



**REPORTE MONITOREO DE PROGRAMAS E INICIATIVAS PROGRAMÁTICAS**

**EJECUCIÓN AÑO 2016**

**DIRECCIÓN GENERAL DE RELACIONES ECONÓMICAS  
INTERNACIONALES MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES**

**DEPARTAMENTO DE ASISTENCIA TÉCNICA**

**DIVISIÓN DE CONTROL DE GESTIÓN PÚBLICA**

**DIPRES**

**2017**

## Introducción

El presente reporte contiene los resultados del proceso de Monitoreo de los Programas e Iniciativas Programáticas de la Dirección General de Relaciones Económicas (DIRECON), correspondientes al ejercicio fiscal 2016. Dicha información, provista por el Servicio a través de la plataforma web de DIPRES, ha sido sistematizada por la División de Control de la Gestión Pública en un formato estándar.

Cabe señalar que a partir del año 2013, DIPRES da inicio al proceso de Monitoreo de Programas e Iniciativas, luego de contar con una base de datos relevante de programas e iniciativas con sus respectivos diseños. Dicha data, se generó gradualmente gracias a los procesos de Evaluación Ex Ante (iniciado en 2008) y de Presentación de Programas al Presupuesto (Formulario Estándar (FE) iniciado en 2001), los cuales permitieron agregar para cada programa e iniciativa, antecedentes tales como: objetivos (propósito y fin), indicadores de resultados (a nivel de producto y variable de resultados), bienes y servicios provistos (componentes), población a la que se dirige (beneficiarios), estimaciones de gasto y gasto efectivo, entre otros antecedentes.

Las fichas de monitoreo consideran, en general, información de los últimos tres años (2014, 2015 y 2016). Sin embargo, y debido principalmente a que el monitoreo de programas e iniciativas es un proceso relativamente nuevo e incremental en su cobertura, hay programas e iniciativas para los que no se cuenta con información para los tres períodos.

Asimismo, cabe señalar que los programas e iniciativas programáticas monitoreadas, no corresponden necesariamente a la totalidad de las ejecutadas por el Servicio durante el año 2016, ello debido a que identificar y dar estructura programática a las diversas actividades que la institución ejecuta, es un proceso permanente y dinámico, que incluso se actualiza cada año durante la formulación del presupuesto. En el presente documento, se publican los resultados del proceso de monitoreo para cinco programas y/o iniciativas programáticas.

Al final del presente informe se adjunta un glosario con las definiciones conceptuales y operativas que ayudan a comprender los contenidos del mismo.

## Índice de Programas e Iniciativas Monitoreadas

Imagen de Chile .....	3
Marcas Sectoriales .....	6
Promoción de Exportaciones .....	8
Pyme Exporta .....	11
Certificación de Origen .....	14
Glosario de Términos .....	16

## Imagen de Chile

### DIRECCIÓN GENERAL DE RELACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES

#### DESCRIPCIÓN

---

Este programa se inició el año 2009 y forma parte del conjunto de programas e iniciativas que aborda los problemas de posicionamiento económico-comercial de Chile en el exterior, teniendo como objetivo coordinar y sistematizar los esfuerzos para promover la imagen de Chile en el extranjero, contribuyendo al fortalecimiento de la posición competitiva de Chile en el mundo. Para ello, el programa realiza campañas publicitarias, publicaciones, asesorías a sus socios estratégicos y capacitación a agentes vinculados con la promoción de Chile.

#### MONITOREO 2015-2016<sup>1</sup>

---

##### I. Ejecución Presupuestaria<sup>2</sup>

Porcentaje de ejecución respecto a	2015	2016
Presupuesto inicial	100%	100%
Presupuesto final	100%	100%

---

<sup>1</sup> Dado el diseño y naturaleza de este programa, la población objetivo no puede ser cuantificada previamente.

<sup>2</sup> El programa recibió recursos adicionales a los recursos asignados en la Ley de Presupuestos 2016, de parte del Proyecto IFI Biotec apoyado por la CORFO.

