

FORMULARIO INDICADORES DE DESEMPEÑO AÑO 2011

MINISTERIO	MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES	PARTIDA	06
SERVICIO	DIRECCION GENERAL DE RELACIONES ECONOMICAS INTERNACIONALES	CAPÍTULO	02

Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Formula de Cálculo	Efectivo 2007	Efectivo 2008	Efectivo 2009	Efectivo a Junio 2010	Estimación 2012	Meta 2011	Ponderación	Medios de Verificación	Supuestos	Notas
<ul style="list-style-type: none"> •Información comercial (Generación y Difusión) •Capacitación y asesorías para el desarrollo de capacidades exportadoras •Acciones de promoción para la introducción, penetración y consolidación de mercados 	<p><u>Eficacia/Resultado Intermedio</u></p> <p>1 Participación de nuevos clientes año t sobre los clientes totales año t</p> <p><small>Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: SI</small></p>	(Número de nuevos clientes año t/Número total de clientes año t)*100	N.M.	37 % (2169/5804)*100	28 % (1786/6368)*100	18 % (1362/7383)*100	28 % (1961/7005)*100	28 % (2621/9360)*100	20%	Reportes/Informes Reporte en base a sistemas de información DIRECON	1	1
<ul style="list-style-type: none"> •Capacitación y asesorías para el desarrollo de capacidades exportadoras •Acciones de promoción para la introducción, penetración y consolidación de mercados 	<p><u>Eficacia/Resultado Final</u></p> <p>2 Participación de los nuevos productos exportados a cada país año t por clientes año t-1 sobre el total de productos exportados a cada país año t por clientes año t-1</p> <p><small>Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: NO</small></p>	(número de nuevos producto - país exportados año t por clientes año t-1/número total de producto - país exportados año t por clientes año t-1)*100	N.M.	31 % (5842/18661)*100	30 % (6042/20022)*100	20 % (3175/16077)*100	30 % (6267/21213)*100	28 % (7115/25410)*100	20%	Formularios/Fichas Reporte en base a sistemas de información DIRECON	2	2
<ul style="list-style-type: none"> •Información comercial (Generación y Difusión) 	<p><u>Eficacia/Resultado Intermedio</u></p>	(N° Clientes ProChile que	0 %	N.M.	N.M.	38 % (2013/5274	0 %	39 % (2800/709	20%	Reportes/Informes	3	3

<p>●Acciones de promoción para la introducción, penetración y consolidación de mercados</p>	<p>3 Participación de Clientes exportadores ProChile año t sobre el total de exportadores nacionales año t</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: SI</p>	<p>exportan en el año t/Nº exportadores nacionales en el año t)*100</p>)*100		5)*100		Reporte en base a sistemas de información DIRECON		
<p>●Acuerdos Económicos Internacionales</p>	<p><u>Eficacia/Producto</u></p> <p>4 Participación de productos con arancel 0 año t, con respecto al total de productos negociados en los acuerdos económicos internacionales suscritos por Chile</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: NO</p>	<p>(Número de productos con arancel 0 año t/Número total de productos negociados en los acuerdos económicos internacionales suscritos por Chile)*100</p>	N.M.	N.M.	N.M.	N.C.	90 % (155871/173520)*100	90 % (190359/211495)*100	20%	Reportes/Informes Reporte en base a sistemas de información DIRECON	4	4
<p>●Acuerdos Económicos Internacionales</p>	<p><u>Eficacia/Resultado Final</u></p> <p>5 Porcentaje anual de exportaciones hacia los países con los que Chile tiene Acuerdos Comerciales vigentes año t sobre el total de exportaciones chilenas año t</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: NO</p>	<p>(Monto de exportaciones a países con acuerdos económicos vigentes año t /Monto total de exportaciones de Chile año t)*100</p>	0 %	N.M.	N.M.	91 % (29319/32131)*100	0 %	92 % (59000/64261)*100	10%	Reportes/Informes Reportes del Departamento de Estudios de Direcon	5	5
<p>●Capacitación y asesorías para el desarrollo de capacidades exportadoras</p> <p>●Acciones de promoción para la introducción, penetración y consolidación de</p>	<p><u>Eficiencia/Producto</u></p> <p>6 Porcentaje de recursos para acciones de promoción comercial provenientes de privados año t respecto del total de recursos para acciones de promoción comercial año t</p>	<p>(Monto total de recursos para acciones de promoción comercial provenientes de privados año t/Monto total de recursos para</p>	60 % (15692579/26139309)*100	61 % (21046309/34469178)*100	56 % (15763084/28126123)*100	57 % (20121197/35294587)*100	56 % (20487091/36584091)*100	56 % (20121197/36121197)*100	10%	Reportes/Informes Reporte en base a sistemas de información DIRECON	6	6

