



Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO

ENERO 2016 - JUNIO 2016

SECCIÓN 1: SÍNTESIS DEL PROYECTO

NOMBRE DEL PROYECTO: Aceleradora de Negocios para la Patagonia Chilena

Nro. Proyecto: CH-M1060 - Proyecto No.: ATN/ME-14481-CH

Propósito: metodología para la aceleración de negocios, aplicable en áreas remotas

País Administrador

CHILE

País Beneficiario

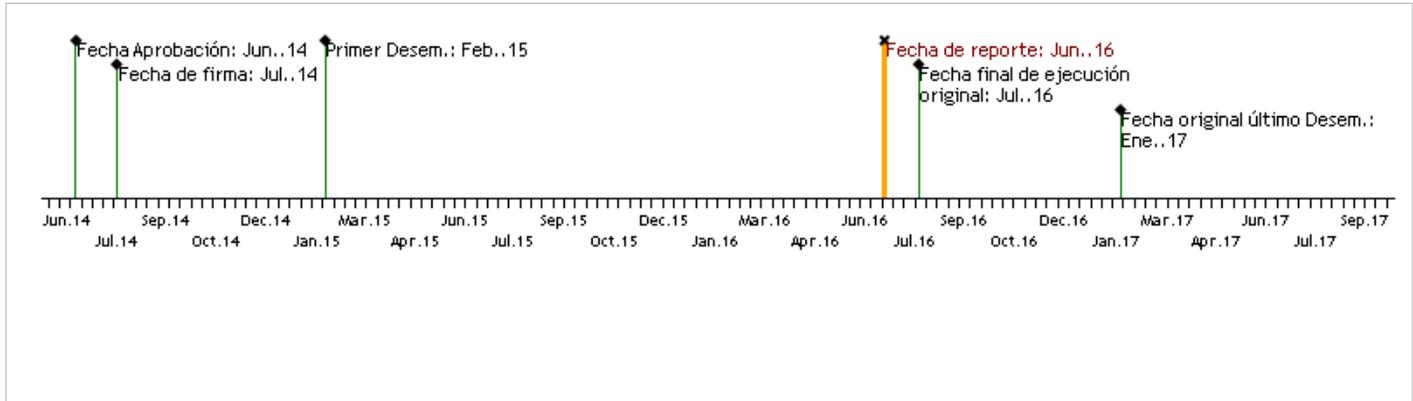
CHILE

Agencia Ejecutora: FUNDACIÓN TECHNOSSERVE CHILE

Líder equipo de diseño: CAROLINA CARRASCO

Líder equipo de supervisión: CAROLINA CARRASCO

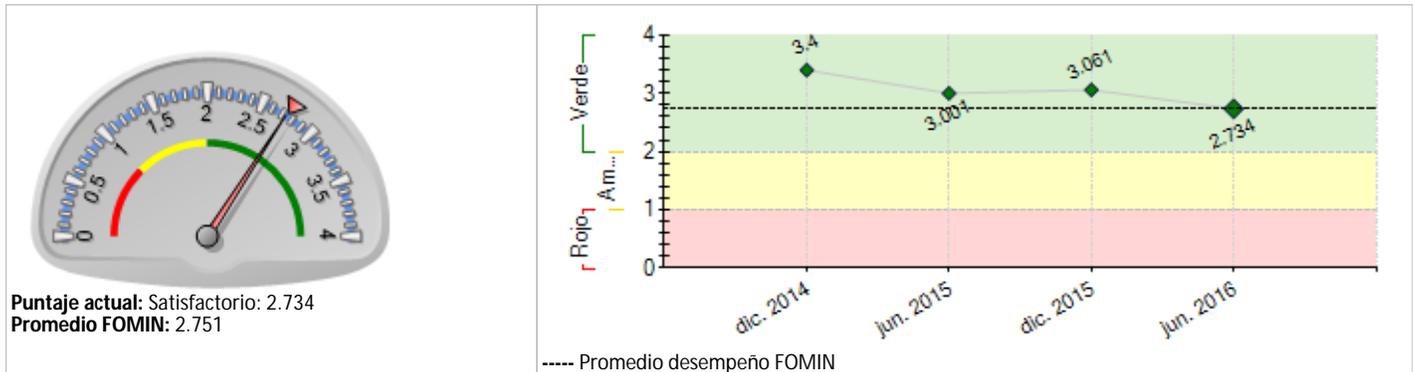
CICLO DEL PROYECTO



RECURSOS



PUNTAJE DE DESEMPEÑO



RIESGOS EXTERNOS

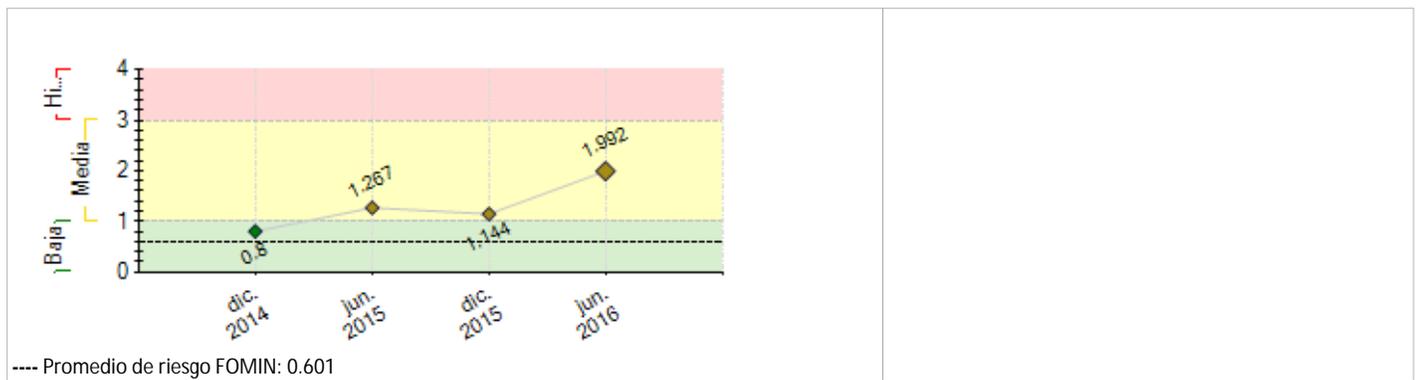
CAPACIDAD INSTITUCIONAL

Riesgo

Administración Financiera: Baja

Adquisiciones: Baja

Capacidad Técnica: Baja



SECCIÓN 2: DESEMPEÑO

Resumen del desempeño del proyecto desde el inicio

Principales logros:

220 emprendedores recibieron asistencia técnica (meta 240, jul-16)

93 empresas con crecimiento en ventas superior a 10% (meta 100, jul-16)

Evaluación del programa por parte de emprendedores: 6,7 sobre 7.

Principales problemas:

Se observa una tendencia al descenso de postulaciones recibidas y que podría deberse a la falta de incentivos o al tamaño del mercado. Continuaremos estudiando cómo aumentar la efectividad y realizando ajustes al proceso de convocatoria y a los servicios a ofrecer.

Principales riesgos:

No lograr la continuidad de la aceleradora en la Patagonia.

No lograr una adaptación oportuna a los cambios en el entorno que permitan mantener una oferta de valor atractiva para las necesidades locales.

Acciones críticas

Fortalecer la sostenibilidad del proyecto en la Patagonia buscando incrementar la oferta del valor del programa, profundizando relación con actores relevantes del desarrollo económico de la región.

Asegurar que el desarrollo de guía metodológica de aceleración en zonas remotas establezca un modelo replicable basado en los resultados y aprendizajes del proyecto.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora

Resumen del desempeño del proyecto en los últimos seis meses

Principales logros:

7º convocatoria captó interés de 157 postulantes.