## II. Nivel de producción

Componente	Unidad de medida	Producción (Unidad)	
		2015	2016
Asesorías, capacitación y coordinación de comunicación estratégica producidas por el programa para promover a Chile en el exterior	Cantidad eventos (instituciones) alineados: Planes colaborativos anuales (PAC)	22	26
Contenidos, campañas y eventos, para la promoción de Chile en el exterior, producidos financiados y/o auspiciados por el programa	Cantidad de personas campañas publicitarias (Chile+país/ciudad/estado prioritario). Con viralización y TVpaga.	115.631.827	1.429.595
Gestión de red de destacados chilenos y amigos de Chile en el extranjero (ChileGlobal)	Cantidad de miembros en la red ChileGlobal	1.145	1.189
Publicaciones para la promoción de Chile en exterior, producidas y/o gestionadas por el programa	Cantidad seguidores plataforma digital (sitio + redes sociales)	376.816	10.020.424

## III. Resultados

Indicador de Propósito	Fórmula de cálculo	2015	2016
Porcentaje de evaluaciones positivas en encuestas de satisfacción a agentes receptores del programa. Encuesta de percepción de calidad de las acciones en que participa la Fundación y que tienen impacto en el posicionamiento de la imagen de Chile	$\left( \frac{\text{N}^\circ \text{ de respuestas positivas de instituciones coordinadas encuestadas}}{\text{Total de respuestas de instituciones coordinadas encuestadas}} \right) * 100$	Sin información	63% <sup>3</sup>

<sup>3</sup> Encuesta realizada a 145 stakeholders, contrapartes públicas y privadas en Chile con quienes el programa coordina sus actividades (ejemplo ProChile, InvestChile, TurismoChile, WinesofChile, Asoex, Sofofa, Sochias, etc). El Servicio señala que si bien, los receptores finales de los componentes son en su mayoría internacionales, la encuesta de evaluación se aplicó sólo a las contrapartes locales.

Otros indicadores	Fórmula de cálculo	2015	2016
Porcentaje de aumento alianzas <sup>4</sup>	$(\text{N}^\circ \text{ de alianzas firmadas en año t} / \text{N}^\circ \text{ de alianzas firmadas en año t-1}) * 100$	No aplica <sup>5</sup>	64%
Cambio porcentual de seguidores en las comunidades virtuales de Twitter administradas por Imagen de Chile: @MarcaChile, @ThisisChile y @Chile_Global	$((\text{N}^\circ \text{ de seguidores de twitter del año t} / \text{N}^\circ \text{ de seguidores de twitter del año t-1}) - 1) * 100$	127%	40%
Cambio porcentual en la cantidad de artículos publicados en el mundo por gestión de la FICH <sup>6</sup>	$[(\text{N}^\circ \text{ de artículos publicados en el mundo por gestión de la FICH el año t} / \text{N}^\circ \text{ de artículos publicados en el mundo por gestión de la FICH año t-1}) - 1] * 100$	267%	-64% <sup>7</sup>
Cambio porcentual de seguidores en las comunidades virtuales de Facebook administradas por Imagen de Chile: MarcaChile y Chile_Global	$((\text{N}^\circ \text{ de fans de facebook para el año t} / \text{N}^\circ \text{ de fans de facebook para el año t-1}) - 1) * 100$	No aplica <sup>8</sup>	30%

<sup>4</sup> Las alianzas estratégicas tienen como objetivo alinear el mensaje en torno a Chile, consensuando relatos y potenciando acciones de actores claves en la construcción de imagen y marca. El año 2016 se firmaron 14 alianzas con empresas de distintos sectores: Sector Vinos (Emiliana y Viña Undurraga), Sector Alimentos (Subsecretaría de Agricultura, Espacio Food & Service, INACAP), Sector Turismo (ACHET, FEDETUR), Sector Minería (Fisa, Ministerio de Minería), Sector Empresas Creativas (DIBAM), Transversales (ASEXMA, CNC, CCS y SOFOFA).

