



REPORTE MONITOREO DE PROGRAMAS E INICIATIVAS PROGRAMÁTICAS

EJECUCIÓN AÑO 2018

MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES
DIRECCIÓN GENERAL DE RELACIONES ECONÓMICAS
INTERNACIONALES

DEPARTAMENTO DE ASISTENCIA TÉCNICA

DIVISIÓN DE CONTROL DE GESTIÓN PÚBLICA

DIPRES

2019

Introducción

El presente reporte contiene los resultados del proceso de Monitoreo de los Programas e Iniciativas Programáticas correspondientes al ejercicio fiscal 2018. 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 de Diseño (iniciado en 2008) y de la Presentación de Programas al Presupuesto a través de un Formulario Estándar (FE iniciado en 2001), los cuales permitieron recabar para cada programa e iniciativa, antecedentes tales como: objetivos (propósito y fin), indicadores de resultados (a nivel de producto, intermedios y eventualmente finales), 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 presentan, en general, información de los últimos tres años (2016, 2017 y 2018). 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 hasta ahora, no corresponden necesariamente a la totalidad de la oferta programática ejecutada por el Servicio durante el año 2018, debido a que identificar y dar estructura programática a las diversas actividades ejecutadas por las institución con recursos públicos, es un proceso permanente y dinámico, que se actualiza cada año durante la formulación del presupuesto.

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

Contenido

Certificación de Origen	4
Imagen de Chile	7
Promoción de Exportaciones	11
Pyme Exporta	14
Glosario de Términos	16

Certificación de Origen

DIRECCIÓN GENERAL DE RELACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES

DESCRIPCIÓN

Esta iniciativa 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 EFTA¹ y China. El certificado de origen, una vez emitido por la DIRECON a empresas exportadoras, permite que el 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.

Caracterización	
Eje	Crecimiento
Ámbito	Comercio exterior
Año inicio	2003

Evaluaciones	
Ex Ante de diseño	Sin evaluación ex ante
Monitoreado desde	2015
Ex Post	Sin evaluación ex post en los últimos cinco años

MONITOREO 2016-2018

I. Población y Gasto

	Unidad de medida	2016	2017	2018
Población objetivo	Empresas	2.876	2.960	2.983 ²
Población beneficiada	Empresas	1.676	1.691	1.701 ³
Cobertura (beneficiada/objetivo)	%	58,3%	57,1%	57%
Gasto por beneficiario	Miles \$2019	608,6	549,8	577,8

¹ European Free Trade Association.

² La población objetivo se establece en base al histórico de empresas exportadoras a los países de Unión Europea, de EFTA y China. Lo anterior, con información oficial proporcionada por el Servicio Nacional de Aduanas.

³ Se consideran los beneficiarios de cada año como población nueva y egresada. De los 1.701 empresas beneficiadas, 371 son empresas que en 2017 no fueron beneficiadas.

II. Ejecución Presupuestaria

Porcentaje de ejecución respecto a	2016	2017	2018
Presupuesto inicial	121%	98%	93%
Presupuesto final	100%	98%	93%

III. Nivel de producción

Componente	Unidad de medida	Producción (Unidad)		
		2016	2017	2018
Emisión de certificados de origen para países de la Unión Europea, de EFTA y República Popular China	Número de certificados emitidos	99.993	95.648	109.637

Etapas del proceso de producción

Componente	Etapas	2016	2017	2018
Emisión de Certificados de Origen para países de la Unión Europea, de EFTA y República Popular China	N° de certificados requeridos	103.544	98.601	114.004
	N° de certificados rechazados	3.551	2.953	4.367

