

FORMULACIÓN DEL PROGRAMA DE MEJORAMIENTO DE LA GESTIÓN AÑO 2015

I. IDENTIFICACIÓN

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

II. FORMULACIÓN PMG

Marco	Área de Mejoramiento	Sistemas	Objetivos de Gestión	Prioridad	Ponderador
			Etapas de Desarrollo o Estados de Avance		
			I		
Marco Básico	Planificación y Control de Gestión	Sistema de Monitoreo del Desempeño Institucional	O	Alta	100.00%

III. SISTEMAS EXIMIDOS/MODIFICACIÓN DE CONTENIDO DE ETAPA

Marco	Área de Mejoramiento	Sistemas	Tipo	Etapa	Justificación/ Modificación contenido etapa
-------	----------------------	----------	------	-------	---

IV. INDICADORES DE DESEMPEÑO

1. Indicadores de desempeño de los productos estratégicos (bienes y/o servicios). Ponderación objetivo 1: 85.00%

Nº	Indicador	Formula	Meta	Prioridad	Ponderador	Nota
1	Porcentaje de participación de clientes exportadores ProChile año t sobre el total de exportadores nacionales año t	$(N^{\circ} \text{ Clientes ProChile que exportan en el año } t / N^{\circ} \text{ exportadores nacionales en el año } t) * 100$	24 %	Alta	15.00	1
2	Porcentaje de productos con arancel 0 año t, con respecto al total de productos negociados en los acuerdos económicos internacionales suscritos por Chile	$(\text{Número de productos con arancel 0 año } t / \text{Número total de productos negociados en los acuerdos económicos internacionales suscritos por Chile}) * 100$	94.54 %	Mediana	15.00	2
3	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	$(\text{Monto de exportaciones a países con acuerdos económicos vigentes año } t / \text{Monto total de exportaciones de Chile año } t) * 100$	95.31 %	Alta	15.00	3
4	Porcentaje de clientes de ProChile satisfechos en el año t respecto del total de clientes de ProChile encuestados en el año t	$(N^{\circ} \text{ de clientes encuestados en el año } t \text{ que se manifiestan satisfechos con el servicio recibido por ProChile en el año } t / N^{\circ} \text{ total de clientes encuestados en el año } t \text{ que reciben el servicio de ProChile en el año } t) * 100$	80 %	Mediana	15.00	4

5	Porcentaje de participación del PIB de países con los que Chile tiene acuerdos económicos internacionales en el PIB mundial	(PIB en miles de millones de US\$ de países con los que Chile tiene acuerdos económicos internacionales año t/PIB mundial en miles de millones de US\$ año t)*100	87.58 %	Mediana	10.00	5
6	Porcentaje de participación de clientes del sector servicios año t sobre el total de clientes de ProChile año t	(N° clientes sector servicios año t/N° total de clientes de ProChile año t)*100	10 %	Mediana	10.00	6
7	Número de empresas pymes exportadoras que ingresan al proceso exportador respecto del año 2012	((Número de empresas pymes exportadoras que ingresaron al proceso exportador en el año t/Número de empresas pymes exportadoras que ingresaron al proceso exportador año 2012)-1)*100	13.6 %	Menor	5.00	7

