

## CUMPLIMIENTO INDICADORES DE DESEMPEÑO AÑO 2007

<b>MINISTERIO</b>	MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES	<b>PARTIDA</b>	06
<b>SERVICIO</b>	DIRECCION GENERAL DE RELACIONES ECONOMICAS INTERNACIONALES	<b>CAPÍTULO</b>	02

Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Fórmula de Cálculo	Efectivo 2004	Efectivo 2005	Efectivo 2006	Efectivo 2007	Meta 2007	Cumple SI-No	% de cumplimiento	Ponderación	Medios de Verificación	No-Tas (9)
<p>●Información comercial</p> <p>•Programa: PYME Exporta Evaluado en: 2006</p>	<p><u>Eficacia/Proceso</u></p> <p>Tasa de Variación anual del número de atenciones de los servicios de Información Comercial</p> <p>Aplica Enfoque de Género: NO</p>	<p>((número de atenciones de los servicios de Información Comercial t/número de atenciones de los servicios de Información Comercial t-1)-1)*100)</p>	0 % 0	n.m.	18 % 0	26 % 1117089	12 % 537376	SI	214%	15%	<p>Base de Datos/Software sistemas de información comercial</p>	1
<p>●Apoyo a estrategias de comercialización internacional</p>	<p><u>Eficacia/Resultado Intermedio</u></p> <p>Tasa de variación anual del número de empresas Clientes de Prochile.</p> <p>Aplica Enfoque de Género: NO</p>	<p>((Número de empresas Clientes de ProChile t/Número de empresas Clientes de ProChile t-1)-1)*100)</p>	s.i.	n.m.	23 % 0	45 % 6629	12 % 4293	SI	372%	15%	<p>Base de Datos/Software Sistema de registro de proyectos.</p>	2

Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Fórmula de Cálculo	Efectivo 2004	Efectivo 2005	Efectivo 2006	Efectivo 2007	Meta 2007	Cumple Si-No	% de cumplimiento	Ponderación	Medios de Verificación	No-Tas (9)
<p>●Apoyo a estrategias de comercialización internacional</p> <p>●Programa: Fondo de Promoción de Exportaciones Evaluado en: 2002</p>	<p><u>Eficacia/Resultado Final</u></p> <p>Tasa de variación anual del monto de exportaciones de los clientes ProChile.</p> <p>Aplica Enfoque de Género: NO</p>	<p>((Monto de Exportaciones de clientes de ProChile período t/Monto de Exportaciones de clientes de ProChile período t-1)-1)*100)</p>	17 % 3320179829	15 % 9419770622	17 % 0	12 % 13346515489	12 % 11815193600	SI	101%	15%	<p><u>Base de Datos/Software</u></p> <p>Base de datos institucional, que considera información del Servicio Nacional de Aduanas</p>	3
<p>●Apoyo en los mercados de destino</p>	<p><u>Eficacia/Resultado Intermedio</u></p> <p>Tasa de variación en el número de contactos comerciales generados</p> <p>Aplica Enfoque de Género: NO</p>	<p>((n° actividades de generación de contactos comerciales ejecutadas año t/n° actividades de generación de contactos comerciales ejecutadas año t-1)-1)*100)</p>	n.m.	n.m.	n.c.	38 % 1475	10 % 0	SI	381%	10%	<p><u>Formularios/Fichas</u></p> <p>Base de datos institucional</p>	4
<p>●Acciones de promoción comercial</p>	<p><u>Eficiencia/Producto</u></p> <p>Porcentaje de recursos para acciones de promoción comercial provenientes de privados respecto del total de recursos para acciones de promoción comercial</p> <p>Aplica Enfoque de Género: NO</p>	<p>((Monto total de recursos para acciones de promoción comercial provenientes de privados/Monto total de recursos para acciones de promoción comercial)*100)</p>	54 %	55 %	60 %	60 %	60 %	SI	100%	15%	<p><u>Base de Datos/Software</u></p> <p>Base de datos institucionales: Sistema de registro institucional</p>	5

Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Fórmula de Cálculo	Efectivo 2004	Efectivo 2005	Efectivo 2006	Efectivo 2007	Meta 2007	Cumple SI-No	% de cumplimiento	Ponderación	Medios de Verificación	No-Tas (9)
•Implementación, administración y negociación de acuerdos	<u>Eficacia/Resultado Intermedio</u>  Porcentaje de cumplimiento de los compromisos derivados de los Acuerdos suscritos por Chile respecto del total de compromisos programados derivados de los acuerdos suscritos por Chile  Aplica Enfoque de Género: NO	((N° de compromisos cumplidos derivados de los acuerdos suscritos por Chile/N° de compromisos programados derivados de los acuerdos suscritos por Chile)*100)	100 %	87 %	100 %	100 %	86 %	SI	117%	15%	Formularios/Fichas Informes Internos DIRECON	6
•Apoyo a estrategias de comercialización internacional  •Apoyo en los mercados de destino	<u>Eficacia/Resultado Final</u>  N° de nuevas combinaciones mercado producto de exportación de los clientes de ProChile  Aplica Enfoque de Género: NO	(N° nuevas combinaciones país-producto de las exportaciones de los clientes de ProChile en relación al año t-1)	n.m.	n.m.	n.m.	11883 número	1850 número	SI	642%	15%	Formularios/Fichas bases de datos de institucional	7

(9): Fundamentaciones o justificaciones de metas no cumplidas (cumplimiento inferior a 95%) y metas sobrecumplidas (cumplimiento superior a 120%)