<sup>5</sup> Este indicador se incorporó en el año 2016.

<sup>6</sup> FICH: Fundación Imagen de Chile.

<sup>7</sup> El Servicio señala que si bien las publicaciones en 2016 (1.781) disminuyeron respecto de 2015 (4.984), éstas fueron de mayor impacto y visibilidad, incrementando el número de seguidores en los distintos canales digitales de Imagen de Chile.

<sup>8</sup> Este indicador se incorporó en el año 2016.

## Marcas Sectoriales

### DIRECCIÓN GENERAL DE RELACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES

#### DESCRIPCIÓN

Este programa se inició el año 2008 y forma parte del conjunto de programas e iniciativas que aborda los problemas de posicionamiento económico-comercial de Chile en el exterior, teniendo como objetivo posicionar a los sectores exportadores chilenos, reforzando los atributos de la imagen de Chile en el exterior, mediante la creación e implementación de una marca sectorial que sea representativa del sector productivo (por ejemplo: Pisco Chile, Salmón de Chile o Fruits from Chile). Para ello, el programa a través de un fondo concursable que permanece abierto durante todo el año, cofinancia proyectos, entregando asesorías técnicas y de gestión durante toda su ejecución.

#### MONITOREO 2014-2016

##### I. Población y Gasto

La población objetivo identificada corresponde a 4.400 empresas exportadoras no silvoagropecuarias (con exportaciones sobre los US\$10.000, a nov. 2014, de acuerdo a la información de Inteligencia Comercial) o con potencial exportador, organizadas sectorialmente en asociaciones gremiales, corporaciones, fundaciones, federaciones y confederaciones; grupos de 5 o más empresas representativas del sector; grupos de 5 o más universidades.

	Unidad de medida	2014	2015	2016
<b>Población beneficiada</b>	Empresas	808	758	1.278
<b>Gasto por beneficiario</b>	Miles \$2017	2.123	1.968	1.396

##### II. Ejecución Presupuestaria

Porcentaje de ejecución respecto a	2014	2015	2016
<b>Presupuesto inicial</b>	96%	84%	100%
<b>Presupuesto final</b>	99%	86%	100%

##### III. Nivel de producción

Componente	Unidad de medida	Producción (Unidad)		
		2014	2015	2016
Marcas sectoriales asociadas a la imagen de Chile	Proyectos de marcas sectoriales	13	6	12

### Etapas del proceso de producción

Componente	Etapa	2014 <sup>9</sup>	2015	2016
Marcas sectoriales asociadas a la imagen de Chile	Proyectos postulados	No aplica	4	7
	Proyectos adjudicados	No aplica	4	6
	Proyectos con cuotas pagadas (nuevos y arrastre)	No aplica	6	10
	Proyectos en ejecución (nuevos y arrastre)	No aplica	9	12
	Proyectos finalizados	No aplica	4	4
	Proyectos formalizados <sup>10</sup>	No aplica	No aplica <sup>11</sup>	7

## IV. Resultados

Indicador de Propósito	Fórmula de cálculo	2014	2015	2016
Porcentaje de recursos privados de los proyectos en ejecución en t, destinados a acciones de posicionamiento de marca sectorial respecto del costo total de recursos de proyectos en ejecución en t para acciones de posicionamiento de marca sectorial	(Monto total de recursos para acciones de posicionamiento de marca sectorial provenientes de privados /Costo total para acciones de posicionamiento de marca sectorial ) *100	45%	47%	46%

<sup>9</sup> La información de las etapas del proceso de producción no fue solicitada en el monitoreo del año 2014.

<sup>10</sup> Son aquellos proyectos adjudicados (seleccionados), que terminaron sus procesos administrativos y firmaron convenio.

<sup>11</sup> La información de esta etapa del proceso de producción no fue solicitada en el monitoreo del año 2015.