40 emprendedores incorporados en la 6° generación que recibieron capacitación en diseño de planes de negocios

153 MIPES tuvieron acceso a material de capacitación en gestión de negocios.

Ejecución de mesas de trabajo público-privadas en Aysén y Magallanes.

Elaboración de TDR y selección de empresa consultora para elaboración de guía metodológica.

Dificultades:

Se registró una tasa de deserción durante la sexta generación de 45%, 13% más alta que el promedio de generaciones pasadas. El fenómeno se dio principalmente en la Región de Magallanes.

Aún no hemos logrado resultados significativos de vinculación con empresas ancla a partir de las mesas de trabajo.

Acciones críticas:

Aumentar los incentivos de postular a Potencia Patagonia incrementando los servicios de acceso a nuevas fuentes de financiamiento, acceso a mercados, encadenamiento productivo y vinculación con el medio.

Identificar y replicar buenas prácticas que permitieron retención de emprendedores durante generación 6 para mitigar riesgo de deserción en futuros ciclos.

Seguimiento a relaciones establecidas en mesas de trabajo para aumentar la vinculación.

Elaboración de guía metodológica.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora

SECCIÓN 3: INDICADORES E HITOS

Indicadores	Línea de base	Intermedio 1	Intermedio 2	Intermedio 3	Planificado	Logrado	Estado
Propósito: metodología para la aceleración de negocios, aplicable en áreas remotas	R.1	0	80		160	93	
		Jul. 2014	Jul. 2015		Jul. 2016	Jun. 2016	
R.2	% de alumnos que obtienen nota mínima de aprobación o superior en curso e-learning	80	80		80	97	
		Jul. 2014	Jul. 2015		Jul. 2016	Jun. 2016	
Componente 1: Promoción y Diseminación del Proyecto Peso: 10% Clasificación: Satisfactorio	C1.11	3	5		7	7	Finalizado
		Jul. 2014	Jul. 2015		Jul. 2016	Jun. 2016	
C1.12	Número de postulantes que cumplen con criterios base	145	220		310	684	Finalizado
		Jul. 2014	Jul. 2015		Jul. 2016	Jun. 2016	
Componente 2: Aceleración de Negocios Peso: 86% Clasificación: Satisfactorio	C2.11	0	300		500	524	Finalizado
		Jul. 2014	Jul. 2015		Jul. 2016	Jun. 2016	
	C2.12	70	150		240	220	Finalizado
		Jul. 2014	Jul. 2015		Jul. 2016	Jun. 2016	
C2.13	2	4		6	6	Finalizado	
	Jul. 2014	Jul. 2015		Jul. 2016	Jun. 2016		
C2.14	0	2		3	3	Finalizado	
	Jul. 2014	Jul. 2015		Jul. 2016	Jun. 2016		
Componente 3: Generación de conocimiento y comunicación estratégica Peso: 4% Clasificación: Satisfactorio	C3.11	0			1	0	En curso
					Jul. 2016	Jun. 2016	
C3.12	0			3	0	En curso	
				Jul. 2016	Jun. 2016		

Hitos	Planificado	Fecha Vencimiento	Logrado	Fecha en que se logró	Estado	
H1	Nomina de actores miembros de mesas de dialogo identificados en las 3	1	Ene. 2015	1	Ene. 2015	Logrado

	regiones administrativas de la Patagonia					
H1	Condiciones previas	6	Ene. 2015	6	Nov. 2014	Logrado
H2	Convocatoria 4	1	Mar. 2015	1	Ene. 2015	Logrado
H4	Primer Informe Consolidado indicadores de empresas participantes, con distinción de genero	1	Mar. 2015	1	Mar. 2015	Logrado
H3	Convocatoria 5	1	Jul. 2015	1	Jul. 2015	Logrado
H5	Convocatoria 6	1	Mar. 2016	1	Ene. 2016	Logrado
H6	Segundo Informe Consolidado indicadores de empresas participantes, con distinción de genero	1	Jul. 2016			
H7	[*] Guia Metodologica sistematizada y documentada electronicamente	1	Dic. 2016			