Servicio que afecten la disponibilidad de recursos para cofinanciar actividades planificadas de promoción con clientes. 3) Cambios en las Prioridades Gubernamentales que afecten las definiciones estratégicas institucionales.

2 1) Cambios en la demanda internacional, en las condiciones productivas y competitivas de las empresas chilenas, que afectan la potencialidad de negocios en el exterior y se traducen en desincentivos para la ejecución de actividades de promoción con empresas, impactando así el n° de clientes institucionales. Entre dichos cambios están los climáticos, desastres naturales, n° competidores en mercados externos, barreras para-arancelarias, tipo de cambio y cambio de condiciones macroeconómicas y/o políticas de los mercados externos. 2) No entrega por parte de Aduanas del RUT de personas naturales exportadoras, imposibilitando la identificación de clientes y exportadores. 3) Rebaja presupuestaria al Servicio que afecten la disponibilidad de recursos para cofinanciar actividades planificadas de promoción con clientes.

3 1) Cambios en la demanda internacional, en las condiciones productivas y competitivas de las empresas chilenas, que afectan la potencialidad de negocios en el exterior y se traducen en desincentivos para la ejecución de actividades de promoción con empresas, impactando así el n° de clientes institucionales. Entre dichos cambios están los climáticos, desastres naturales, n° competidores en mercados externos, barreras para-arancelarias, tipo de cambio y cambio de condiciones macroeconómicas y/o políticas de los mercados externos. 2) No entrega por parte de Aduanas del RUT de personas naturales exportadoras, imposibilitando la identificación de clientes y exportadores. 3) Rebaja presupuestaria al Servicio que afecten la disponibilidad de recursos para cofinanciar actividades planificadas de promoción con clientes.

4 En el cumplimiento de la meta se consideró que estarán tramitados y vigentes los acuerdos con Guatemala y Turquía. Además, podría sumarse otros (Malasia)

5 Los acuerdos económicos internacionales son una de las variables del nivel de exportación. Por lo anterior, entre otros factores externos que pueden afectar el cumplimiento de la meta se puede señalar: cambios en las condiciones productivas y competitivas de las empresas nacionales, tipo de cambio, comportamiento de la demanda externa, cambios climáticos, desastres naturales, condiciones macroeconómicas del país y del exterior, aumento de barreras para arancelarias, cambio en las políticas de comercio exterior y/o interés exportador en los países de destino.

6 1) Cambios en la demanda internacional, en las condiciones productivas y competitivas de las empresas chilenas, que afectan la potencialidad de negocios en el exterior y se traducen en desincentivos para la ejecución de actividades de promoción con empresas, impactando así el n° de clientes institucionales. Entre dichos cambios están los climáticos, desastres naturales, n° competidores en mercados externos, barreras para-arancelarias, tipo de cambio y cambio de condiciones macroeconómicas y/o políticas de los mercados externos. 2) Rebaja presupuestaria al Servicio que afecten la disponibilidad de recursos para cofinanciar actividades planificadas de promoción con clientes. 3) Cambios en la Política de cofinanciamiento del Fondo de Promoción de Exportaciones Silvoagropecuarias, definida por el Ministerio de Agricultura.