## Promoción de Exportaciones

### DIRECCIÓN GENERAL DE RELACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES

#### DESCRIPCIÓN

Este programa, forma parte del conjunto de programas e iniciativas que aborda los problemas de posicionamiento económico-comercial de Chile en el exterior, teniendo como objetivo que las empresas beneficiarias del programa que no exportan comiencen a exportar y las empresas que ya exportan se mantengan en esa condición y/o diversifiquen sus productos/servicios o mercados de destino. Para ello, el programa cofinancia la participación en ferias internacionales, ejecuta fondos concursables para proyectos, realiza capacitaciones para el desarrollo de capacidades exportadoras y entrega información de comercio exterior para ayudar a las empresas a enfrentar los mercados en los que quiere internacionalizarse.

El programa se reformuló el año 2016, presentándose al proceso de evaluación Ex Ante de diseño de DIPRES, evaluándose su diseño con la calificación de "Recomendado Favorablemente". El año 2015, el programa fue evaluado Ex Post en la línea Evaluación de Programas Gubernamentales (EPG), calificándose con "Desempeño Suficiente". A diciembre de 2016, el programa ha cumplido el 100% de los compromisos surgidos de dicha evaluación.

#### MONITOREO 2015-2016

##### I. Población y Gasto

La población objetivo identificada corresponde a 14.851 empresas que pertenezcan a los sectores foco de ProChile: agroalimentos, industrias y servicios y empresas que manifiesten interés de trabajar con ProChile.

	Unidad de medida	2015	2016
<b>Población beneficiada</b>	Empresas	3.496	5.956
<b>Gasto por beneficiario</b>	Miles \$2017	3.775	2.312

## II. Ejecución Presupuestaria<sup>12</sup>

Porcentaje de ejecución respecto a	2015	2016
Presupuesto inicial	94%	91%
Presupuesto final	93%	94%

## III. Nivel de producción

Componente	Unidad de medida	Producción (Unidad)	
		2015	2016
Acciones de promoción para la introducción, penetración y consolidación de mercados	Empresas participantes en acciones de promoción	1.440	1.427
Capacitación para el desarrollo de capacidades exportadoras	Empresas capacitadas	1.504	1.175
Generación y difusión de información de comercio exterior	Informes de comercio exterior generados y difundidos	1.636	3.363

### Etapas del proceso de producción

Componente	Etapa	2015	2016
Acciones de promoción para la introducción, penetración y consolidación de mercados	Empresas postulantes	Sin información	Sin información
	Empresas admisibles	Sin información	Sin información
	Empresas seleccionadas	1.440	1.427
Capacitación para el	Empresas postulantes	Sin información	Sin información

<sup>12</sup> El programa recibió recursos adicionales a los recursos asignados en la Ley de Presupuestos 2016, de parte del Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR), Corporación Nacional de Desarrollo Indígena (CONADI) y cuotas de participación en ferias internacionales.

desarrollo de capacidades exportadoras	Empresas admisibles	Sin información	Sin información
	Empresas seleccionadas	Sin información	Sin información
	Empresas con capacitación realizada	1.504	1.175
	Empresas desertoras	Sin información	Sin información
Generación y difusión de información de comercio exterior	Empresas que reciben informes de comercio exterior	1.636	3.363

#### IV. Resultados

Indicador de Propósito	Fórmula de cálculo	2015	2016
Porcentaje de empresas atendidas por el programa que comienzan a exportar o diversifican mercado o producto/servicio	$(\text{N}^\circ \text{ de empresas atendidas por el programa entre } t-3 \text{ y } t, \text{ que comienzan a exportar o diversifican mercado o producto/servicio entre } t-3 \text{ y } t / \text{N}^\circ \text{ de empresas atendidas por el programa entre } t-3 \text{ y } t) * 100$	Sin información	35%

Otros indicadores	Fórmula de cálculo	2015	2016
Porcentaje de empresas atendidas por el programa que exportan	$(\text{N}^\circ \text{ de empresas atendidas por el Programa en el año } t, \text{ que exportan}^{13} \text{ en el año } t / \text{N}^\circ \text{ de empresas atendidas por el programa en el año } t) * 100$	30%	36%
Porcentaje de empresas atendidas por el programa que comienzan a exportar	$(\text{N}^\circ \text{ de empresas atendidas por el Programa en el año } t, \text{ que comienzan a exportar en el año } t / \text{N}^\circ \text{ de empresas atendidas por el programa en el año } t) * 100$	3%	2%

<sup>13</sup> Se refiere a las empresas que exportaron durante 2016, independientemente de si exportaron o no en años anteriores.

