos finos de alta calidad**, generados en un espacio rural en donde conviven se amalgaman y potencian el entorno natural, sus tradiciones culturales y sus propuestas productivas. Asociada a esta condición, se distinguirá en la zona una oferta de servicios turísticos asimilada a estándares internacionales.

Ejes Estratégicos

Desarrollo Industria Vitivinícola

Medio Ambiente y Calidad

Innovación y Transferencia Tecnológica

Capacitación y Formación Empresarial

Turismo Enológico

6.6. Actividades en ejecución

▣ **Eje Desarrollo Industria Vitivinícola**

- Aprobación Estudio Ordenamiento Territorial en Peralillo.
- Seminario Ordenamiento Territorial. Comuna de Peralillo
- Realización Estudio Aptitud Vitivinícola para valle de Colchagua.

▣ **Eje Medio Ambiente y Calidad**

- Seminario Cierre Estudio CONAMA río Tinguiririca. Difusión resultados diagnóstico.
- Taller CONAMA-PTI Difusión Normativas Ambientales.

- Día de Campo RILES. Visita en terreno bodega con sistema de RILES.
- Día de Campo Buenas Prácticas Agrícolas. Visita a terreno huerto implementado.
- PROFOS Sistemas de Calidad Verificable (3). Sistema de gestión Integrados (ISO 9000, ISO 14000 y OSHAS) y BPA. Fondo Asistencia Técnica Producción Limpia.
- Fomento a la Calidad.

▣ **Eje Innovación y Transferencia Tecnológica**

- Centro Gestión Tecnológica. U. de Talca – CFT Colchagua.
- Grupo Transferencia Tecnológica vitivinícola. Las Garzas y El Huape
- Jardín de Variedades CFT Colchagua, U. de Talca.
- Misiones Tecnológicas Agricultura de Precisión – Riles – Turismo Enológico. USA y Europa.
- PROFOS Modernización Tecnológica (2). Producción y comercialización uva vinífera.
- Estudios Pre-inversión Riego.

▣ **Atracción de Inversiones (Todo Chile)**

- Seminario Atracción de Inversiones.
- Recepción empresarios extranjeros.

Eje Capacitación

23

- Seminarios Asociación de Enólogos de Colchagua (4). Seminarios técnicos.
- Seminario Marketing Internacional de Vinos. U. de Chile y expositores extranjeros.
- Cursos Capacitación Laboral (4). Dirigidos a operarios vitivinícolas.
- Beca carrera Técnico Vitivinícola de Nivel Superior. CFT Colchagua.

Eje Turismo Enológico

- Creación Bases de concurso Capital Semilla.
- Seminario Internacional de Turismo. Especialistas Chile y extranjero.
- Jornada de Evaluación Desarrollo Rutas del Vino apoyadas por CORFO.
- PROFO Turístico Colchagua Wine & Tours. 7 empresas vitivinícolas.

Eje Capacitación

24

- Seminarios Asociación de Enólogos de Colchagua (4). Seminarios técnicos.
- Seminario Marketing Internacional de Vinos. U. de Chile y expositores extranjeros.
- Cursos Capacitación Laboral (4). Dirigidos a operarios vitivinícolas.
- Beca carrera Técnico Vitivinícola de Nivel Superior. CFT Colchagua.

24

Eje Turismo Enológico

- Creación Bases de concurso Capital Semilla.
- Seminario Internacional de Turismo. Especialistas Chile y extranjero.
- Jornada de Evaluación Desarrollo Rutas del Vino apoyadas por CORFO.
- PROFO Turístico Colchagua Wine & Tours. 7 empresas vitivinícolas.

Actividades Transversales

25

➤ Promoción:

- Fiesta de la Vendimia 2006. Participación principales viñas de Colchagua.
- Viñas de Colchagua en Brasil. Promoción D.O. Valle de Colchagua.
- Visita periodistas internacionales especialistas en vinos a valle de Colchagua.
- Material Promocional valle de Colchagua.
- Material Promoción PTI.
- Reuniones con empresarios vitivinícolas de Colchagua y comité asesor. \$300.000.-
- Mantención sitio web.