

INFORMACIÓN DE GESTIÓN

Proyecto de Ley de Presupuestos 2019

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

Mision

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, la internacionalización de las empresas chilenas, la promoción de la imagen país, de la inversión extranjera y del turismo, a través de una red nacional e internacional de personas especializadas y comprometidas.

Objetivos Estratégicos Institucionales

Número	Descripción
1	Contribuir a la inserción económica de Chile en el mundo, promoviendo y creando las condiciones para nuevas oportunidades de negocios, a través de la negociación de acuerdos económico-comerciales, la administración y modernización de los existentes y la vigilancia del cumplimiento de los compromisos asumidos en los señalados acuerdos, tanto a nivel bilateral, plurilateral y multilateral.
2	Fortalecer la participación de nuestro país en los proyectos de integración en América Latina, en las áreas comerciales y en otros ámbitos económicos, para mejorar el posicionamiento competitivo de nuestra economía en el mundo global y favorecer nuestra capacidad negociadora.
3	Fortalecer nuestra presencia multilateral, especialmente, en la OMC, APEC, OMPI y OCDE, así como en las instancias de integración latinoamericanas, para maximizar nuestra presencia negociadora y al mismo tiempo propender a que las reglas económico-comerciales y financieras del mundo global sean más equitativas en favor de los países en desarrollo.
4	Fortalecer el desarrollo exportador nacional, a través de estrategias de promoción de exportaciones para los sectores y subsectores relevantes para el País y las instituciones gubernamentales relacionadas, con énfasis en las regiones, las pymes exportadoras, el comercio de servicios; utilizando para ello los instrumentos que ProChile dispone, con el objeto de contribuir al aumento de la base nacional de empresas exportadoras.
5	Apoyar la atracción de inversión extranjera, el turismo y la inversión chilena en el exterior, a través de la Red de oficinas comerciales de Chile en el mundo. Ello, de manera complementaria a las acciones de promoción de bienes y servicios, con el fin de contribuir a la internacionalización de las empresas chilenas, a la generación de oportunidades de negocios y a la diversificación de mercados de manera sostenible en el tiempo.
6	Asegurar que en las negociaciones sea considerada la posición de los diversos grupos ciudadanos, tales como organizaciones sindicales, académicas, de consumidores, de ONGs y asociaciones gremiales, especialmente los gremios pymes, a través del fortalecimiento de la relación público-privado y la realización de reuniones periódicas de trabajo en donde se aborden los temas económico-comerciales de competencia de Direcon.

N°	Producto Estratégico	Número de Indicadores-Ámbitos de Control			
		Total	Resultado	Producto	Proceso
1	Generación y difusión de información de comercio exterior	0	0	0	0
2	Capacitación para el desarrollo de capacidades exportadoras	0	0	0	0
3	Acciones de promoción para la introducción, penetración y consolidación de mercados	0	0	0	0
4	Acuerdos Económicos Internacionales	2	0	2	0

5	Otros Indicadores (1)	3	0	3	0
Total Indicadores		5	0	5	0
Participación sobre Total Indicadores		100%	0%	100%	0%

[1] Corresponde a mediciones de procesos transversales en la organización que afectan al menos a dos o más productos estratégicos; es decir es de carácter institucional.

Indicadores de Desempeño 2019

N°	Indicador	Efectivo 2015	Efectivo 2016	Efectivo 2017	Efectivo a Junio 2018	Meta 2019
1	Porcentaje de productos con arancel 0 año t, con respecto al total de productos negociados en los acuerdos económicos internacionales suscritos por Chile	92,77 %	92,57 %	92,52 %	NM	93,09 %
2	Porcentaje de clientes de ProChile satisfechos en el año t respecto del total de clientes de ProChile encuestados en el año t	85,00 %	83,00 %	79,00 %	NM	82,24 %
3	Porcentaje de participación de clientes exportadores ProChile periodo t sobre el total de exportadores nacionales periodo t	27,00 %	27,00 %	26,00 %	23,00 %	27,00 %
4	Porcentaje de participación de clientes del sector servicios año t sobre el total de clientes de ProChile año t	13,00 %	19,00 %	26,00 %	25,00 %	19,00 %
5	Porcentaje de exportaciones chilenas hacia países con Acuerdos Económicos Vigentes en el periodo t.	94,04 %	94,83 %	94,57 %	94,32 %	94,98 %