## Pyme Exporta

### DIRECCIÓN GENERAL DE RELACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES

#### DESCRIPCIÓN

Este programa, forma parte del conjunto de programas e iniciativas que aborda los problemas de posicionamiento económico-comercial de Chile en el exterior, teniendo como objetivo que las pymes y empresas con potencial exportador<sup>14</sup>, incluidas las empresas micro, de los sectores de industria manufacturera, servicios y productos del mar, exporten. Para ello, el programa entrega asesorías especializadas a las empresas para que determinen su potencial exportador; capacitaciones para desarrollar planes de negocio y poder internacionalizarse; y desarrolla diversas acciones de promoción tales como misiones comerciales, visitas a ferias internacionales y plataformas digitales de comercio (e-commerce).

El programa se inició el año 2015, presentándose al proceso de evaluación Ex Ante de diseño de DIPRES de ese mismo año, evaluándose su diseño con la calificación de "Recomendado Favorablemente".

#### MONITOREO 2016

##### I. Población y Gasto

La población objetivo identificada corresponde a 4.400 empresas pymes y empresas con potencial exportador de los sectores industria manufacturera, servicios y productos del mar.

	Unidad de medida	2016
<b>Población beneficiada</b>	Empresas	1.405
<b>Gasto por beneficiario</b>	Miles \$2017	1.078

##### II. Ejecución Presupuestaria<sup>15</sup>

Porcentaje de ejecución respecto a	2016
<b>Presupuesto inicial</b>	71%
<b>Presupuesto final</b>	93%

<sup>14</sup> Las empresa Pyme y empresa con potencial exportador corresponden a empresas cuyos ingresos anuales por ventas y servicios y otras actividades del giro sean superiores a 0 UF hasta 100.000 UF.

<sup>15</sup> El programa recibió recursos adicionales a los asignados en la Ley de Presupuestos 2016 correspondientes a cuotas de participación en actividades, y a recursos recibidos del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes para participar en 6 Ferias Internacionales del Libro.

### III. Nivel de producción

Componente	Unidad de medida	Producción (Unidad) 2016
Acciones de promoción de exportaciones	Empresas participantes en acciones de promoción organizadas por el programa	502
Asesoría especializada	Empresas que recibieron apoyo o asesoría del programa	1.230
Plataformas digitales de comercio "e-commerce"	Empresas beneficiadas de los servicios del componente	51

#### Etapas del proceso de producción

Componente	Etapas	2016
Acciones de promoción de exportaciones	N° de actividades	93
Asesoría especializada	N° de actividades	1.968 <sup>16</sup>

<sup>16</sup> Corresponden a 9 coachings, 38 talleres, 893 reuniones de orientación, 123 envíos de información de mercado, y 905 test de potencialidad exportadora.

#### IV. Resultados

Indicador de Propósito	Fórmula de cálculo	2016
<p>Porcentaje de micro, pymes y empresas con potencial exportador de los sectores industria manufacturera, servicios y productos del mar clientes ProChile que comienzan a exportar en el período dic t-1 a nov t, respecto del total de micro, pymes y empresas con potencial exportador de los sectores industria manufacturera, servicios y productos del mar que comienzan a exportar en igual período</p>	<p>(N° de micro, pymes y empresas con potencial exportador de los sectores industria manufacturera, servicios y productos del mar, clientes ProChile en el periodo dic t-2 a nov t, que comienzan a exportar<sup>17</sup> en el período dic t-1 a nov t /Total de micro, pymes y emp. con potencial exportador de los sectores industria manufacturera, servicios y productos del mar que comienzan a exportar en el período dic t-1 a nov t)*100</p>	<p>16%</p>

<sup>17</sup> Se trata de aquellas empresas sin exportaciones en 3 últimos años y que exportan en el año que se realiza la medición.

