

FICHA DE IDENTIFICACIÓN AÑO 2008
DEFINICIONES ESTRATÉGICAS
Ley de Presupuestos

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

Ley orgánica o Decreto que la rige

Decreto con Fuerza de Ley N° 53, de 1979, Ministerio de Relaciones Exteriores, crea la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales (DIRECON) como un Servicio Público dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores. y establece su Estatuto Orgánico. Decreto con Fuerza de Ley N° 105, de 1979, Ministerio de Relaciones Exteriores, aprueba el Estatuto del Personal de la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales. Decreto con Fuerza de Ley N° 280, de 1990, Ministerio de Relaciones Exteriores, adecua plantas y escalafones de la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, al artículo 5° de la Ley N° 18.834, sobre Estatuto Administrativo. Decreto con Fuerza de Ley N° 123, de 2005, Ministerio de Relaciones Exteriores, modifica las plantas y escalafones del personal de la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, contenidas en el D.F.L. N° 280, de 1990, del Ministerio de Relaciones Exteriores y el artículo 15 del Decreto con Fuerza de Ley N° 105, de 1979, del Ministerio de Relaciones Exteriores. Decreto Supremo N° 168, de 1980, modificado por el Decreto Supremo N° 202, de 2004, ambos del Ministerio de Relaciones Exteriores, aprueba el Reglamento Orgánico de la DIRECON. Decreto Supremo N° 419, de 1995, Ministerio de Relaciones Exteriores, crea el Comité de Negociaciones Económicas Internacionales. Decreto Supremo N° 105, de 2006, Ministerio de Relaciones Exteriores, fija el orden de subrogación del Director General de Relaciones Económicas Internacionales. Decreto Supremo N° 1295, de 1992, Ministerio de Relaciones Exteriores, declara a la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales repartición pública oficial, encargada de certificar el origen de las mercancías elaboradas y producidas en Chile .

Misión Institucional

Ejecutar y coordinar la política de Gobierno en materia de Relaciones Económicas Internacionales, para promover una adecuada inserción de Chile en el mundo, mediante la negociación y administración de acuerdos económicos internacionales y la promoción de exportaciones de bienes y servicios nacionales.

Objetivos Estratégicos

| Número | Descripción |
|---------------|--|
| 1 | Negociar y promover la profundización de acuerdos internacionales de carácter económico-comercial, dando cumplimiento a las decisiones del Comité Interministerial de Negociaciones Económicas Internacionales, integrado por los Ministerios de Relaciones Exteriores, Hacienda, Economía, SEGPRES y Agricultura. Con el fin de asegurar una adecuada inserción de Chile en los mercados más significativos para el país. |
| 2 | Implementar y administrar en forma oportuna y eficiente los compromisos institucionales y de acceso a mercados derivados de los Acuerdos suscritos, con el fin de cumplir adecuadamente las obligaciones contraídas en el marco de cada TLC. Asimismo se busca difundir las oportunidades comerciales, que surgen para el sector privado. |
| 3 | Maximizar el impacto real de las acciones de promoción de exportaciones, dentro del contexto de la política económica internacional que fije el Gobierno, focalizándose en mercados con alta demanda potencial, y en el apoyo a empresas y productos competitivos, de esta manera se busca contribuir a que dichas empresas aumenten, consoliden o diversifiquen sus exportaciones. |

| | |
|---|---|
| 4 | Proporcionar una atención de excelencia a nuestros clientes, mejorando continuamente productos y/o servicios para satisfacer sus necesidades en materia de negociaciones internacionales y promoción de exportaciones, asegurando la asignación de recursos necesarios para este efecto. |
| 5 | Diseñar e implementar estrategias de promoción de exportaciones en los Sectores relevantes para el País, manteniendo una imagen país sólida frente al resto de los actores relevantes del comercio mundial. Este proceso busca la ampliación, consolidación y profundización de la base exportadora nacional. |

| Productos Estratégicos (Bienes y/o Servicios) | | | |
|--|---|--|----------------------------------|
| Número | Nombre | Objetivos Estratégicos a los cuáles se vincula | Aplica Enfoque de Genero (Si/No) |
| 1 | <u>Información comercial</u> <ul style="list-style-type: none"> • Información General • Atención Personalizada • Oportunidades de Negocios • Capacitación y Difusión de Oportunidades Comerciales | 2,4 | No |
| 2 | <u>Apoyo a estrategias de comercialización internacional</u> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyo a estrategias empresariales • Apoyo a estrategias asociativas • Apoyo a estrategias de posicionamiento económico comercial del país | 3,4,5 | Si |
| 3 | <u>Apoyo en los mercados de destino</u> <ul style="list-style-type: none"> • Gestiones en mercados para facilitación de negocios • Contactos y agendas • Inteligencia de mercado | 3,4,5 | No |
| 4 | <u>Acciones de promoción comercial</u> <ul style="list-style-type: none"> • Participación en ferias internacionales • Misiones comerciales • Prospecciones de mercado • Acciones de posicionamiento de productos | 3,4,5 | No |
| 5 | <u>Implementación, administración y negociación de acuerdos</u> <ul style="list-style-type: none"> • Implementación y Administración de Acuerdos <ul style="list-style-type: none"> - Implementación y administración de compromisos institucionales y de acceso a mercados - Atención de problemas y defensa de intereses comerciales - Difusión de ventajas y oportunidades - Detección de oportunidades económicas • Profundización de Acuerdos y nuevas negociaciones <ul style="list-style-type: none"> - Rondas de negociaciones - Acuerdos | 1,2,4,5 | No |

| Clientes/ Usuarios /Beneficiarios | |
|-----------------------------------|--------|
| Número | Nombre |

| | |
|---|---|
| 1 | La sociedad Chilena en todo su conjunto |
| 2 | Empresas exportadores y empresas con potencial exportador |
| 3 | Empresas importadoras y con potencial importador |

| Productos Estratégicos y Clientes/ Usuarios /Beneficiarios | | |
|---|---|--|
| Número | Producto Estratégico | Clientes/ Usuarios /Beneficiarios |
| 1 | <u>Información comercial</u> | La sociedad Chilena en todo su conjunto Empresas exportadores y empresas con potencial exportador |
| 2 | <u>Apoyo a estrategias de comercialización internacional</u> | La sociedad Chilena en todo su conjunto Empresas exportadores y empresas con potencial exportador |
| 3 | <u>Apoyo en los mercados de destino</u> | La sociedad Chilena en todo su conjunto Empresas exportadores y empresas con potencial exportador |
| 4 | <u>Acciones de promoción comercial</u> | La sociedad Chilena en todo su conjunto Empresas exportadores y empresas con potencial exportador |
| 5 | <u>Implementación, administración y negociación de acuerdos</u> | La sociedad Chilena en todo su conjunto Empresas exportadores y empresas con potencial exportador Empresas importadoras y con potencial importador |

| Número | Producto Estratégico | Programa Evaluado | Línea de Evaluación (EPG/EI) | Año de Evaluación |
|--------|---|-------------------------------------|---|-------------------|
| 1 | Apoyo a estrategias de comercialización internacional | Fondo de Promoción de Exportaciones | Evaluación de Impacto-Modulo | 2002 |
| 2 | Información comercial | PYME Exporta | Evaluación de Programas Gubernamentales | 2006 |