[*] Indica que el hito ha sido reformulado

FACTORES CRÍTICOS QUE HAN AFECTADO EL DESEMPEÑO*[No se reportaron factores para este período]***SECCIÓN 4: RIESGOS****RIESGOS MÁS RELEVANTES QUE PUEDEN AFECTAR EL DESEMPEÑO FUTURO**

	Nivel	Acción de mitigación	Responsable
1. Rotación de personal en el equipo de Potencia Patagonia	High	Durante el periodo junio 2015 a junio 2016 Potencia Patagonia ha logrado contar con un equipo completo en las tres regiones de cobertura del programa. Esto ha sido un gran desafío para el programa, que pudo ser superado con un proceso de selección cuidadoso del personal, ofrecer la oportunidad de trabajar en un proyecto éxitos, con responsabilidad que permiten desafiar profesionalmente a los miembros del equipo. Si bien se producirá rotación durante el segundo semestre de 2016, se han tomado acciones para que exista un proceso fluido con el cambio de profesionales, se maneje adecuadamente el conocimiento organizacional reduciendo el impacto que un cambio de profesionales pueda producir en los resultados del programa.	Project Coordinator
2. Desinterés en la postulación por parte de las empresas	Media	La oferta de valor de Potencia Patagonia debe mantenerse actualizada y diferenciada de otros programas similares en la Patagonia para lograr atraer emprendedores. Es necesario revisar y fortalecer de manera continua la oferta de valor para ofrecer mayores beneficios a los emprendedores. También es importante profundizar en el reclutamiento de emprendedores a través de medios eficientes de convocatoria, como recomendaciones de otros emprendedores, página web y recomendaciones de Corfo. Para profundizar en estos medios es necesario asignar más actividades de difusión en estos medios que a la larga permiten ampliar la base de selección de emprendedores para el programa.	Project Coordinator
3. Deserción del proceso por parte de las MIPES seleccionadas	Media	Si bien se han tomado acciones para disminuir la deserción por parte de los participantes durante el programa, durante la 6ta generación se registró un incremento en el porcentaje de deserción de 43% versus un promedio de 37% durante las generaciones pasadas. La ausencia de los fondos SSAFD para emprendedores de la sexta generación pudo haber mermado la motivación de los participantes para continuar en el programa. Para disminuir la deserción se identificarán prácticas que hayan permitido motivar a emprendedores a finalizar la etapa de capacitación y tratar de replicarlas en las generaciones a futuro.	Project Coordinator
4. Empresas ancla de la Patagonia no implementan acciones de incorporación a sus cadenas de valor de las MIPES del programa	Media	Después de la realización de las mesas de diálogo se ha logrado confirmar que si bien existe interés por parte de las empresas en participar del desarrollo económico de las regiones, es necesario traducir ese interés en acciones concretas. Es necesario realizar un seguimiento con las empresas participantes para concretar su participación en el programa ya sea en la convocatoria, participación en Consejo de Inversiones o Consejo Consultivo. También es importante realizar un acercamiento con empresas interesadas en disminuir su impacto social y ambiental, como fue realizado en la Región de Aysén con la Minera El Toqui. Finalmente se debe analizar la incorporación a Potencia Patagonia de un componente de desarrollo de proveedores locales que pudiera ser de interés para empresas de la Región.	Project Coordinator
NIVEL DE RIESGO DEL PROYECTO: Media NÚMERO TOTAL DE RIESGOS: 5 RIESGOS VIGENTES: 4 RIESGOS NO VIGENTES: 1 RIESGOS MITIGADOS: 0			

SECCIÓN 5: SOSTENIBILIDAD

Probabilidad de que exista sostenibilidad después de terminado el proyecto: P - Probable

FACTORES CRÍTICOS QUE PUEDEN AFECTAR LA SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO*[No se reportaron factores para este período]***Acciones realizadas o a ser implementadas relativas a la sostenibilidad:**

La estrategia de sostenibilidad se basa en buscar el apoyo del sector privado, aumentar la valoración y disposición de pago de beneficiarios, desarrollar nuevos servicios de apoyo a emprendedores y sistematizar los aprendizajes para replicar la metodología en otras zonas remotas.