## Certificación de Origen

### DIRECCIÓN GENERAL DE RELACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES

#### DESCRIPCIÓN

Se inició el año 2003 y forma parte del conjunto de programas e iniciativas que aborda los problemas de posicionamiento económico-comercial de Chile en el exterior, teniendo como objetivo emitir certificados de origen para las exportaciones nacionales a los mercados de la Unión Europea, países del EFTA<sup>18</sup> y China. El certificado de origen, una vez emitido por la DIRECON a empresas exportadoras, permite que un exportador pueda acogerse a preferencias arancelarias establecidas en el respectivo acuerdo, siempre y cuando el producto cumpla con las reglas de origen del acuerdo comercial respectivo.

#### MONITOREO 2015-2016

##### I. Población y Gasto

La población objetivo identificada corresponde a 2.876 empresas, cifra correspondiente a todas las empresas exportadoras (personas jurídicas y naturales) que registran exportaciones a los países de la UE, EFTA China.

	Unidad de medida	2015	2016
<b>Población beneficiada</b>	Empresas	1.647	1.676
<b>Gasto por beneficiario</b>	Miles \$2017	502	582

##### II. Ejecución Presupuestaria

Porcentaje de ejecución respecto a	2015	2016
<b>Presupuesto inicial</b>	127%	121%
<b>Presupuesto final</b>	100%	100%

<sup>18</sup> European Free Trade Association

### III. Nivel de producción

Componente	Unidad de medida	Producción (Unidad)	
		2015	2016
Emisión de certificados de origen para países de la Unión Europea, de EFTA y República Popular China	Número de certificados emitidos	97.765	99.993

#### Etapas del proceso de producción

Componente	Etapa	2015	2016
Emisión de certificados de origen para países de la Unión Europea, de EFTA y República Popular China	Certificados requeridos	97.765	103.544
	Certificados emitidos	93.927	99.993
	Certificados rechazados	3.838	3.551

### IV. Resultados

Indicador de Propósito	Fórmula de cálculo	2015	2016
Número de Empresas exportadoras que solicitan y obtienen certificados de origen para los mercados de la UE, EFTA y China en relación al Número total de empresas exportadoras nacionales al mundo	$\left( \frac{\text{N}^\circ \text{ de Empresas exportadoras que solicitan y obtienen certificados de origen para los mercados de la UE, EFTA y China en año } t}{\text{N}^\circ \text{ total de empresas exportadoras nacionales al mundo en año } t} \right) * 100$	21%	21%



## Glosario de Términos

- Calificación de evaluación Ex Post de programas
  - Buen Desempeño: el programa presenta resultados positivos y significativos a nivel intermedio y final, así como también en las dimensiones diseño, gestión y producto.
  - Desempeño Suficiente: el programa tiene resultados positivos que dan cuenta de sus objetivos, sin embargo presenta debilidades en alguna(s) de las dimensiones evaluadas.
  - Desempeño Insuficiente: el programa presenta resultados insuficientes y/o muestra debilidades en las dimensiones evaluadas que no le permiten dar cuenta de sus objetivos.
  - Resultados no Demostrados: la evaluación no entrega información suficiente que permita obtener resultados concluyentes respecto del desempeño del programa.
  
- Calificación evaluación Ex Ante de programas
  - Recomendado Favorablemente (RF): obtuvo categoría “Suficiente” en cada pilar de la evaluación.
  - Objetado Técnicamente (OT): obtuvo categoría “Insuficiente” en al menos un pilar de la evaluación.
  - Falta Información (FI): aquellos programas que no puedan ser evaluados con la información proporcionada.
  
