

FORMULARIO INDICADORES DE DESEMPEÑO AÑO 2012

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

Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Formula de Cálculo	Efectivo 2008	Efectivo 2009	Efectivo 2010	Efectivo a Junio 2011	Estimación 2012	Meta 2012	Ponderación	Medios de Verificación	Su-pues-tos	No-tas
<ul style="list-style-type: none"> • Acciones de promoción para la introducción, penetración y consolidación de mercados 	<p><u>Calidad/Producto</u></p> <p>1 Porcentaje de clientes satisfechos respecto del total de clientes encuestados</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: NO</p>	(N° de clientes satisfechos/N° total de clientes encuestados)* 100	0 %	S.I.	S.I.	S.I.	0 %	72 % (263/365) *100	10%	Reportes/Informes Informe de satisfacción preparado por entidad externa	1	1
<ul style="list-style-type: none"> • Acuerdos Económicos Internacionales 	<p><u>Eficacia/Producto</u></p> <p>2 Porcentaje de participación del PIB de países con los que Chile tiene acuerdos económicos internacionales en el PIB mundial</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: NO</p>	Porcentaje de participación del PIB de países con los que Chile tiene acuerdos económicos internacionales en el PIB mundial	0.00 %	86.10 % 86.10	85.00 % 85.00	N.C.	85.18 % 85.18	85.58 % 85.58	10%	Reportes/Informes Informe del Depto. Estudios de DIRECON, en base a información del FMI, CEPAL y Banco Mundial	2	2
<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación y asesorías para el desarrollo de capacidades exportadoras • Acciones de promoción para la introducción, penetración y consolidación de mercados 	<p><u>Eficacia/Producto</u></p> <p>3 Porcentaje de nuevos pares productos-mercados de destino, exportados por los clientes institucionales, sobre el total de pares productos-mercados exportados por los clientes institucionales en el periodo</p>	(número de nuevos producto - país exportados año t por clientes año t-1/número total de producto - país exportados año t por clientes	31 % (5842/18661)*100	30 % (6042/20022)*100	29 % (6439/22250)*100	21 % (3440/16761)*100	28 % (7115/25410)*100	27 % (5685/21372)*100	25%	Formularios/Fichas Reporte en base a sistemas de información DIRECON	3	3

	t Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: NO	año t-1)*100										
<p>•Información comercial (Generación y Difusión)</p> <p>•Acciones de promoción para la introducción, penetración y consolidación de mercados</p>	<p><u>Eficacia/Producto</u></p> <p>4 Porcentaje de participación de clientes exportadores ProChile año t sobre el total de exportadores nacionales año t</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: NO</p>	(N° Clientes ProChile que exportan en el año t/N° exportadores nacionales en el año t)*100	N.M.	N.M.	39 % (2790/7168)*100	41 % (2237/5502)*100	39 % (2800/7095)*100	42 % (3150/7500)*100	25%	Reportes/Informes Reporte en base a sistemas de información DIRECON	4	4
•Acuerdos Económicos Internacionales	<p><u>Eficacia/Producto</u></p> <p>5 Porcentaje de productos con arancel 0 año t, con respecto al total de productos negociados en los acuerdos económicos internacionales suscritos por Chile</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: NO</p>	(Número de productos con arancel 0 año t/Número total de productos negociados en los acuerdos económicos internacionales suscritos por Chile)*100	N.M.	N.M.	90 % (182591/203780)*100	N.C.	90 % (190359/21495)*100	91 % (200975/220164)*100	20%	Reportes/Informes Reporte en base a sistemas de información DIRECON	5	5
•Acuerdos Económicos Internacionales	<p><u>Eficacia/Producto</u></p> <p>6 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</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: NO</p>	(Monto de exportaciones a países con acuerdos económicos vigentes año t /Monto total de exportaciones de Chile año t)*100	N.M.	N.M.	92 % (62732/68433)*100	92 % (38192/41308)*100	92 % (59000/64261)*100	92 % (79600/86100)*100	10%	Reportes/Informes Reportes del Departamento de Estudios de Direcon	6	6

Notas:

1 ProChile entiende por Cliente Institucional a: toda persona jurídica y natural (con iniciación de actividades y afecta a impuesto de primera categoría), que tengan la intención de exportar o estén exportando, y que hayan utilizado un servicio o instrumento de promoción de exportaciones, prestado por cualquier unidad de ProChile.

El 57% de los clientes utiliza un solo instrumento, y de los clientes institucionales en promedio el 50% no utiliza ningún servicio el año siguiente, es decir deja de ser cliente.

Las encuestas se aplicarán a universos representativos de clientes institucionales a nivel nacional, existiendo el riesgo de que los clientes se niegan a participar, lo que podría afectar el cumplimiento de la meta.

Los clientes institucionales a encuestar utilizaron un instrumento en el período de medición.

La fuente de información es Informe de satisfacción preparado por entidad externa

2 El resultado del indicador para los años 2007 a 2011 es el siguiente:

2007: 84,42% (acuerdos con 52 países), 2008: 83,41% (acuerdos con 55 países), 2009: 86,10% (acuerdos con 56 países), 2010: 85,00% (acuerdos con 57 países), 2011 estimado: 85,18% (acuerdos con 58 países).