IV. Resultados

Otro indicador	Fórmula de cálculo	2016	2017	2018
N° de empresas exportadoras que solicitan y obtienen certificados de origen para los mercados de la UE, EFTA y China en relación al N° total de empresas exportadoras nacionales al mundo	$(\text{N}^\circ \text{ de empresas exportadoras que solicitan y obtienen certificados de origen para los mercados de la UE, EFTA y China en año } t / \text{N}^\circ \text{ total de empresas exportadoras nacionales al mundo en año } t) * 100$	21% (1.676/8.102)	21% (1.691/7.883)	21% (1.701/8.080)
N° de Empresas exportadoras que solicitan y obtienen Certificados de Origen para los mercados de la UE, EFTA y China en relación al N° total de empresas exportadoras nacionales que envían sus productos a los mercados de la UE, EFTA y China	$(\text{N}^\circ \text{ de Empresas exportadoras que solicitan y obtienen Certificados de Origen para los mercados de la UE, EFTA y China en año } t / \text{N}^\circ \text{ total de empresas exportadoras nacionales que envían sus productos a los mercados de la UE, EFTA y China en año } t) * 100$	No aplica	59% (1.691/2.855)	57% (1.701/2.983)

Imagen de Chile

DIRECCIÓN GENERAL DE RELACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES

DESCRIPCIÓN

Imagen de Chile es una fundación de derecho privado, sin fines de lucro, de duración indefinida, que tiene por misión promover la imagen país en el exterior, contribuyendo a su competitividad. Lo anterior implica coordinar la labor de los principales sectores que construyen imagen como son: Cultura, deporte, exportaciones, inversiones y turismo, entre otros, generando alianzas con actores del sector público y privado que permiten alinear el mensaje en torno a Chile y lograr mayor impacto en las acciones de promoción. Para avanzar en el posicionamiento favorable de Chile a nivel internacional, la institución implementa una estrategia que apunta a dar a conocer los atributos diferenciadores del país que son propios de su identidad.

Caracterización	
Eje	Crecimiento
Ámbito	Comercio exterior
Año inicio	2009

Evaluaciones	
Ex Ante de diseño	2018: Recomendado Favorablemente (Revisión Diseño)
Monitoreado desde	2015
Ex Post	Sin evaluación ex post en los últimos cinco años

MONITOREO 2016-2018

I. Población y Gasto

	Unidad de medida	2016	2017	2018
Población objetivo	Personas	No aplica	10.295.000	9.250.000
Población beneficiada	Personas	No aplica	1.987.500	9.929.408
Cobertura (beneficiada/objetivo)	%	No aplica	19,3%	107,3%
Gasto por beneficiario	Miles \$2019	No aplica	No aplica	No aplica ⁴

⁴ La Población objetivo y beneficiaria no es fácilmente identificable debido al tipo de servicios que entrega el programa (difusión e información a través de canales de libre acceso). Por lo anterior, no se cuenta con una cuantificación precisa de las poblaciones, y no se considera relevante calcular el dato de gasto promedio por beneficiario.

II. Ejecución Presupuestaria

Porcentaje de ejecución respecto a	2016	2017	2018
Presupuesto inicial	100%	100%	100%
Presupuesto final	100%	100%	100%

III. Nivel de producción

Componente ⁵	Unidad de medida	Producción (Unidad)		
		2016	2017	2018
Alianzas estratégicas	Número de alianzas estratégicas realizadas	No aplica	18	30
Análisis de tendencias	Número de estudios y monitoreos	No aplica	18	15
Campañas y activaciones en Chile y el extranjero	Número de campañas y activaciones ejecutadas	No aplica	57	52
ChileGlobal	Número de miembros de la red	No aplica	1.300	No aplica
Marketing digital	Número de contenidos generados para redes sociales y plataformas digitales	No aplica	7.435	7.002
Plan difusión en prensa internacional	Número de publicaciones producto de los viajes y conferencias	No aplica	1.147	1.899
Programa de Uso de Marca	Número de empresas que usan la Marca País	No aplica	146	490

⁵ El programa, producto de una revisión de diseño, redefinió sus componentes para 2018.

