



I. ANTECEDENTES

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.

Año de inicio: 2009

Año de término: Permanente

Ejecutores: Organismo privado sin fines de lucro (Fundación, organización social, comunitaria, territorial, deportiva, corporación cultural, educacional, federación, otro).

PROPÓSITO

Aumentar el nivel de familiaridad de la Marca País a nivel internacional, con foco en tomadores de decisión en mercados prioritarios de China, Brasil, España, Estados Unidos y Reino Unido

HALLAZGOS NO SUPERADOS DEL DESEMPEÑO

1. Focalización

Sin hallazgos en la dimensión de focalización.

2. Eficiencia y ejecución presupuestaria

El gasto administrativo se encuentra correctamente estimado. Sin embargo, es superior al 20% respecto al presupuesto total ejecutado.

3. Eficacia

Sin hallazgos en la dimensión de eficacia.

HISTORIAL EVALUATIVO

Evaluaciones Ex Ante: Sí

2018: Recomendado favorablemente

Ex Dure o Monitoreo (en los últimos 3 años): Sí

2020, 2021, 2022

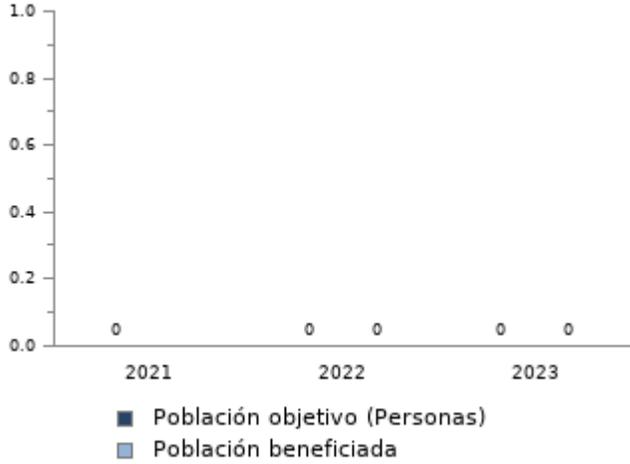
Evaluación Ex-Post: Sí

2020: Evaluación Sectorial - No aplica

Otras evaluaciones: No

II. DESEMPEÑO DEL PROGRAMA: FOCALIZACIÓN

POBLACIONES



Población objetivo

Considerando las características del Programa, no es posible identificar y cuantificar una población objetivo específica, pero se espera que quienes accedan a los componentes del Programa, sean tomadores de decisión en las ciudades de New York, Madrid, Londres, Sao Paulo y Shanghai, personas influyentes, que posean contactos con los medios de comunicación en sus áreas de interés y con capacidad de incidir en las decisiones de otros representantes en sus países, y que pertenezcan a los sectores de interés para el programa, es decir, inversiones, exportaciones, autoridades de gobierno, turismo, medios de comunicación y cultura.