- 1 ProChile entiende por Cliente a: toda persona jurídica y natural (con iniciación de actividades y afecta a impuesto de primera categoría), vinculadas a las exportaciones de productos y/o servicios, o que tengan la intención de exportar productos y/o servicios, y que hayan utilizado un servicio o instrumento de promoción de exportaciones, prestado por cualquier unidad de ProChile. El indicador mide la gestión realizada por ProChile, a través de la cobertura que se alcanza respecto de la base nacional de empresas exportadoras. Lo anterior, mediante el apoyo con acciones de promoción de exportaciones y la entrega de información comercial con valor agregado, que permite a las empresas exportadoras mantenerse en los mercados o bien identificar nuevas oportunidades tanto de mercados como de productos.
- 2 Arancel 0 corresponde a la rebaja de impuesto de internación de los productos chilenos en los mercados de los países con los que se ha negociado tratados de libre comercio o similar. Por lo tanto, el indicador mide el total de productos chilenos que ingresan con rebaja total de impuestos de internación, en los mercados de los países con los que ha negociado tratados de libre comercio o similar. Se entenderá como producto: ítem arancelario del sistema armonizado del país socio. Se entenderá por Tratados de Libre Comercio o similares suscritos por Chile, aquellos que ya están en vigencia. La puesta en vigencia luego de concluida la negociación, depende de otras instituciones públicas chilenas y además de los procesos internos de la contraparte.
- 3 Considera el total de acuerdos económicos internacionales suscritos por Chile y vigentes a julio de 2014 con 62 países: Bolivia, Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú, México, Mercosur (Argentina, Brasil, Uruguay, Paraguay), Centroamérica (Costa Rica, El Salvador, Honduras, Guatemala y Nicaragua), Canadá, EE.UU., UE.(Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Croacia, Chipre, Eslovenia, España, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Malta, Portugal, R. Eslovaca, Rumania, Dinamarca, Estonia, Hungría, Inglaterra, Letonia, Lituania, Polonia, R. Checa, Suecia), EFTA (Islandia, Liechtenstein, Noruega, Suiza), R.P. China, Corea, P-4 (Brunei, N. Zelandia, Singapur), India, Japón, Panamá, Cuba, Australia, Turquía, Malasia y Vietnam. Para el año 2014 considera el total de acuerdos económicos internacionales suscritos por Chile vigentes con 64 países (incluyendo a Hong-Kong y Tailandia). Para 2015 considera el total de acuerdos económicos internacionales suscritos por Chile vigentes con 65 países (incluyendo a Indonesia). En la medida en que entren en vigencia nuevos acuerdos económicos internacionales, éstos serán considerados en el cálculo del indicador.
Las exportaciones se miden en dólares de Estados Unidos corrientes, en valor FOB, que significa que no incluye seguros ni fletes.
La fuente de información es Reportes del Departamento de Estudios de DIRECON.
- 4 Respecto de la metodología, se espera utilizar técnicas de análisis multivariado (Análisis Factorial y Análisis de Cluster), estadísticos del tipo media y desviación estándar. El método de levantamiento de información se recomendará por encuestas telefónicas. La estructura de la encuesta estará conformada por preguntas descriptivas, abiertas y preguntas de selección. El instrumento (encuesta final) será definido, modificado, depurado y validado en conjunto al equipo directivo de ProChile. En función de la población de clientes entregada por ProChile, y utilizando la técnica de muestreo aleatorio simple con máxima varianza, se definirá una muestra para los clientes que corresponderá a un error muestral del 5%. El total de la muestra dependerá de la calidad de la información que se construya, específicamente teléfonos de cada contacto a identificar. La encuesta usará una escala de 1 a 7, que permite interpretar los resultados directamente sin necesidad de extrapolar o transformar escalas, por lo tanto es funcional y directa. Usando esta escala, se define que toda percepción \geq a 5.0 será considerada satisfactoria
Se medirá el nivel de satisfacción de los clientes de ProChile respecto del servicio recibido.
- 5 El indicador mide el incremento de esta participación, dada por la sumatoria del PIB sólo de aquellos nuevos países con los cuales Chile suscriba acuerdos y entren en vigencia internacional durante el año 2014 y durante el año 2015. Valores definitivos del PIB se obtienen en abril del año siguiente.
En el cumplimiento de la meta se consideran sólo aquellos acuerdos que entren en vigencia internacional durante el año. Lo anterior, en atención a que después de concluidas las negociaciones y firmado un acuerdo, los trámites y plazos para su entrada en vigencia nacional depende de otros organismos públicos y, la puesta en vigencia internacional se debe coordinar con el país contraparte.
La fuente de información es Informe del Depto. Estudios de DIRECON, en base a información del FMI, CEPAL y Banco Mundial.