Etapas del proceso de producción

Componente	Etapa	2016	2017	2018
Campañas y activaciones en Chile y el extranjero	Cantidad de personas alcanzadas por las campañas publicitarias (Chile + país/ciudad/estado prioritario, con viralización y tv paga)	No aplica	187.115.733	206.727.789
Marketing Digital	Cantidad de seguidores en plataforma digital (sitio web + redes sociales)	No aplica	14.876.704	21.297.003

IV. Resultados

Indicador de Propósito	Fórmula de cálculo	2016	2017	2018
Porcentaje de los tomadores de decisión, residentes en mercados prioritarios internacionales, que reconocen la Marca País, es decir que les resulta "familiar" o "muy familiar"	$(\text{N}^\circ \text{ de personas tomadoras de decisión, residentes en mercados prioritarios internacionales, que reconocen la Marca País como "familiar" o "muy familiar" / Total de la muestra representativa}) * 100$	No aplica	40% (72/181)	58% (888/1.544) ⁶

Otro indicador	Fórmula de cálculo	2016	2017	2018
Tasa de variación anual de alianzas estratégicas	$((\text{N}^\circ \text{ de alianzas firmadas en año } t / \text{N}^\circ \text{ de alianzas firmadas en año } t-1) - 1) * 100$	Sin información	29% (18/14)-1	67% (30/18)-1
Variación porcentual de seguidores en las comunidades virtuales de Twitter, administradas por Imagen de Chile: @MarcaChile, @ThisisChile y @Chile_Global	$((\text{N}^\circ \text{ de seguidores de twitter del año } t / \text{N}^\circ \text{ de seguidores de twitter del año } t-1) - 1) * 100$	40% (156.507/ 112.126)-1	69% (264.973/ 156.507)-1	7% (282.962/ 264.973)-1
Variación porcentual de seguidores en las comunidades virtuales de Facebook administradas por Imagen de Chile: MarcaChile y Chile_Global	$((\text{N}^\circ \text{ de fans de facebook para el año } t / \text{N}^\circ \text{ de fans de facebook para el año } t-1) - 1) * 100$	30% (1.282.998/ 985.486)-1	79% (2.293.110/ 1.282.998)-1	18% (2.710.000/ 2.293.110)-1
Tasa de variación de publicaciones producto de viajes y conferencias (Plan difusión en prensa nacional e internacional)	$[(\text{N}^\circ \text{ de artículos publicados en el mundo por gestión de la FICH el año } t / \text{N}^\circ \text{ de artículos publicados en el mundo por gestión de la FICH año } t-1) - 1] * 100$	-64% (1.781/4.984)-1	-3% (1.147/1.188)-1	102% (2.315/1.147)-1

⁶ Se incrementó de 181 a 1.544 personas la muestra que se utiliza para calcular el indicador del Programa entre 2017 y 2018. El Servicio no aporta antecedentes sobre la representatividad estadística de estas muestras.

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.

Caracterización	
Eje	Crecimiento
Ámbito	Comercio exterior
Año inicio	1987

Evaluaciones	
Ex Ante de diseño	2016: Recomendado Favorablemente (Reformulación)
Monitoreado desde	2015
Ex Post	EPG 2015: Desempeño Suficiente

MONITOREO 2016-2018

I. Población y Gasto

	Unidad de medida	2016	2017	2018
Población objetivo	Empresas	14.851	14.328	4.922 ⁷
Población beneficiada	Empresas	5.956	3.598	2.904
Cobertura (beneficiada/objetivo)	%	40,1%	25,1%	59%
Gasto por beneficiario	Miles \$2019	2.420	4.178	5.106

⁷ El Servicio señala que la diferencia entre la población objetivo 2017 y 2018, se debe a un error en la población informada en 2017, ya que esa población corresponde a la población objetivo de DIRECON y no sólo a la del programa.

II. Ejecución Presupuestaria

Porcentaje de ejecución respecto a	2016	2017	2018
Presupuesto inicial	91%	97 %	94%
Presupuesto final	94%	95%	89%

III. Nivel de producción

Componente	Unidad de medida	Producción (Unidad)		
		2016	2017	2018
Acciones de promoción para la introducción, penetración y consolidación de mercados	Empresas participantes en acciones de promoción	1.427	1.192	1.051
Capacitación para el desarrollo de capacidades exportadoras	Empresas capacitadas	1.175	972	1.012
Generación y difusión de información de comercio exterior	Empresas que reciben informes de comercio exterior	3.363	2.123	1.655