Población beneficiada

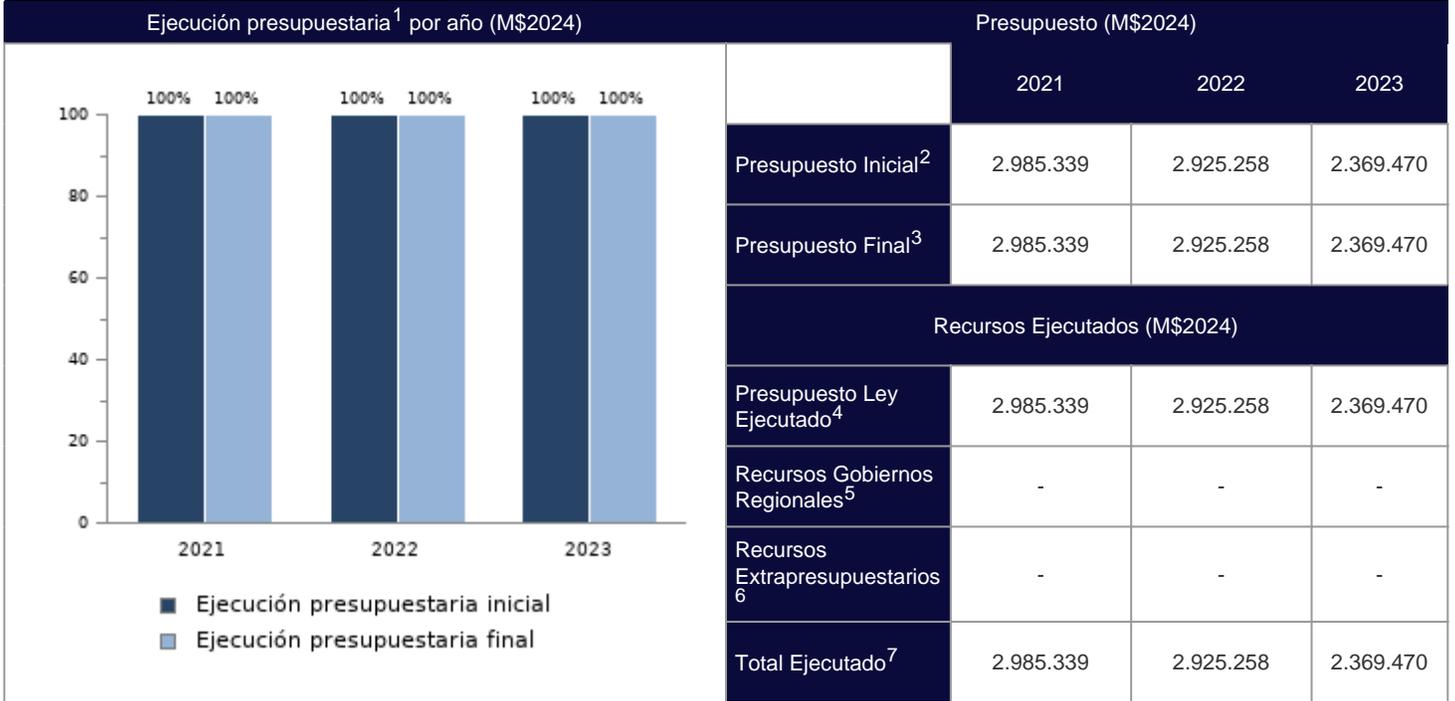
Para el año 2023 se priorizó a los tomadores de decisión y residentes en las ciudades de New York, Madrid, Londres, Sao Paulo y Shanghai. en ámbitos específicos de inversiones, exportaciones, turismo y cultura, para la implementación del propósito de Marca para todas aquellas instituciones que posicionan Chile a nivel internacional. También se realizaron actividades relacionadas a posicionar a Chile en ámbitos como la astronomía, agronomía, ciencia y tecnología, cultura, deportes, sustentabilidad y turismo, entre otros.