Para este indicador se ha tomado como base el estimado año 2011, que incluye a 58 países con los que Chile tiene acuerdos vigentes y que en total participan en un 85,18% del PIB mundial.

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 2012.

Valores definitivos del PIB se obtienen en abril del año siguiente.

La fuente de información es Informe del Depto. Estudios de DIRECON, en base a información del FMI, CEPAL y Banco Mundial.

3 ProChile entiende por Cliente Institucional a: toda persona jurídica y natural (con iniciación de actividades y afecta a impuesto de primera categoría), que tengan la intención de exportar o estén exportando, y que hayan utilizado un servicio o instrumento de promoción de exportaciones, prestado por cualquier unidad de ProChile.

Este indicador da cuenta de la eficacia del trabajo institucional con clientes, en materia de diversificación de productos y mercados de destino de sus exportaciones, ya que muestra tanto la apertura de un nuevo mercado, como la exportación de un nuevo producto. Lo anterior a través de la medición de las nuevas combinaciones, ¿producto exportado-país de destino?, que se generan al año siguiente de haber trabajado con dichos clientes, y que no existían anteriormente. Se considera un tiempo mínimo de un año, para que se materialice, en términos de exportaciones, el apoyo de promoción que recibe un cliente.

La fuente de información es Reporte en base a sistemas de información DIRECON

4 ProChile entiende por Cliente Institucional a: toda persona jurídica y natural (con iniciación de actividades y afecta a impuesto de primera categoría), que tengan la intención de exportar o estén exportando, y que hayan utilizado un servicio o instrumento de promoción de exportaciones, prestado por cualquier unidad de ProChile.

La fuente de información es Reporte en base a sistemas de información DIRECON

5 Arancel 0 corresponde a la rebaja de impuesto de internación de los productos chilenos en los mercados de los países socios o con los que ha negociado acuerdos económicos. 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 socios o con los que ha negociado acuerdos económicos.

Se entenderá como producto: ítem arancelario del sistema armonizado chileno.

La frecuencia de medición del indicador es anual por lo que no se tiene información a junio de 2011.

La fuente de información es Reporte en base a sistemas de información DIRECON

6 Considera el total de acuerdos económicos internacionales suscritos por Chile y vigentes al 2011 con 58 países: Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú, México, Mercosur (Argentina, Brasil, Uruguay, Paraguay), Centroamérica (Costa Rica, El Salvador, Bolivia), Canadá, EE.UU., UE.(Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, 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, Honduras, Australia, Guatemala y Turquía. En la medida en que entren en vigencia nuevos acuerdos económicos internacionales, éstos serán considerados en el cálculo del indicador.

La fuente de información es Reportes del Departamento de Estudios de Direcon

Supuesto Meta:

1 Se mantienen las directrices presupuestarias y la disponibilidad de recursos para la contratación de la entidad externa que aplicará la encuesta.

2 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.

El cumplimiento de la meta estaría sujeta a las variaciones económicas internas de los países del mundo y al efecto de eventuales crisis internacionales en ellos.

3 1) Cambios en la demanda internacional, en las condiciones productivas y competitivas de las empresas chilenas, que afectan la potencialidad de negocios en el exterior y se traducen en desincentivos para la ejecución de actividades de promoción con empresas, impactando así el n° de clientes institucionales. Entre dichos cambios están los climáticos, desastres naturales, n° competidores en mercados externos, barreras para-arancelarias, tipo de cambio y cambio de condiciones macroeconómicas y/o políticas de los mercados externos. 2) No entrega por parte de Aduanas del RUT de personas naturales exportadoras, imposibilitando la identificación de clientes y exportadores. 3) Rebaja presupuestaria al Servicio que afecten la disponibilidad de recursos para cofinanciar actividades planificadas de promoción con clientes.

4 1) Cambios en la demanda internacional, en las condiciones productivas y competitivas de las empresas chilenas, que afectan la potencialidad de negocios en el exterior y se traducen en desincentivos para la ejecución de actividades de promoción con empresas, impactando así el n° de clientes institucionales. Entre dichos cambios están los climáticos, desastres naturales, n° competidores en mercados externos, barreras para-arancelarias, tipo de cambio y cambio de condiciones macroeconómicas y/o políticas de los mercados externos. 2) No entrega por parte de Aduanas del RUT de personas naturales exportadoras, imposibilitando la identificación de clientes y exportadores. 3) Rebaja presupuestaria al Servicio que afecten la disponibilidad de recursos para cofinanciar actividades planificadas de promoción con clientes.

5 Las negociaciones no concluyen necesariamente en un periodo presupuestario, por lo que, en el cumplimiento de la meta se considera 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.

6 Los acuerdos económicos internacionales son una de las variables del nivel de exportación. Por lo anterior, entre otros factores externos que pueden afectar el cumplimiento de la meta se puede señalar: cambios en las condiciones productivas y competitivas de las empresas nacionales, tipo de cambio, comportamiento de la demanda externa, cambios climáticos, desastres naturales, condiciones macroeconómicas del país y del exterior, aumento de barreras para arancelarias, cambio en las políticas de comercio exterior y/o interés exportador en los países de destino.