IV. Resultados

Indicador de Propósito	Fórmula de cálculo	2016	2017	2018
Porcentaje de empresas atendidas por el programa que comienzan a exportar o diversifican mercado o producto/servicio	$(N^{\circ} \text{ de empresas atendidas por el programa entre t-3 y t, que comienzan a exportar o diversifican mercado o producto/servicio entre t-3 y t} / N^{\circ} \text{ de empresas atendidas por el programa entre t-3 y t}) * 100$	35% (3.627/10.326)	30% (3.346/10.992)	29% (2.883/9.829)

Nombre indicador	Fórmula de cálculo	2016	2017	2018
Porcentaje de empresas atendidas por el programa que exportan	$(\text{N}^\circ \text{ de empresas atendidas por el programa en el año } t, \text{ que exportan en el año } t / \text{N}^\circ \text{ de empresas atendidas por el programa en el año } t) * 100$	36% (2.156/5.956)	38% (1.371/3.598)	39% (1.139/2.904)
Porcentaje de empresas atendidas por el programa que comienzan a exportar	$(\text{N}^\circ \text{ de empresas atendidas por el programa en el año } t, \text{ que comienzan a exportar en el año } t / \text{N}^\circ \text{ de empresas atendidas por el programa en el año } t) * 100$	2% (146/5.956)	3% (107/3.598)	2% (54/2.904)

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, 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).

Caracterización	
Eje	Crecimiento
Ámbito	Comercio exterior
Año inicio	2015

Evaluaciones	
Ex Ante de diseño	2016: Recomendado Favorablemente (Nuevo)
Monitoreado desde	2016
Ex Post	Sin evaluación ex post en los últimos cinco años

MONITOREO 2016-2018

I. Población y Gasto

	Unidad de medida	2016	2017	2018
Población objetivo	Empresas	4.400	4.400	4.389
Población beneficiada	Empresas	1.405	2.070	2.233
Cobertura (beneficiada/objetivo)	%	31,9%	47%	50,9%
Gasto por beneficiario	Miles \$2019	1.128,7	801,4	407,2

II. Ejecución Presupuestaria

Porcentaje de ejecución respecto a	2016	2017	2018
Presupuesto inicial	71%	97%	66%
Presupuesto final	93%	97%	96%

III. Nivel de producción

Componente	Unidad de medida	Producción (Unidad)		
		2016	2017	2018
Acciones de promoción de exportaciones	Empresas participantes en acciones de promoción organizadas por el programa	502	595	383
Asesoría especializada	Empresas que recibieron apoyo o asesoría del programa	1.230	1.894	2.079

Etapas del proceso de producción

Componente	Etapas	2016	2017	2018
Acciones de promoción de exportaciones	N° de actividades	93	104	74
Asesoría especializada	N° de actividades	1.968	3.318	1.775

IV. Resultados

Indicador de Propósito	Fórmula de cálculo	2016	2017	2018
Porcentaje empresas pymes y empresas con potencial exportador, incluidas micro, de sectores industria manufacturera, servicios y productos del mar clientes ProChile que comienzan a exportar, con respecto al total de empresas pymes y empresas con potencial exportador, incluidas micro, de sectores industria manufacturera, servicios y productos del mar que comienzan a exportar	$\left(\frac{\text{N}^\circ \text{ empresas pymes y empres con potencial exportador, incluidas micro, de sectores industria manufacturera, servicios y productos del mar, clientes ProChile en el periodo dic t-2 a nov t, que comienzan a exportar en el período dic t-1 a nov t}}{\text{Total de empresas pymes y empresas con potencial exportador, incluidas micro, de sectores industria manufacturera, servicios y productos del mar que comienzan a exportar en el período dic t-1 a nov t}} \right) * 100$	16% (86/524)	15% (156/1.009)	15% (158/1.045)

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.
- Programa 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.).
- Revisión de diseño: Corresponde a un programa en ejecución y que sin embargo no cuenta con una evaluación ex ante, por lo que es sometido a una revisión de su diseño lógico para que DIPRES le asigne una calificación, según corresponda.
- 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.