COBERTURA POR AÑO

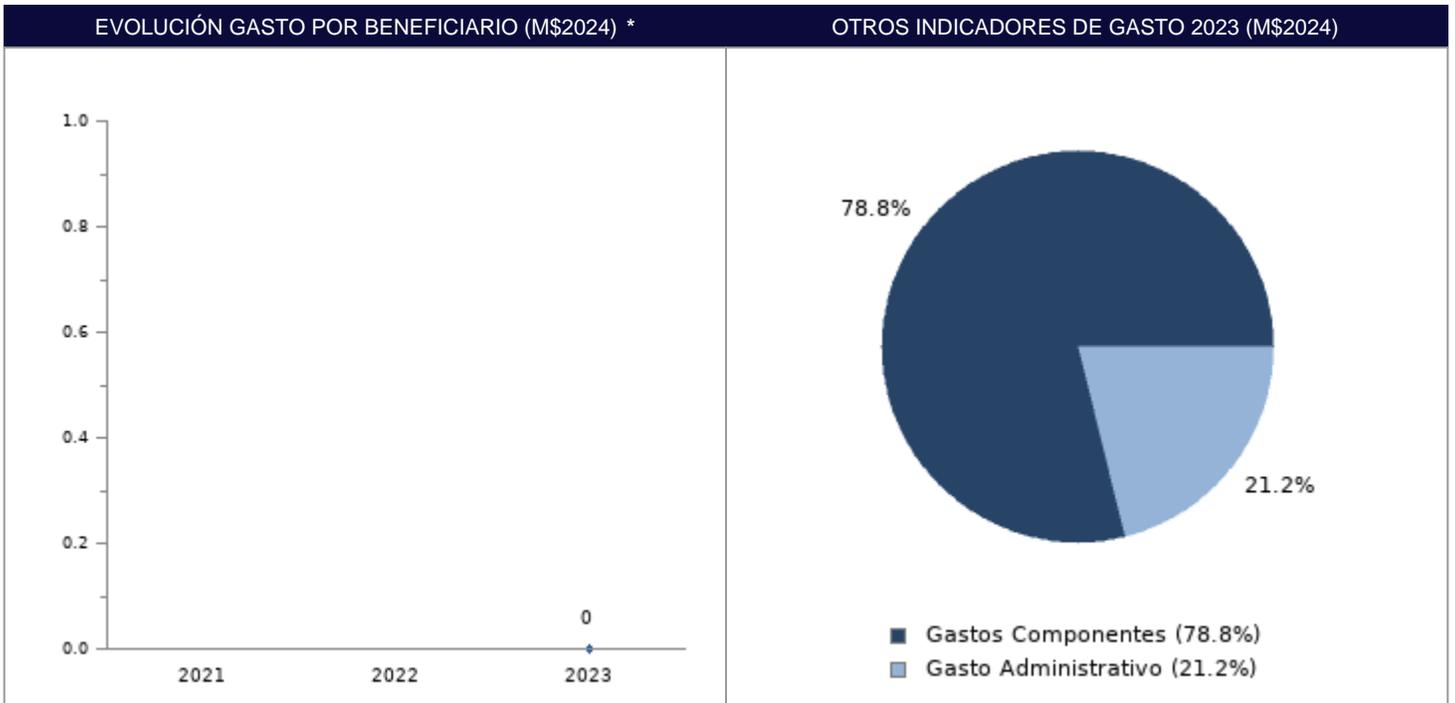
	2021	2022	2023
Cobertura*	S/I	S/I	S/I

* Cobertura: (Población beneficiada del año t / población objetivo año t)*100.

III. DESEMPEÑO DEL PROGRAMA: EFICIENCIA



¹ La ejecución presupuestaria inicial corresponde a (presupuesto ejecutado año t / presupuesto inicial año t *100), mientras que la ejecución presupuestaria final corresponde a (presupuesto ejecutado año t / presupuesto final año t) *100.
² El presupuesto inicial corresponde al total de gastos definidos en la Ley de Presupuestos del Sector Público, o en su defecto, es el monto asignado inicialmente por el Servicio, cuando el programa no está expresamente identificada en la Ley de Presupuestos.
³ El presupuesto final incorpora las reasignaciones presupuestarias realizadas al Presupuesto Ley del año.
⁴ Presupuesto Ley ejecutado por los Servicios, no incluyendo los recursos extrapresupuestarios declarados.
⁵ Recursos apalancados por el programa con los Gobiernos Regionales, cuya fuente puede ser el Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR) u otros fondos regionales. Estos recursos pueden ser presupuestarios o extrapresupuestarios.
⁶ Recursos apalancados de fuentes distintas a los Gobiernos Regionales, y que corresponden a montos extrapresupuestarios.
⁷ Total de gastos ejecutados por parte del programa.



* Gasto por Beneficiario: ((gasto componentes + gasto administrativo ejecutado año t) / número beneficiarios efectivos año t).

GASTO POR SUBTÍTULOS * (M\$2024)	
Subtítulo *	Gasto total ejecutado 2023 (M\$2024)
24 (Transferencias Corrientes)	2.369.470

* Los subtítulos identificados pueden corresponder a uno o más programas presupuestarios.

GASTO Y PRODUCCIÓN DE COMPONENTES (M\$2024)									
Componentes (unidad de producción) *	Gasto ejecutado (M\$2024)			Producción (unidad)			Gasto unitario (M\$2024)		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Campañas y Activaciones en Chile y el extranjero (Número de campañas y activaciones ejecutadas)	1.252.375	1.152.116	845.706	5	5	3	250.475,0	230.423,2	281.901,9
Programa de Uso de Marca (Número de empresas que usan la Marca País)	75.794	101.108	69.275	150	170	220	505,3	594,8	314,9
Plan difusión en prensa internacional (Número de publicaciones producto de los viajes y conferencias.)	396.098	395.006	266.016	2.286	2.730	1.007	173,3	144,7	264,2
Alianzas estratégicas (Número de alianzas estratégicas realizadas)	242.266	289.207	351.857	3	9	4	80.755,2	32.134,2	87.964,1
Análisis de tendencias (Número de estudios y monitoreos)	103.328	116.329	86.326	3	3	3	34.442,8	38.776,2	28.775,4
Componentes (unidad de producción) *	Gasto ejecutado (M\$2024)			Producción (unidad)			Gasto unitario (M\$2024)		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Marketing Digital (N° contenidos generados para Facebook Twitter Instagram y plataformas website, App móviles, campañas)	250.870	241.959	247.041	935	967	1.055	268,3	250,2	234,2
Total Gastos Componentes	2.320.731	2.295.726	1.866.220						
Porcentaje Gastos Componentes	77,7%	78,5%	78,8%						
Total Gasto Administrativo	664.608	629.532	503.250						
Porcentaje Gasto Administrativo	22,3%	21,5%	21,2%						
Total Ejecutado	2.985.339	2.925.258	2.369.470						