Porcentaje de cumplimiento informado por el servicio	100%
--	------

Suma de ponderadores de metas no cumplidas con justificación válidas	0%
--	----

Porcentaje de cumplimiento global del servicio	100%
--	------

Notas:

- 1.-El sobrecumplimiento de este indicador se explica por la ejecución de una serie de iniciativas que tuvieron por objetivo optimizar las atenciones de los servicios de información comercial, principalmente las orientadas a la difusión selectiva, sustentada en la generación de información de mayor calidad en lo relativo al comportamiento y a las oportunidades de negocios que ofrecen los mercados externos, destacando los nuevos acuerdos comerciales celebrados durante el año 2007, lo que implicó una variación de éste servicio de 122% con respecto al año 2006. A lo que se suman la implementación de iniciativas para mejorar el diseño y despliegue de información en los sitios web institucionales, [www.prochile.cl](http://www.prochile.cl) y [www.direcon.cl](http://www.direcon.cl), lo que significó un aumento significativo en las atenciones, se destaca la variación del 90% en las visitas al sitio [www.direcon.cl](http://www.direcon.cl).
- 2.-Esta variación se sustenta, principalmente en la redefinición del concepto Cliente, a partir del primer trimestre del 2007 se considera cliente ProChile, a las personas jurídicas y/o personas naturales, con iniciación de actividades en Chile, que estén exportando o tengan interés en exportar, y que hayan usado un instrumento o recibido un servicio de apoyo de ProChile en el año en curso o en el año anterior. Esta nueva definición afectó inmediatamente la cobertura sustentada en factor temporal del concepto cliente ProChile, por tanto el tamaño muestral del número de empresas clientes de la institución. Además de la puesta en marcha de un nuevo sistema de registro de actividades denominado SRA, el que se caracteriza por incorporar la nueva definición de cliente PROCHILE. Este sistema de registro permitió tener información, en la base de datos institucional, de un mayor número de empresas a las cuales se les presta o demandan servicios de ProChile.
- 3.-Mantener o superar una meta anual del 12% en las exportaciones de las empresas clientes, depende de una serie de factores externos a la gestión institucional, como por ejemplo: estabilidad en el tipo de cambio, en las condiciones climáticas internas y externas, estabilidad de los otros países, gestión de las empresas para incorporarse activamente al proceso exportador del país, etc. La institución puede contribuir al aumento de sus exportaciones, ya sea a través de inteligencia de mercado, ejecución de actividades de promoción de exportaciones en mercados con oportunidades comerciales, entre otras, sin embargo, un comportamiento no favorable en algunos de los factores externos señalados, tendrá un efecto negativo inmediato en los montos exportados por el país, por ende, de las empresas clientes.
- 4.-La variación del 38% en el número de contactos comerciales generados, se explica especialmente por una precisión en su definición, a partir del año 2007 se medirán todas aquellas actividades que generen una comunicación o contacto entre exportadores chilenos e importadores en mercados de destino, esto considera la generación de agendas de negocios y el envío de oportunidades de negocios, en relación al año 2006, se incorpora esta última actividad. A esto se suma, la mejora en los sistemas de registros internos, se pone en marcha un sistema de actividades con las empresas clientes (SRA), facilitando el ingreso de información, por parte de las oficinas comerciales en el exterior, contribuyendo además a tener un mejor seguimiento del accionar de las oficinas comerciales, en estas materias. La medición del indicador considera la nueva definición de contactos comerciales generados. Cabe señalar, que es un indicador nuevo no tenía de referencia real del período anterior.
- 5.-Para el año 2008 se comprometió mantener una meta anual del 60% en el cofinanciamiento privado a las acciones de promoción comercial. Sin embargo, superar ésta meta implica considerar factores que no necesariamente dependen de la institución, como por ejemplo, las acciones de promoción comercial que se realizan, a través del Fondo de Promoción de Exportaciones Agrícolas, con la Agricultura Campesina, sector en el cual la mayoría de las empresas cofinancian un porcentaje menor.
- 6.-Para el año 2008 se comprometió una meta anual del 90%. Al respecto, es necesario tener presente que el cumplimiento de los compromisos derivados de los acuerdos comerciales suscritos por Chile, no depende en su totalidad del actuar de Chile, sino de la disposición de las contrapartes de los distintos acuerdos comerciales en avanzar en el cumplimiento de los distintos compromisos que surgen de la implementación y administración de los acuerdos vigentes. Cabe señalar, que el análisis se realiza en base a los Tratados de Libre Comercio Vigentes al año 2007, como son: EE.UU, Canadá, EFTA, UE, México, Corea, Centroamérica, P-4, China, Mercosur, Japón e India.
- 7.-El sobrecumplimiento de este indicador se debe principalmente a la apertura de códigos arancelarios que realizó, a partir de enero de 2007, el Servicio Nacional de Aduana. Esta apertura generó un aumento de códigos arancelarios provocando un crecimiento importante de las combinaciones mercado\_productos, lo que sumado al aumento significativo de los clientes Prochile durante el año 2007, ha generado un aumento considerable del número de nuevas combinaciones, situación que debería regularse para el año 2008 respecto 2007, a menos que se produzca una nueva apertura de códigos arancelarios, un aumento excesivo de los clientes ProChile o el efecto de variables exógenas, como tipo de cambio, comportamiento de los mercados externos, condiciones climáticas, etc.