

FORMULARIO INDICADORES DE DESEMPEÑO AÑO 2009

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 2005	Efectivo 2006	Efectivo 2007	Efectivo a Junio 2008	Estimación 2012	Meta 2009	Ponderación	Medios de Verificación	Supuestos	Notas
<ul style="list-style-type: none"> •Apoyo al desarrollo de estrategias de comercialización internacional 	<p><u>Eficacia/Resultado Final</u></p> <p>1 Participación de los nuevos productos exportados a cada país año t por clientes año t-1 sobre el total de productos exportados a cada país año t por clientes año t-1</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --</p>	(número de nuevos productos - país exportados año t por clientes año t-1/número total de producto - país exportados año t por clientes año t-1)*100	0 %	N.M.	N.M.	16 % (3500/21848)*100	16 % (4936/30848)*100	14 % (3957/28263)*100	20%	<p><u>Formularios/Fichas</u></p> <p>Reporte en base a sistemas de información DIRECON</p>	1	
<ul style="list-style-type: none"> •Acciones de promoción comercial 	<p><u>Eficacia/Resultado Intermedio</u></p> <p>2 Participación de nuevos clientes año t sobre los clientes totales año t</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --</p>	(número de nuevos clientes año t, en relación al año t-1/número total de clientes año t)*100	0 %	N.M.	N.M.	12 % (1050/8698)*100	12 % (1143/9526)*100	10 % (924/9238)*100	20%	<p><u>Reportes/Informes</u></p> <p>Reporte en base a sistemas de información DIRECON</p>	2	
<ul style="list-style-type: none"> •Apoyo al desarrollo de estrategias de comercialización internacional •Acciones de promoción comercial 	<p><u>Eficiencia/Producto</u></p> <p>3 Porcentaje de recursos para acciones de promoción comercial provenientes de privados año t respecto del total de recursos para acciones de promoción comercial año t</p>	(Monto total de recursos para acciones de promoción comercial provenientes de privados año t/Monto total de recursos para	55 % (1486800/2710300)*100	60 % (1396066/23439723)*100	60 % (1569257/26139309)*100	61 % (14614680/23879333)*100	60 % (17251944/28753240)*100	50 % (1341808/26836178)*100	15%	<p><u>Reportes/Informes</u></p> <p>Reporte en base a sistemas de información DIRECON</p>	3	

	Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --	acciones de promoción comercial año t)*100										
●Implementación, administración y negociación de acuerdos	<u>Eficacia/Proceso</u> 4 Porcentaje de cumplimiento de los compromisos año t derivados de los Acuerdos suscritos por Chile respecto del total de compromisos programados derivados de los acuerdos suscritos por Chile Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --	(N° de compromisos cumplidos año t derivados de los acuerdos suscritos por Chile/N° de compromisos programados derivados de los acuerdos suscritos por Chile)*100	87 % (13/15)*100	100 % (17/17)*100	100 % (12/12)*100	100 % (16/16)*100	90 % (14/16)*100	100 % (18/18)*100	20%	<u>Reportes/Informes Internos DIRECON</u>	4	
●Información comercial (Generación y Difusión)	<u>Eficacia/Producto</u> 5 Tasa de Variación anual del número de atenciones de los servicios de Información Comercial año t respecto año t-1 Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --	((número de atenciones de los servicios de Información Comercial año t/número de atenciones de los servicios de Información Comercial año t-1)-1)*100	N.M.	18 % ((887094/754593)-1)*100	26 % ((1117089/889193)-1)*100	5 % ((563921/537221)-1)*100	10 % ((1228798/1117089)-1)*100	10 % ((1351678/1228798)-1)*100	15%	<u>Reportes/Informes</u> Reporte en base a sistemas de información DIRECON	5	
●Apoyo a la generación de contactos de negocios e internacionalización	<u>Eficacia/Producto</u> 6 Tasa de variación en el número de contactos comerciales generados año t respecto año t-1 Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --	((n° actividades de generación de contactos comerciales ejecutadas año t/n° actividades de generación de contactos comerciales ejecutadas año t-1)-1)*100	N.M.	N.C.	38 % ((1475/1068)-1)*100	-24 % ((382/505)-1)*100	12 % ((1247/1113)-1)*100	10 % ((1371/1247)-1)*100	10%	<u>Reportes/Informes</u> Reporte en base a sistemas de información DIRECON	6	

Notas:

Supuesto Meta:

1 Estabilidad en factores externos que indiquen en el interés del sector privado nacional para incursionar en el tema exportador , como por ejemplo: condiciones económicas tanto internas como externas, especialmente las de EE.UU, Japón, Europa y otros mercados importantes para las exportaciones de los productos no tradicionales chilenos, cambios climáticos, competencia en mercados de destino, tipo de cambio, entre otros.

2 Estabilidad en factores externos que indiquen en el interés del sector privado nacional para incursionar en el tema exportador , como por ejemplo: condiciones económicas tanto internas como externas, especialmente las de EE.UU, Japón, Europa y otros mercados importantes para las exportaciones de los productos no tradicionales chilenos, cambios climáticos, competencia en mercados de destino, tipo de cambio, entre otros.

3 El Ministerio de Agricultura mantiene la política de cofinanciamiento (50%), en lo relativo al Fondo de Promoción de Exportaciones Silvoagropecuarias. Estos fondos representan el 82% del total de fondos de promoción de exportaciones que asigna la institución.

Se mantienen estables que inciden en lo anterior, como por ejemplo: tipo de cambio, condiciones climáticas, mercados de destino, competencia externa, etc.

4 Los socios comerciales interesados en avanzar en la implementación y administración de los acuerdos comerciales suscritos con Chile
estabilidad política económica de Chile y los socios comerciales en cuestión

5 Se mantienen estables los factores externos que inciden en lo anterior, como por ejemplo: tipo de cambio, estabilidad en los mercados de destino o de interés exportador, cambios climáticos, competencia, entre otros.

6 Estabilidad en factores externos que indiquen en el interés del sector privado nacional para incursionar en el tema exportador , como por ejemplo: condiciones económicas tanto internas como externas, especialmente las de EE.UU, Japón, Europa y otros mercados importantes para las exportaciones de los productos no tradicionales chilenos, cambios climáticos, competencia en mercados de destino, tipo de cambio, entre otros.