6 El indicador medirá la gestión realizada por ProChile a través de la inclusión de empresas de servicios en el trabajo de internacionalización, acciones de promoción y formación exportadora que realiza esta institución. El sector servicios comprende a los subsectores de transporte; turismo; servicios no tradicionales, tales como: Industrias Creativas (videojuegos, audiovisual, editorial, narrativa gráfica, diseño, música, artes visuales); Servicios Profesionales (ingeniería, arquitectura, construcción, franquicias, consultorías y asesorías, servicios de mantenimiento y reparación, servicios legales, servicios de contabilidad y auditoría, y otros servicios empresariales); Servicios de Ciencia, Tecnología y Educación entre los que se contemplan, tecnologías de la información, biotecnología y servicios educacionales; servicios financieros, seguros y pensiones; entre otros.

7 El indicador permitirá medir la gestión que se realizará a través del apoyo público para que las empresas pymes se incorporen al proceso exportador. Para determinar el tamaño de una empresa, el Servicio utiliza la clasificación que entrega la Ley N° 20.416 que fija normas especiales para las empresas de menor tamaño del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción. En el artículo segundo de la citada ley se establece: ?se entenderá por empresas de menor tamaño las microempresas, pequeñas empresas y medianas empresas. Son microempresas aquellas empresas cuyos ingresos anuales por ventas y servicios y otras actividades del giro no hayan superado las 2.400 unidades de fomento en el último año calendario; pequeñas empresas, aquellas cuyos ingresos anuales por ventas, servicios y otras actividades del giro sean superiores a 2.400 unidades de fomento y no exceden de 25.000 unidades de fomento en el último año calendario, y medianas empresas, aquellas cuyos ingresos anuales por ventas, servicios y otras actividades del giro sean superiores a 25.000 unidades de fomento y no exceden las 100.000 unidades de fomento en el último año calendario?. Para determinar el tamaño de una empresa, el Servicio solicita anualmente al SII información del tramo de ingresos anuales por ventas, servicios y otras actividades del giro de una empresa que permite clasificar de acuerdo a lo que establece la Ley de Empresas de Menor Tamaño, es decir en micro, pequeña y mediana empresa. Respecto de la condición de empresa exportadora, el Servicios recibe información de diversas fuentes, entre ellas: Cámara de Comercio de Servicios, Servicio Nacional de Aduana, Banco Central de Chile. Se entenderá ?que ingresan al proceso exportador? a aquellas empresas que comienzan a exportar.

2. Indicadores de desempeño transversales (Objetivo 2). Ponderación Objetivo 2: 15.00%

N°	Indicador
1	Tasa de siniestralidad por incapacidades temporales en el año t
2	Tasa de accidentabilidad por accidentes del trabajo en el año t
3	Porcentaje de trámites digitalizados respecto del total de trámites identificados en el catastro de trámites del año 2014
4	Porcentaje de medidas para la igualdad de género del Programa de Trabajo implementadas en el año t
5	Porcentaje de solicitudes de acceso a la información pública respondidas en un plazo menor o igual a 15 días hábiles en el año t
6	Porcentaje de licitaciones sin oferente en el año t
7	Porcentaje de actividades de capacitación con compromiso de evaluación de transferencia en el puesto de trabajo realizadas en el año t
8	Porcentaje de compromisos del Plan de Seguimiento de Auditorías implementados en el año t
9	Porcentaje de controles de seguridad de la información implementados respecto del total definido en la Norma NCh-ISO 27001 en el año t
10	Porcentaje de iniciativas para la descentralización del Plan de Descentralización implementadas en el año t

3. Indicadores de desempeño transversales (Objetivo 3). Ponderación Objetivo 3: 0.00%

N°	Indicador	Meta	Prioridad	Ponderador
----	-----------	------	-----------	------------