* Dado que los diseños de los programas pueden variar cada año y en esta Tabla sólo se muestran los componentes vigentes en 2023, la suma total para los años 2021 y 2022 podría no cuadrar para aquellos en los que se ejecutaron componentes discontinuados.

DESAGREGACIÓN REGIONAL DE GASTO COMPONENTES Y POBLACIÓN BENEFICIADA				
Región	Total ejecutado (M\$2024)	Porcentaje total ejecutado	Población beneficiada	Porcentaje población beneficiada
Nivel central	1.866.220	100,0%	-	-
TOTAL	1.866.220	100%	0	0%

* En esta tabla se despliegan sólo aquellas regiones para las que se ejecutaron recursos y/o tienen beneficiarios, identificados por región.

ANÁLISIS DESEMPEÑO: DIMENSIÓN EFICIENCIA	
Gasto por beneficiario:	
<ul style="list-style-type: none"> No es posible evaluar el gasto por beneficiario, debido a que no se cuenta con información histórica (año 2022 y/o 2021). 	

IV. DESEMPEÑO DEL PROGRAMA: EFICACIA

INDICADOR DE PROPÓSITO

Indicador	Fórmula de cálculo	Otros atributos	Efectivo 2021	Efectivo 2022	Efectivo 2023	Resultado
Porcentaje de los tomadores de decisión, residentes en mercados prioritarios internacionales, que reconocen la Marca País, es decir que les resulta	$\left(\frac{\text{N}^\circ \text{ de personas tomadoras de decisión, residentes en mercados prioritarios internacionales, que reconocen la Marca País como "familiar" o "muy familiar en el año t-1"}}{\text{Total de la muestra representativa en t-1}} \right) * 100$ <p>t: es el año en curso t -1: es el año anterior</p>	<p>Unidad de medida: Porcentual</p> <p>Dimensión: Eficacia</p> <p>Periodicidad: Anual</p> <p>Sentido de medición: Ascendente</p>	N/C***	N/C***	41,00%	No es posible evaluar la variación del resultado del indicador de propósito en el 2023 respecto a la ejecución del 2022, debido a que el indicador se modificó o es nuevo.

* S/I: Valor de indicador no informado.

** N/A: No aplica reportar valor del indicador en el presente periodo.

*** N/C: Valor no comparable, debido a que el indicador se modificó o es nuevo.

V. OTROS ATRIBUTOS

CONTRIBUCIÓN A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

8. Trabajo decente y crecimiento económico: Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos

ENFOQUE DE GÉNERO

El programa no declara incorporar enfoque de género en su implementación.

VII. NOTAS TÉCNICAS

Nota técnica 1: La ficha de evaluación de desempeño de la oferta corresponde al seguimiento de la gestión anual de los programas públicos, a partir de la información auto reportada por los Servicios. No corresponde a una evaluación de impacto, de implementación ni fiscalización de la oferta pública.

Nota técnica 2: El proceso de evaluación de desempeño de la oferta programática puede considerar actualizaciones respecto de la metodología utilizada en años anteriores. Esto, con el objetivo de fortalecer la eficacia y eficiencia de este proceso.

Nota técnica 3: Tanto los montos de presupuesto como de gastos reportados en la presente ficha se encuentran en pesos año 2024. Se realizó aplicando el inflactor de Ley de Presupuestos a los presupuestos y gastos informados por las instituciones en los años 2021-2023, con el objetivo de realizar el análisis comparativo del periodo.

Inflatores:

Año	Inflator
2020	1,2252
2021	1,1722
2022	1,1002
2023	1,035
2024	1

Fecha de publicación del reporte: 24 de Abril de 2024 16:26