Se buscó el apoyo del sector privado a través de mesas de diálogo, realizadas en Los Lagos, Aysén y Magallanes. El principal aprendizaje de cara al futuro es que el

mayor potencial está en fortalecer vínculos con aquellas empresas que requieran minimizar su impacto social y ambiental, especialmente de rubros extractivos o salmoneeras.

La aceleradora ha sido exitosa en el diseño de servicios entregados a los participantes, logrando recaudar cerca de \$30 millones al año (proyección 2016). No obstante, este monto representa sólo el 12% de los costos actuales de operación anual.

SECCIÓN 6: LECCIONES PRÁCTICAS

	Relativo a	Autor
<p>1. Acercamiento con empresas que busquen minimizar impacto social y ambiental. Una de las estrategias para la sostenibilidad del programa es lograr el apoyo del sector privado. Si bien el desarrollo de mesas de diálogo permitió abrir un canal de comunicación con empresas de distintos rubros, se logró el mayor interés de vinculación con la minera El Toqui. Debido al carácter de la operación de la minera, la empresa está interesada en minimizar su impacto social y ambiental. Esta misma lógica debería ser aplicada para realizar acercamientos con empresas de intereses similares, donde la propuesta de involucramiento en su comunidad pueda ser más beneficiosa. Adicionalmente la alternativa de desarrollo de programas de proveedores podría ser utilizada para proponer programas ajustados a la necesidad de cada empresa.</p>	Sustainability	Bettosini, Andrea
<p>2. Mayor vinculación con el entorno. Durante la séptima convocatoria se realizaron eventos de difusión y capacitación en conjunto con espacios de CoWork en Los Lagos, Aysén y Magallanes. Los eventos fueron desarrollados por la gerente del programa y fueron de carácter abierto para el público. La realización de eventos en conjunto con los CoWork permitió reducir el costo asociado con el desarrollo de talleres evitando el gasto en salones, incrementar el alcance del evento y difundir el programa a emprendedores en las redes de los CoWork mediante la difusión a través de los medios de comunicación de los Co Work.</p>	Implementation	Bettosini, Andrea
<p>3. Conocimiento de preferencias y ajuste en mensajes de comunicación. A través del análisis de la pregunta presente en el formulario de postulación "¿Qué te motiva a postular a Potencia Patagonia?" la aceleradora ha logrado identificar las palabras claves con las cuales los emprendedores definen su motivación para participar en el programa. Las palabras claves fueron transformadas en mensajes de comunicación que luego serían utilizadas para ajustar la información presente en la página web, folletos, redes sociales. También se utilizarán estos mensajes para posicionar la página web a través de google adwords y se está analizando el posicionamiento SEO. El análisis de la motivación de los emprendedores ha permitido entender cómo el público percibe a la aceleradora y cuáles son los servicios que busca. En particular se reitera el interés en las asesorías y el trabajo en conjunto con el equipo especializado del programa.</p>	Implementation	Bettosini, Andrea
<p>4. Incentivos para obtener recomendaciones de otros emprendedores. Uno de los medios más costo efectivos para obtener postulantes con potencial de crecimiento es la recomendación de otros emprendedores. Durante la séptima convocatoria, para impulsar la obtención de recomendaciones de otros emprendedores, Potencia Patagonia realizó un concurso con emprendedores incorporados a través de correos masivos donde la persona que más recomendaciones entregase al programa recibiría un mini video. En este video el emprendedor podría presentar su emprendimiento y su experiencia con Potencia Patagonia. Con esta iniciativa se recibieron un 65% más de recomendaciones que en generaciones pasadas. La realización del concurso permitió asignar de manera más eficiente los recursos de la convocatoria, asignando mayor importancia a aquellos medios que permiten reclutar candidatos con alto potencial de crecimiento.</p>	Implementation	Bettosini, Andrea