- Componentes: bienes y/o servicios entregados a los beneficiarios directos o indirectos por un programa o iniciativa programática.
  
- Gasto por beneficiario: corresponde al gasto ejecutado por el programa o iniciativa programática en el año respectivo, dividido por el número de beneficiarios efectivos de dicho año. El gasto informado, puede provenir de más de una fuente de financiamiento, tales como: presupuesto asignado directamente al programa (Servicio Público) a través de la Ley de Presupuestos, así como transferencias de otros Servicios Públicos y/o Gobiernos Regionales, entre otros.
  
- Iniciativa programática: conjunto de actividades necesarias, integradas y articuladas para proveer en forma regular ciertos bienes y/o servicios a beneficiarios de la sociedad civil o de otras instituciones del Estado. Dichas iniciativas si bien pueden basar su diseño en una hipótesis de cambio y abordar problemas de carácter público, tienen un alcance (resultado esperado) más acotado que los programas, por lo que no requieren identificar ni medir resultados intermedios y finales. Debido a lo anterior, para algunas iniciativas programáticas no es relevante definir una población objetivo y/o indicadores de resultado intermedio o resultado final.
  
- Indicador de propósito: indicador de desempeño que permite medir el resultado final o efecto en la población afectada por el problema que dio origen al programa.
  
- Nivel de producción: cuantificación de la cantidad de bienes y/o servicios entregados a los beneficiarios del programa o iniciativa programática.
  
- No aplica: cuando no se considera pertinente requerir determinada información (por ejemplo, un componente que no se ejecutó en un año determinado).

- No mide: cuando no es posible cuantificar el indicador por las características propias del diseño de un programa.
- No monitoreado: cuando un programa o iniciativa programática no fue monitoreado en el año de referencia.
- Oferta programática: conjunto de bienes y servicios agregados bajo una estructura de programa o iniciativa programática que genera y entrega una Institución Pública en el marco de su misión y mandato legal.
- Población beneficiada: es aquella parte de la población objetivo que fue efectivamente atendida por el programa en un año determinado.
- Población objetivo: corresponde a las personas (u otra unidad de medida pertinente) que cumplen con los criterios de focalización y que, por lo tanto, el programa planifica atender en un plazo determinado.
- Porcentaje de ejecución: relación porcentual entre el gasto anual efectivo y el presupuesto inicial o final, según corresponda.
- Presupuesto inicial: corresponde al presupuesto aprobado por la Ley de Presupuestos del año respectivo, y vigente al inicio del año fiscal. Este monto puede estar identificado explícitamente en la Ley de Presupuestos, si coincide con un programa presupuestario o con una asignación específica, o en su defecto, corresponder a una estimación de gasto del Servicio Público responsable del programa.
- Presupuesto final: corresponde al gasto definido en el presupuesto inicial, más la totalidad de las modificaciones introducidas a dicho presupuesto a diciembre de cada año. Si el presupuesto inicial es aprobado a través de la Ley de Presupuestos, las modificaciones se realizan por medio de decretos emitidos por el Ministerio de Hacienda.
- Programa: conjunto de actividades necesarias, integradas y articuladas para proveer ciertos bienes y/o servicios, tendientes a lograr un propósito específico en una población objetivo, de modo de resolver un problema que la afecte.
- Programas nuevo: programa que presenta un nuevo propósito (resultado esperado) y que no ha recibido recursos anteriormente en la Ley de Presupuestos.
- Propósito: resultado principal que pretende alcanzar el programa, entendido como un efecto o cambio positivo en la población afectada por el problema que dio origen al programa.
- Reformulación de programa: programa ya existente que manteniendo su propósito (resultado esperado), introduce cambios en algunos elementos claves de su diseño (componentes, estrategia, modalidad de producción, población objetivo, etc.).
- Sin información: se solicitó la información en el marco del proceso de monitoreo respectivo (a través de un Oficio del Director de Presupuesto) y ésta no fue provista por el Servicio.